

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN**



Influencia de noticias difundidas en Facebook en la formación profesional de estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNTUMBES, 2023

**TESIS**

Tesis para optar el título profesional de licenciada en ciencias de la comunicación

**Autora:**

Bach. Sthefany Cindy Barrientos García

**Tumbes, 2024**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN**



Influencia de noticias difundidas en Facebook en la formación profesional de estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNTUMBES, 2023

**Tesis aprobada en forma y estilo por:**

Dr. Wilfredo Barrientos Farias (Presidente)

Mg. José Martin Mogollón Medina (secretario)

Dr. Karl Vladimir Mena Farfán (Asesor/vocal)

**Tumbes, 2024**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN**



Influencia de noticias difundidas en Facebook en la formación profesional de estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNTUMBES, 2023

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

Bach. Sthefany Cindy Barrientos García (Autora) \_\_\_\_\_ 

ORCID: 0009-0009-4793-8112

Dr. Karl Vladimir Mena Farfán (Asesor) \_\_\_\_\_ 

ORCID: 0000-0002-0995-5300

**Tumbes, 2024**

# Copia del acta de sustentación



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Tumbes, a los dos días del mes setiembre de dos mil veinticuatro, siendo las 10:00 am horas en el auditorio Facso, se reunió el jurado calificador, designado por RESOLUCIÓN N°364-2023/UNTUMBES-FACSO-D. de fecha, 26 de setiembre de 2023. y conformado por, Dr. Wilfredo Barrientos Farías presidente; Mg. José Martin Mogollón Medina secretario; Dr. Karl Vladimir Mena Farfán, asesor; y al Accesitario: Mg. Cristhiam Jacob Hidalgo Sandoval. se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis titulada: "Influencia de las noticias difundidas en facebook en la formación profesional de estudiantes de ciencias de la comunicación de la Untumbes 2023" para optar el título Profesional de Ciencias de la Comunicación, presentada por la:

**Bchr. STHEFANY CINDY BARRIENTOS GARCIA**

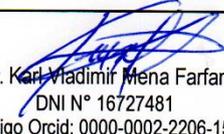
Concluida la sustentación y absueltas las preguntas por parte de la sustentante y luego de la deliberación, el jurado, según el artículo N° 65 del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a la **Br. STHEFANY CINDY BARRIENTOS GARCIA**, Muy Buena.

Se hace conocer a la sustentante que deberá levantar las observaciones finales hechas al final del informe de tesis, que el jurado le indica.

En consecuencia, queda apta para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos y Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las 11:00 am horas y veinte minutos del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 02 de setiembre del 2024.

 Dr. Wilfredo Barrientos Farías DNI N° 06698660 Código Orcid: 0000-0001-7155-9408 <b>Presidente</b>	 Mg. José Martin Mogollón Medina DNI N° 43849092 Código Orcid: 0000-0002-5694-0339 <b>Secretario</b>
 Dr. Karl Vladimir Mena Farfan DNI N° 16727481 Código Orcid: 0000-0002-2206-157 Asesor <b>Vocal:</b>	

# Informe de Turnitin



Dr. Karl Vladimir Mena Farfán

ORCID: 0000-0002-0995-5300

Resumen de coincidencias		
<b>23 %</b>		
<	>	
8	revistas.uaa.mx Fuente de Internet	<1 % >
9	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1 % >
10	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1 % >
11	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 % >
12	revistas.uasb.edu.ec Fuente de Internet	<1 % >
13	Entregado a ESIC Busin... Trabajo del estudiante	<1 % >
14	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 % >

Resumen de coincidencias		
<b>23 %</b>		
<	>	
15	repositorio.unasam.ed... Fuente de Internet	<1 % >
16	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 % >
17	Entregado a Centro Eur... Trabajo del estudiante	<1 % >
18	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 % >
19	repositorio.unan.edu.ni Fuente de Internet	<1 % >
20	repositorio.upec.edu.ec Fuente de Internet	<1 % >
21	www.vivatacademia.net Fuente de Internet	<1 % >

Resumen de coincidencias		
<b>23 %</b>		
<	>	
22	repositorio.unheval.edu... Fuente de Internet	<1 % >
23	uvadoc.uva.es Fuente de Internet	<1 % >
24	issuu.com Fuente de Internet	<1 % >
25	pdfcookie.com Fuente de Internet	<1 % >
26	s92bf0b197d41f2d0.ji... Fuente de Internet	<1 % >
27	Rolando Eslava-Zapata,... Publicación	<1 % >
28	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 % >

Resumen de coincidencias		
<b>23 %</b>		
<	>	
27	Rolando Eslava Zapata,... Publicación	<1 % >
28	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 % >
29	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 % >
30	gaceta.cicese.mx Fuente de Internet	<1 % >
31	idus.us.es Fuente de Internet	<1 % >
32	tesis.unsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 % >



Dr. Karl Vladimir Mena Farfán

ORCID: 0000-0002-0995-5300

## **DEDICATORIA**

*A Mamá y Papá.*

*A mi Hermano y Tío.*

*Y a ti Lyn como una pequeña muestra  
de retribución a tu trabajo y esfuerzo.*

**Sthefany Barrientos**

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios.*

*A los alumnos de la escuela profesional de ciencias de la comunicación por aceptar ser parte de mi investigación.*

*A los Docentes por su dedicación perseverancia y tolerancia.*

**Sthefany Barrientos**

## INDICE GENERAL

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS .....	4
INFORME DE TURNITIN .....	5
DEDICATORIA .....	7
AGRADECIMIENTO .....	8
INDICE GENERAL .....	9
INDICE GRAFICOS .....	10
INDICE ANEXOS .....	11
RESUMEN .....	12
ASBTRACT .....	13
I. INTRODUCCIÓN.....	14
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	21
III. METODOLOGÍA.....	33
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	37
V. CONCLUSIONES .....	49
VI. RECOMENDACIONES .....	50
VII. REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS .....	51
ANEXOS .....	54

## INDICE DE GRAFICOS

<b>Grafico 1.-</b> Facebook logra informar a la sociedad .....	37
<b>Grafico 2.-</b> Veracidad de la noticia.....	37
<b>Grafico 3.-</b> Aporte de los medios de comunicación .....	38
<b>Grafico 4.-</b> Información veraz .....	38
<b>Grafico 5.-</b> Criticas objetivas.....	39
<b>Grafico 6.-</b> Opiniones de diarios .....	39
<b>Grafico 7.-</b> Libre opinión .....	40
<b>Grafico 8.-</b> Comunicación clara .....	40
<b>Grafico 9.-</b> Hechos de interés influyentes.....	41
<b>Grafico 10.-</b> Contenido de facebook.....	41
<b>Grafico 11.-</b> Contenido de visual .....	42
<b>Grafico 12.-</b> Interactividad de Facebook.....	42
<b>Grafico 13.-</b> Marcas alternativas.....	43

## INDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.-</b> Instrumento de validación .....	55
<b>Anexo 2.-</b> Operacionalización de variables.....	71
<b>Anexo 3.-</b> Matriz de consistencia.....	73
<b>Anexo 4.-</b> Instrumento de investigación aplicado a los lectores .....	74
<b>Anexo 5.-</b> Fotografías .....	78

## RESUMEN

La investigación titulada "Influencia de las noticias difundidas en Facebook en la formación profesional de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNTumbes, 2023", este estudio tuvo como objetivo analizar la influencia de las noticias difundidas de la red social Facebook en el distrito de Tumbes, 2023, empleando la metodología cuantitativa, recolectando datos mediante el cuestionario y validación de juicio de expertos, obteniendo viabilidad para la aplicación del instrumento en mención, cada una de las interrogantes se estructuraron en relación a los objetivos, obteniendo así como resultado, que la red social de Facebook es altamente utilizada, así como permite que 2 personas se comuniquen, cumple otras funciones, como por ejemplo: difusión de noticias y opciones de diversión, compra venta, inclusive publicidad a cambio de un pago, ha quedado claramente establecido que es una de las redes como más alto uso y respaldo en la sociedad. Se determinó además que la información que se brinda en muchas ocasiones vulnera la privacidad de las personas, sin embargo, por encontrarnos en un país democrático, este mal actuar es normalizado, que, pese a la existencia de filtros de sanción, se siguen suscitando hechos apenantes. Se concluye en que la influencia de las noticias que se difunden en esta red social es positiva, desde la perspectiva de los estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación, Untumbes, aclarando que respaldan la estructura de esta red y la facilidad de uso, pero confirman que las noticias difundidas en su mayoría son realizadas con morbo solo para atraer mayores índices de publicidad.

**Palabras claves:** Dependencia, Facebook, morbo, uso excesivo, vulneración digital

## ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of the news disseminated from the social network Facebook in the district of Tumbes, 2023, using quantitative methodology, collecting data through the questionnaire and validation of expert judgment, obtaining feasibility for the application of the instrument in mention, each of the questions were structured in relation to the objectives, thus obtaining as a result, that the Facebook social network is highly used, as well as allowing 2 people to communicate, it fulfills other functions, such as: diffusion of news and entertainment options, buying and selling, including advertising in exchange for payment, it has been clearly established that it is one of the networks with the highest use and support in society. It was also determined that the information provided on many occasions violates the privacy of individuals, however, because we are in a democratic country, this bad behavior is normalized, that, despite the existence of sanction filters, there continue to be embarrassing events. It is concluded that the influence of the news disseminated in this social network is positive, from the perspective of the students of the communication sciences career, Untumbes, clarifying that they support the structure of this network and the ease of use, but confirm that the news disseminated are mostly made with morbidity only to attract higher rates of advertising.

**Keywords:** dependency, Facebook, morbidity, excessive use, digital vulnerability

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “Influencia de las noticias difundidas en Facebook en la formación profesional de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Untumbes, 2023” es una de las problemáticas más llamativas en la actualidad, motivo por el cual a través de la presente investigación se buscó hallar resultados rechazar o aceptar las hipótesis que se planteen, además de poder ahondar más nuestro conocimiento sobre este tema, logrando a través del cuestionario llegar a nuevas y certeras conclusiones.

La pandemia causada por el virus de la COVID-19 paralizó el mundo junto a sus sistemas políticos naciendo el caos total, sumergiéndonos en unas crisis sociales mediáticas y otras. Con la totalidad de la población confinada, los medios de comunicación tienen la exclusividad discursiva de la realidad Márquez, (2022). La comunicación a nivel mundial ha evolucionado muy drásticamente a través de los años, sobre todo en la forma en que se obtienen las noticias, tenemos siempre presente lo inmediato e instantáneo que caracteriza la obtención de tal manera que estaremos informados en todo momento. Por tal motivo los medios de comunicación han tenido que adaptarse a nuestra realidad y necesidad al igual que las personas Natividad, (2021).

Actualmente la mayoría de personas buscan estar cerca de sus familiares que se encuentran a miles de kilómetros de distancia, gracias a la red social de Facebook logran tener esa comunicación inmediata, pudiendo compartir fotos, videos, mensajes, videollamadas entre otros.

Muy independiente del avance tecnológico que brinda Facebook viéndolo desde el plano emocional, concede la oportunidad de verse a través de una pantalla, es decir se tiene ese contacto visual con significado de físico. La aplicación de Facebook goza de los supuestos básicos de la teoría de usos y gratificaciones, puesto que tiene constante actividad y se acopla a las necesidades de los usuarios (Vallejos, 2022).

La gran mayoría de plataformas sociales son herramientas que nos permiten comunicarnos, son usadas como medios informativos por la ciudadanía, presentando también un aspecto negativo puesto que existen noticias falsas que causan daño, específicamente desde la invasión de la Covid 19. Sabemos que esta red social permite que constantemente hagamos publicaciones de manera libre, resultando en algunos casos ser publicaciones falsas, publicaciones ocasionadas por personas inescrupulosas que difunden información irreal (Saavedra, 2019)

La presente investigación nace con la finalidad de ahondar más sobre los conocimientos existentes, permitiéndonos verificar si realmente la influencia del periodismo en Facebook no siempre es positiva, para ello tendremos una población de jóvenes que usa diariamente esta aplicación, tratando de obtener la mejor percepción de esta red. Resulta ser una investigación de carácter obligatorio puesto que nos brindará soluciones que podrán ser aplicadas en nuestra sociedad intentando tener una mejora entre la red social y nuestra realidad social, buscando que todos los usuarios sean beneficiados con la unificación de conocimientos reales.

Somos testigos de lucha contra la covid19, situación que nos llevó obligatoriamente a hacer uso de las herramientas digitales, llegando a ser indispensable en la vida de todas las personas, haciendo uso en una mayor proporción a la aplicación de Facebook, que se supone fue creada para permitir tener comunicación con otras personas que se encontrasen en otro lugar, además de añadir fotografías y contexto de manera diaria, pero no siempre se le dio el uso correcto.

La red social de Facebook, fue creada para permitir la comunicación entre dos o más personas que se encuentren lejos, ha presentado actualizaciones, como por ejemplo la opción de compras y ventas on line, videollamadas, juegos, creación de páginas y publicidad de la misma, llamadas gratuitas.

Así como otras funciones que hacen que el ser humano dependa de esa red social para tener comunicación, vinculándonos más a las herramientas digitales actuales (Salaverría, 2019). La pandemia COVID-19 instaló al mundo entero y a sus sistemas políticos en el caos absoluto y en una crisis total e integral de las dinámicas sociales y, entre otras, mediáticas. Con casi la totalidad de la ciudadanía confinada, los medios de comunicación se llevaron la exclusividad discursiva de la realidad (Márquez Domínguez & Ulloa Boada, 2021). En la presente investigación surge la inquietud respecto al periodismo y su influencia en Facebook, siendo este una problemática que debe tener un estudio a profundidad; debido a los últimos acontecimientos suscitados que involucran a todos las personas, desde niños hasta personas adultas.

Se realizó un análisis sobre el grado de influencia del periodismo en esta red social, sabemos que los hechos periodísticos publicados en esta red no siempre han sido positivos, evidenciamos la censura a comentarios que trasgreden las normas comunitarias y vulneran el derecho a la libre opinión de otra persona, haciendo morbo o dando hincapié a la discriminación. En relación al periodismo, la figura del periodista se encuentra desvirtuada, puesto que no todos los que la ejercen lo realizan con la seriedad y profesionalismo que se requiere, además de incurrir en graves delitos al cubrir una nota periodística y no tener los conocimientos claros del hecho, proporcionando otros datos a los ciudadanos, conllevando a una confusión que genera poca credibilidad en las notas que se publican.

En nuestra sociedad llamamos erróneamente “periodistas” a aquellas personas que son populares y tienen muchos seguidores en sus redes sociales y publican contenido sin tener responsabilidad, llevando a que la sociedad juzgue a los periodistas como malos informantes, sumado a esto, tenemos las situaciones de corrupción en la que la prensa ha sido el pilar fundamental para la confusión de la verdad, tenemos, por ejemplo: las protestas en el sur del país; el uso desmedido de dinero en el congreso de república; la malversación de fondos en las obras y un sinfín de actos ilícitos.

En nuestro país gozamos de la libertad de prensa y el libre acceso a la información, este principio ha conllevado a que los operadores de prensa difundan información sin el debido cuidado, es decir sin haber previamente analizado objetivamente si la información es cierta o no, sin medir el grado de daño que esta información pueda causar.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2008) nos indica, que la creación de esta figura fue para conceder autonomía a cada ciudadano, logrando que tenga acceso rápido y veraz a la información, pero al ubicarnos en nuestra realidad percibimos que no se cumple este presupuesto, al contrario, el tener libertad para opinar y expresarse conlleva a situaciones incómodas como publicaciones de contenidos totalmente inadecuado.

El contenido de los medios de comunicación tanto escritos como virtual, en muchas ocasiones por generar más ventas colocan textos como titulares con palabras muy fuertes y por lo general atraen el morbo de las personas, no solo es textual si no también muestran imágenes de las personas fallecidas, intervenidas, mostrando su rostro sin reparo alguno, sin ni siquiera tener información concreta.

Normalmente vemos palabras como: Cae ladrón, Se mató por amor, Asesinado a balazos, Niña murió ahogada y un sinnúmero de palabras expuestas para atraer la atención del público, adjunto a ellos la fotografía de estas personas, que es entendible que su familiar al visualizarlo, sentirá un gran dolor, tanto por la pérdida como por la exposición de su familiar a nivel nacional.

Según lo estipulado cada carrera profesional maneja un código de ética, que limita a los miembros a realizar actos que trasgredan los derechos de otras personas, se tiene prohibido manejar información sin previa comprobación puesto que esta aptitud calza en un delito tipificado en nuestro código penal y de verificarse la situación el profesional puede ser recluido en un penal.

Además tiene que pagar un monto por concepto de reparación civil, sin ir muy lejos una de las periodistas más conocidas del Perú, Magaly Medina, afronto un proceso por injuria, calumnia y difamación, siendo sentenciada con pena privativa de la libertad y obligada a pagar la reparación civil, habiendo cumplido su condena acogándose a los beneficios, insiste en la misma aptitud y actualmente ha sido sentenciada nuevamente a pagar una reparación de S/70.000 a favor del agraviado, por haber realizado comentarios sin tener pruebas.

En nuestra localidad tuvimos un suceso muy impactante con la intervención de una ama de casa que aparentemente había hurtado unos productos en un centro comercial, llevándola detenida a la comisaria y siendo expuesta su fotografía a nivel nacional, minutos después se comprobó que la cajera del recinto era quien se había confundido al cobrar, todos los usuarios criticaron a esta persona que sin querer se vio involucrada en una situación delictiva sin haber realizado nada, quien sanciona entonces a la prensa por difundir información sin veracidad. En este estudio se fijó como problema la siguiente interrogante: ¿Cómo influyen las noticias de la red social Facebook en la formación profesional de los estudiantes de Ciencias de la comunicación de la UNTUMBES, 2023?

La influencia del periodismo en la red social Facebook entre los alumnos de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes es un tema de gran relevancia teórica y práctica en el ámbito de la comunicación y la educación en medios.

En la actualidad, las redes sociales, especialmente Facebook, desempeñan un papel crucial en la forma en que la información se difunde y se consume, y esto tiene un impacto directo en la percepción y comprensión de los eventos y temas de actualidad. La justificación teórica de este estudio se basó en la necesidad de analizar cómo los estudiantes consumen, comparten y discuten información y noticias en un entorno digital. El periodismo en Facebook no solo actúa como un medio para la difusión de noticias, sino que también influye en la formación de opiniones y en la construcción de la percepción de la realidad.

Desde una perspectiva práctica, la influencia del periodismo en la red social Facebook entre los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes adquiere una relevancia fundamental para su formación académica y profesional. En resumen, la investigación práctica sobre la influencia del periodismo en Facebook entre los estudiantes de Ciencias de la Comunicación no solo contribuye al entendimiento teórico, sino que también ofrece conocimientos prácticos cruciales para la formación integral y efectiva de futuros profesionales de los medios.

Desde una perspectiva metodológica, la investigación sobre la influencia del periodismo en la red social Facebook entre los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes requiere un enfoque integral que combine diversas técnicas de recopilación de datos. Por lo que se presentó una propuesta metodológica que abarca diferentes dimensiones de la interacción estudiantil con el periodismo en Facebook: Encuestas, entrevista, análisis de contenido, análisis de redes sociales.

En resumen, la investigación sobre la influencia del periodismo en la red social Facebook entre los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes es un proyecto integral y significativo. Teóricamente, abordó la evolución de los medios digitales y su papel en la formación de comunicadores. Desde una perspectiva práctica, la investigación se centra en la preparación académica y profesional de los estudiantes, considerando sus interacciones con el periodismo en Facebook. Socialmente, la investigación busca contribuir a una ciudadanía informada y crítica. Metodológicamente, se propuso un enfoque completo para capturar tanto datos cuantitativos como cualitativos, brindando una comprensión profunda de la dinámica entre los estudiantes y el periodismo en esta plataforma digital. En conjunto, este estudio aborda aspectos teóricos, prácticos, sociales y metodológicos, lo que lo convierte en una contribución valiosa para entender el impacto de los medios digitales en la educación y la formación ciudadana de los futuros comunicadores.

La justificación social de la investigación sobre la influencia del periodismo en Facebook entre los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes se fundamenta en la importancia de entender cómo estas interacciones impactan en la opinión pública y en la participación ciudadana. En resumen, la justificación social de esta investigación radica en su contribución al fortalecimiento de la opinión pública, la participación ciudadana informada y la mejora de las prácticas comunicativas en el contexto digital. Al entender cómo los estudiantes de Ciencias de la Comunicación interactúan con el periodismo en Facebook, se pueden fomentar cambios positivos que beneficien a la sociedad en su conjunto.

Se fijó el siguiente objetivo general: analizar la influencia de las noticias difundidas de la red social Facebook en el distrito de Tumbes, 2023 y como objetivos específicos: Evaluar, la influencia de las noticias difundidas en la red social Facebook, determinar si el lenguaje utilizado en las noticias es el adecuado en la red social Facebook y analizar la veracidad de la información que brindan en la red social Facebook, en Tumbes, 2023.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

En ese sentido como primer antecedente tenemos, al autor Jiménez & Flavia, (2019) en su investigación denominado “Visibilidad de la información en redes sociales: los algoritmos de Facebook y su influencia en el clickbait” [Artículo Científico] Universidad Rey Juan Carlos, España. Se tuvo un enfoque cuantitativo, no experimental y descriptivo, aplicando la técnica de la observación estructurada directamente de las noticias. Tuvo como Objetivo proponer un análisis de los titulares clickbait publicados desde las cuentas oficiales de los medios y que se reflejan en el Feed de noticias de sus seguidores en Facebook. La muestra de 186 titulares se ha recogido desde un perfil de usuario creado ad hoc para esta investigación y configurado de acuerdo con el proceso habitual de creación de cuentas personales en esta red.

A modo de conclusión se tuvo que Facebook es una red social visual, es decir tiene gran impacto a través sus medios que reconocen el potencial de la imagen como elemento generador, utilizándose con frecuencia para incrementar el interés y promover su uso. En esta investigación el autor reafirma la influencia que tiene Facebook y los programas aplicables que pueden resultar de impacto negativo como el clickbait, puesto que, al añadir este sistema, las páginas pierden credibilidad.

En la investigación del autor Bustos Díaz & Ruiz del Olmo, (2020) en su investigación denominado "Fuentes verificadas ante las Fakes News. Tuvo como objetivo añadir un estudio que aborda esta cuestión identificando las herramientas que han implementado las grandes compañías tecnológicas para disminuir y acotar la propagación de las Fakes news. El caso de Facebook, Google y Microsoft frente a la desinformación durante el COVID-19" [Artículo Científico] Revista de Estilos de Aprendizaje. Se empleo la metodología cuantitativa, no experimental de carácter descriptivo. Como población se tuvieron a las herramientas digitales ya existentes como Google, Bing y Facebook mediante las cuales se analizó la incidencia de la creación de Fake news.

Concluye en que, resulta sumamente importante el periodismo siempre que venga acompañado de noticias previamente comprobadas, sobre todo en tiempo de crisis, indica además la importancia de los medios de comunicación tradicional y con credibilidad pese a ser actualmente criticados por el mal periodismo. En esta investigación nos indican un panorama de prevención ante las noticias falsas, que pueden ser publicadas en cualquier programa tecnológico, causando grave daño a la información verdadera.

El autor Landeta, (2019) nos indica que en su investigación titulada Redes sociales y Periodismo ciudadano [Revista Científica] Journal of science and research. Tuvo como objetivo analizar bibliográficamente las teorías que aportan al concepto del periodismo ciudadano. Se empleo la metodología analítica bibliográfico y concluye en que el periodismo es las redes sociales actualmente tiene participación activa, interactiva, en algunos casos si es exigente con sus prohibiciones en cuanto a publicaciones inadecuadas logrando en ocasiones la adecuación por parte de los usuarios, influenciando además en el rigor periodístico. La población estuvo conformada por las redes sociales de Facebook, Twitter, acompañados de más estudios bibliográficos. En esta investigación se evidencia el cambio drástico de la forma en que se realizaba el periodismo, logrando que los lectores se informen y tengan más participación en nuestra sociedad, buscando de esa manera que la prensa haga un periodismo limpio a beneficio de los usuarios.

En el ámbito nacional tenemos la investigación del autor Vallejos, (2019) en su tesis La red social Facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del colegio particular "Universia" [tesis de pregrado] Universidad Señor de Sipán. Tuvo como objetivo determinar el uso de la red social Facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular "Universia". Se empleo el tipo exploratorio-descriptivo, y de diseño no experimental, como población se tuvo un total de 60 estudiantes (4to y 5to año), aplicando la técnica de la encuesta mediante el cuestionario, permitiendo recolectar así la información. como población y muestra a los estudiantes del 4to y 5to año, siendo un total de 60 estudiantes.

A modo de conclusión se dedujo que el uso que los usuarios le dan a la red social de Facebook, es para interactuar, compartir noticias, entre otros, interactuado de manera diaria, con un mínimo de 1 hasta 3 horas al día, puesto que cuenta con más de 1.000 amigos agregados en su cuenta. Tras la realización de esta investigación se reafirma que la mayoría de alumnos hace uso de esta red social, que si bien es cierto no todos lo usan con la misma finalidad, sin embargo, si guarda relación el tiempo de uso que le brindan a esta red social.

Según el autor León, (2021) en su tesis titulada Evaluación del tratamiento periodístico del periodismo ciudadano en los seguidores del Facebook Roger García Noticias. Lima. 2021 [tesis de pregrado] Universidad Cesar de Vallejo. Tuvo como objetivo interpretar el nivel de evaluación del tratamiento periodístico del periodismo ciudadano en los seguidores de la página de Facebook Roger García Noticias. La investigación fue de tipo básico y de diseño no experimental, teniendo enfoque cuantitativo y descriptivo. Además, se utilizó técnica la escala de Likert, tuvo como población 128 usuarios y la validación de 3 expertos. A modo de conclusión se cumplió con el objetivo general asumiendo que la página seleccionada contiene buena información periodístico, ya que se tiene una percepción positiva y cumple con una buena redacción, página conocida como Roger Noticias, una página muy seguida y creíble a nivel nacional, obteniendo las primicias rodeadas de veracidad. Esta investigación es una de las que obtiene la percepción más positiva, puesto que permite visualizar una página que brinda informes periodista veraz, es muy responsable y es un claro ejemplo del periodismo positiva en esta red social.

Según Santos, (2019) en su investigación que lleva el título Facebook de la municipalidad y la comunicación política del alcalde George Forsyth en La Victoria, 2019 [tesis de pregrado] Universidad Cesar de Vallejo. Tuvo como objetivo determinar la relación entre Facebook de la municipalidad de La Victoria y la comunicación política del alcalde George Forsyth en La Victoria, 2019. Se empleo la metodología básica y cuantitativa, se tuvo una población de 203156 ciudadanos del distrito de La Victoria. Se aplicó la encuesta directa a la población mencionada. Se concluyó en que la red social de Facebook es una herramienta institucional efectiva, puesto que permite generar publicaciones atractivas para los usuarios y ciudadanos teniendo una relación eficaz.

En el ámbito local tenemos al autor More, (2023) en su tesis titulada Apología del periodismo y la vulneración al derecho de honor de los investigados en Tumbes, 2022 [tesis de pregrado] Universidad Nacional de Tumbes. Tuvo como objetivo analizar la percepción de los abogados litigantes del Ilustre colegio de abogados de Tumbes sobre apología del periodismo y la vulneración al derecho de honor de los investigados. Se utilizó la metodología de la encuesta por ende el cuestionario. Aplicando el tipo estadístico descriptivo y se aplicó la prueba de Tao-C de Kendall. Y concluyó Los resultados, en líneas generales, arrojaron que la percepción de los abogados del Ilustre colegio de abogados es positiva en cuanto a la apología del periodismo y la vulneración al derecho de honor de los investigados. Se concluyó que, si existe una relación entre ambas variables, evidenciándose significancia. A modo de comentario afirmamos que se brinda un énfasis más cercano a nuestra investigación, puesto que actualmente se confunde lo que es hacer periodismo, con un Pseudoperiodismo, causando un daño evidente en la sociedad.

La autora Serna, (2022) en su investigación Fotoperiodismo y Calidad informativa en las portadas de los diarios regionales de Tumbes, 2022 [tesis de pregrado] Universidad Nacional de Tumbes. Tuvo como objetivo Determinar la relación entre el fotoperiodismo y la calidad informativa de los diarios regionales de tumbes, 2022. Investigación. La metodología empleada fue enfoque cuantitativo, correlacional, no experimental, transversal, prospectivo; utilizando como instrumento de investigación el cuestionario y fue aplicado a 100 ciudadanos del distrito de Tumbes entre los 40 a 50 años.

A modo de conclusión se obtuvieron los resultados obtenidos muestran la relación entre las ambas variables obteniendo un 21% como resultado y un 11% perciben un nivel malo en la relación de las mismas. El nivel de relación entre las variables es regular. la autora reafirma la existencia de la relación entre ambas variables, unificadas con la finalidad de contribuir en las búsquedas de una mejor calidad informativa en los diarios de la región y ayudar en la contribución ética a todos los periodistas que realizan periodismo responsable.

La autora Saavedra, (2021) en su tesis titulado Facebook y las fake news sobre la covid-19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021 [tesis de pregrado] Universidad Nacional de Tumbes. Tuvo como objetivo Determinar el nivel de relación de Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del Distrito de Tumbes,2021. Empleo la siguiente metodología enfoque positivista, correlacional, no experimental, de corte transversal; empleando el cuestionario que aplicándosele a 100 adultos. Se concluyo en que si existe relación entre el Facebook y las fake news sobre la COVID – 19 en el adulto del distrito de Tumbes, siendo altamente significativa. podemos afirmar que la autora pretende en su investigación indicar que el uso de Facebook no siempre tiene impactos positivos, es decir en la época de la covid19, se publicaron noticias falsas sobre las personas de edad avanzando causando pánico en la sociedad y en las personas propias de esta edad que veían noticias a través de la red social.

## **2.2 Marco teórico**

Teoría de la comunicación y Modelo de Lasswell. Resulta necesario realizar un análisis del proceso de comunicación desde quien emite hasta los efectos que deja el mensaje En este modelo se tuvo una gran influencia en cuanto a la investigación norteamericana y a su vez en las ciencias mundiales de comunicación.

Teoría del Flujo de la comunicación en dos etapas. La teoría de la comunicación en dos etapas, indica que la comunicación llega de manera más rápida e influyente cuando es entre personas por los mismos medios. Los métodos convencionales no lograron alcanzar el éxito por tal motivo se busca que las personas se comuniquen de persona a persona logrando involucrarse de manera más cercana con la sociedad.

Teoría de los sistemas sociales de N. Luhmann Nuestra sociedad está distribuida bajo varios mecanismos, sobre todo los que distribuyen funciones como el trabajo. Erróneamente se creía que toda la sociedad giraba en torno al ser humano, sin embargo, después de exhaustivos estudios se ha llegado a la conclusión de que el principio básico de la sociedad es el interés común. El autor Luhmann (2016) en su teoría relacionada a los sistemas sociales más conocida como “Sociología sistémica”.

Considerándola como creación y camino de su teoría, que tiene como punto principal al hombre en la sociedad y su forma de comunicarse. En la investigación citada existen muchas diferencias evidentes con los sistemas clásicos. Estas teorías indican que los sistemas son elementos independientes relacionados, que no se involucran o su funcionamiento no tiene influencia bajo un entorno. Para Luhmann no es así, propone que la relación de un sistema con el entorno es importante, pues que se complementan para darle un sentido a nuestra sociedad. Los sistemas se crean gracias a la relación y similitud de funciones que cumplen los individuos, teniendo relación profunda con el entorno, el cual sirve como parámetro de un determinado sistema. En conclusión, la unidad básica de un sistema no son los seres humanos, sino la función comunicativa de esta.

Teoría de las redes sociales (Losares, 1996). Actualmente, nuestra sociedad funciona bajo sistemas de objetivos funcionales. Erradamente por un tiempo se pensó que la base de la sociedad eran los seres humanos, pero quedó claro que sin comunicación no habría ningún medio que permitiese entenderse entre sí.

Esta teoría es clara y entendible, motivo por el cual se le denomina "Sociología sistémica". Para el autor Luhmann no es solo eso, por el contrario, lo considera como una creación de la teoría que permite describir en su totalidad a la sociedad, intentando llegar a la adecuada. El autor nos indicó mediante un sistema autorreferente, una teoría que contiene diferencias. Esta teoría explica que los sistemas se crean gracias a la relación y similitud de funciones, teniendo relación profunda con el entorno, el cual sirve como parámetro de un determinado sistema. En conclusión, la unidad básica de un sistema no son los seres humanos, sino la función comunicativa de esta.

La primera variable de la investigación es influencia de las noticias, siendo un tema muy mencionado actualmente se tiene gran información sobre investigaciones relacionadas. El periodismo digital, para el año 1994 nacieron en muchos países los sitios web, 25 años después se consolidó como periodismo digital, no solo en el ámbito profesional sino también creado para fines académicos.

Para el cuarto de siglo globalmente ya se tenía una amplia bibliografía de investigaciones científicas realizadas sobre el periodismo, después del análisis que realiza el autor (Salaverría, 2019). mediante sus resultados concluyo en que en su gran mayoría para ejercer el periodismo hay que buscar autofinanciamiento, ya que tiene muchos desafíos metodológicos que poco a poco se afrontarán.

El periodismo ciudadano, según lo investigado por el autor (Espericueta, 2019), nos indica que la labor que cumple el periodismo es de suma importancia sobre todo en el ámbito social, puesto que tiene relación con el ámbito político, deportivo, policial, etc. Siendo tan fuerte su influencia llego a considerársele incluso como el cuarto poder del estado, en el siglo XXI debido a la era de globalización la información se volvió más exigente y de carácter rápido, plasmando el lema de: no ves la noticia, eres parte de ella.

Para tener un mejor entendimiento de la variable de estudio, resulta necesario definir la terminología que conforma la influencia del periodismo:

La influencia del periodismo, es entendido como la acción de intervenir en un determinado campo o ámbito a través de la difusión de una noticia, pudiendo ser de impacto positivo o negativo, muchas veces la influencia puesta en redes sociales direcciona a los usuarios a percibir y criticar noticias poco verídicas (Rodríguez, 2021).

Desde la perspectiva del autor (Serna, 2022) nos indica que la influencia del periodismo busca proporcionar información a beneficio del usuario. Debiendo tomarse en cuenta la peligrosidad de hacer pública una noticia periodística que contenga información manipulada, porque tendrá efectos negativos producto de esta publicación, creando una problemática social.

Las dimensiones de la influencia. Según Casa y Osorio (2017) definen las siguientes dimensiones, las mismas que serán consideradas para la presente investigación. El estilo sensacionalista, que suele dramatizar, manipular y exagerar el contenido de la noticia, haciendo uso de adjetivos prejuiciosos y presentando en sus portadas; imágenes con crudeza y agresividad.

Para ello, el autor desglosa los siguientes estilos como es la dramatización de la noticia, la cual narra los hechos de forma melodramática; con la finalidad de provocar reacciones que extiendan lo únicamente informativo. Asimismo, los calificativos prejuiciosos que presentan en la construcción de la noticia (estereotipos sexistas) que son los principales causantes y que ejercen mayor influencia en los lectores.

Las dimensiones consignadas en la investigación tenemos. En primera línea tenemos la afectación, sabemos que la influencia del periodismo no siempre tiene impacto positivo es decir en ocasiones las noticias publicadas tienen contenido malintencionado, poco verídico y malicioso, esto conlleva a que exista una afectación directa a las personas vinculadas a la noticia puesto que son expuestas ante la sociedad sin tener certeza de la información a publicar, esta situación pone en riesgo la integridad física y emocional de las personas que son expuestas de manera pública. En nuestra localidad muchos de estos sucesos se repiten una y otra vez puesto que no hay quien sancione estos actos, ya que penosamente vivimos en una sociedad a la que le gusta el morbo. Como segunda dimensión tenemos el ejercicio indebido de la carrera de periodismo en este punto tenemos claro que muchas personas sin tener la profesión realizan periodismo, muchos de ellos han obtenido experiencia, pero no han realizado el estudio de la carrera correspondiente, o en muchas ocasiones no cumplen el grado o habilidad(colegiado) para el ejercicio de la profesión, poniendo en duda la credibilidad de los operadores en periodismo.

Como ultima dimensión tenemos las características, que se originan desde la redacción de las noticias periodísticas como faltas ortográficas y muy mala redacción, añadido a ellas tenemos el morbo con el que publican las noticias como “Lo mataron, Se suicidó por amor, Preso vendedor de droga” entre otras frases que se le atribuyen a una o varias personas al estar involucrada en alguna noticia sin previamente verificar la información, resultando en muchas ocasiones ser publicaciones falsas que terminan engañando a la población, añadido a ello viene acompañado de juzgamiento por parte de la sociedad, es decir si la prensa te atribuyo algún supuesto hecho delictivo cometido, toda la sociedad te señalara como culpable.

Indicadores de la influencia del periodismo dice que las Personas detenidas y juzgada sin previa sentencia. En cuanto a las notas informativas que emiten de personas que se encuentra en situación ilícita en su gran mayoría publicitan fotografías de estas personas enmarcadas, detrás de ellas un cartel que indica “detenido” y sin excepción alguna les colocan el chaleco con la misma descripción, en el aparte de la nota publicada en Facebook indican los supuestos hechos y además se le atribuye el delito cometido y se le condena socialmente como culpable.

Fotografías susceptibles. Son aquellas fotografías que se añaden a las redes sociales sin censura alguna, no se tiene la más mínima sensibilidad, muchas veces son fotografías de personas fallecidas en la escena del suceso, solo se les oculta los ojos de la persona, esto también sucede en menores de edad que sin importar el dolor de la familia, hacen la publicación llena de morbo.

Información desvirtuada. Las publicaciones periodísticas tienen una influencia altamente negativa puesto que en su gran mayoría la información no es la que corresponde a la realidad, no teniendo castigo ni sanción alguna por emitir noticias sin previa averiguación de los hechos.

Falta de grado para ejercer. Como se mencionó con anterioridad muchas de las personas que ejercen esta profesión no cuenta con los requisitos obligatorios para ejercer la profesión, lo que conlleva a que se evadan los requisitos y se les permita a las personas sin estudios previos de la carrera, realizar el ejercicio de la profesión.

Pseudoperiodismo. El problema más común en nuestra sociedad, es que confundimos muchas veces a quienes dirigen un programa y consideramos que es periodista, además de muchas personas que tienen muchos seguidores en las redes sociales y se consideran periodistas, emiten información a modo de noticia lo que conlleva a la confusión de la población.

Publicaciones morbosas. En su gran mayoría las publicaciones tienen morbosidad, ya sea visual o escrita, se adjuntan en la noticia fotografías con personas detenidas, asesinadas, accidentadas, etc. incluyéndole un título llamativo pero perverso, haciéndolo de esta manera para que la población visualice este tipo de noticias y se tenga más captación social.

Publicaciones falsas y engañosas. Estos falsos periodistas en ejercicio ilegal de la profesión, realizan publicaciones sin haberseles verificado previamente la autenticidad de la información y haber realizado las indagaciones pertinentes, incluyendo entrevista con testigos u otro medio probatorio que acredite la veracidad de la noticia y de las personas que intervienen en un determinado proceso.

Mala redacción y ortografía. Acompañado de los indicadores antes mencionado tenemos por último los errores ortográficos y muy mala redacción de cada noticia que emiten, sin tener una revisión previa del texto que se publica en las redes, sin el más mínimo cuidado del texto que los usuarios leerán, generando un impacto negativo educativo puesto que hay menores que hacen lectura de estos textos.

Red Social de Facebook En el año 2004 con exactitud el día 04 de febrero, un estudiante de la prestigiosa universidad de Harvard llamado Mark Zuckerberg nacido en el año 1984, en conjunto de otros estudiantes llamados Eduardo Saverin, Andrew MacCollum, Dustin Moskovitz y Chris Hughes presentaron al mundo la aplicación llamada Facebook, posteriormente en el año 2008, estuvo adaptada la aplicación en el idioma castellano. Es preciso indicar que este proyecto fue creado con la finalidad de que sea usado como una red social privada para la comunicación entre los estudiantes de Harvard. Tras alcanzar en tan poco tiempo el éxito, muchas universidades estadounidenses, en el año 2006, se les concedió el ingreso a todas las personas a esta red social, obteniendo un total de 2.800 millones de usuarios mensuales en actividad. Logrando acumular una fortuna de 104.800 millones de dólares.

Funcionamiento de Facebook. Resulta ser uno de los funcionamientos más sencillos que existen actualmente, cada usuario cuenta con un perfil vinculado a un correo electrónico desde donde se pueden compartir distintos formatos. Permitiéndosele a cada usuario publicar el contenido que desee, siempre que no viole la normatividad de la aplicación, para poder hacer uso de esta red social es necesario tener conexión a internet, existen muchas opciones de publicación, que influye en la sociedad en grande proporción, pudiendo ser de impacto positivo o negativo. Dentro de la creación de Facebook existieron conflictos, entre ellos una demanda ante el tribunal federal por robo de ideas, sin embargo, se tuvo un crecimiento más rápido que cualquier otra empresa. Además de eso se tuvo un conflicto contra varias fundaciones que indicaban que se violaban las leyes de protección de los consumidores, con indoles como discriminación y violencia cibernética.

Con el paso de los años la aplicación de Facebook compro la aplicación de WhatsApp e Instagram, con una valoración de un aproximado de 100.000 millones de dólares, teniendo hasta ese punto un aproximado de 1000 millones de usuarios mensuales activos. Con la creciente aptitud de los usuarios no siempre se tuvo un uso armonioso por parte de los usuarios, existiendo conflictos por motivos de índole como discriminación hacia las personas con diferente orientación sexual, personas de otros países(venezolanas) entre otros motivos que llevaron a que los usuarios trasgredan las normas de convivencia y vulneran el derecho de los otros usuarios, ocasionando un conflicto virtual. Multiplicación millonaria de ingresos tras la pandemia Covid19 Para el año 2019, en la nación del Islam la persona de Luis Farrakhan, prohíbe el uso de la plataforma a los usuarios que demostraban odio, luchando contra esto de esa manera.

En el mismo año, se tuvieron otros escándalos como los vinculados con *Cambridge Analytica*, puesto que se habían creado cuentas falsas específicamente en Washington para la realización de las elecciones estadounidenses, aceptando una multa de hasta 5.100 millones de dólares. Para el año 2020, tuvimos la llegada de la COVID-19, sin embargo y por muy insensible que suene esto beneficio grandemente a Facebook con un ingreso de hasta más de 85.958 millones de dólares, es decir un 22% más que en años anteriores, este crecimiento proviene de la publicidad digital de las empresas.

Aproximadamente 160 marcas estadounidense solicitan el servicio de publicidad de Facebook, pidiendo a su vez la creación de políticas más estrictas que evitarán y lucharán contra el racismo, el odio, pidiendo a su vez la eliminación de cuentas falsas para impedir la repetición de estos sucesos.

Dimensión de la segunda variable, tenemos 2, son las siguientes: Entre los aspectos positivos identificamos que se trata de un servicio gratuito, siempre que se esté conectado a una red wifi, puede conectarse a través de megas de línea telefónica, es una herramienta básica para los recientes emprendedores y empresas en crecimiento, tiene bajos costos para su uso y publicidad de promociones, permite realizar encuestas, chats grupales, álbum de recuerdos fotográficos, encontrar personas a través de nombres, entrenamiento(juegos) y sobre todo como medio de información en donde se puede ejercer el periodismo.

Añadido a ello tenemos la publicación de compras y ventas, que permiten celebrar contratos casi de inmediato, además de cumplir con el segundo indicador que es sumamente importante ya que se logra la comunicación inmediata con otras personas, que quizás pudieron estar incomunicadas por muchos años. Aspectos negativos Pérdida de la privacidad, a través de esta red se puede fomentar el bullying y el odio contra las personas, genera adicción, red social usada para Facebook, promueve la conducta antisocial o narcisista, virus informático, entre otros.

Sobre todo, un mal periodismo, ya que en su gran mayoría se dejan llevar por la influencia de los falsos periodistas. Uno de los puntos más controversiales es que al hacer uso de Facebook nos sometemos a también visualizar imágenes sensibles, imágenes en donde no se mide la susceptibilidad de la que puede ser víctima un usuario, actualmente en la red aparece un aviso donde te indica la advertencia y te da la opción de visualización siempre que el usuario lo desee.

Además de ello existe la publicación de información poco verídica, es decir, se publica la noticia sin previamente haber verificado esa información, siendo en su gran mayoría información falsa.

### III. METODOLOGÍA

#### Tipo de estudio y diseño de la investigación

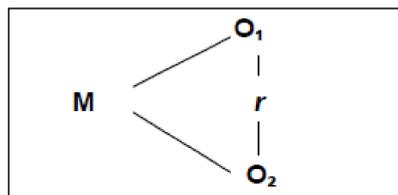
##### Tipo de estudio

La investigación fue descriptiva básica, teórica y pura, con enfoque estrictamente cuantitativo, con tipo de estudio correlacional. Según nos indica el autor Álvarez (2020) la investigación resulta básica ya que estuvo orientada a encontrar nuevos conocimientos basados en sucesos reales. Se considera fija por la asociación que existe entre las variables, la fijación de objetivos y los resultados que se analizaron descriptivamente. Según (Pita y Pértegas, 2002) las investigaciones correlacionales se centran en las relaciones que ya existentes junto a las características.

##### Diseño de la investigación

Es de diseño no experimental, y de corte transversal. Los estudios no experimentales se llevan a cabo sin manipulación de ninguna variable, ya que no se pretende cambiar nada de lo que existe en la realidad por el contrario se pretende realizar un análisis de lo ya percibido.

##### Esquema:



##### Dónde:

**M** = Muestra constituida por los ciudadanos del distrito de Tumbes

**O<sub>1</sub>** = Observación de la variable independiente

**O<sub>2</sub>** = Observación de la variable dependiente

**r** = Correlación entre dichas variables

## Población, muestra y muestreo

**Población.** Es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación (Arias, 2012, p.81). El universo o la población del estudio sobre la cual se ha diversificado los resultados está conformado por los ciudadanos alumnos de la Escuela de Ciencias de la comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes, que tiene un aproximado de 268 estudiantes.

Se aplicará la siguiente fórmula:

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

**Donde:**

$N$  = Tamaño de la población.

$Z$  = Coeficiente de confiabilidad: para un 95% de confiabilidad

$Z = 1,96 \cong 2$

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

$q = 1 - p$

**Muestra.** estuvo constituida por los estudiantes de la faculta de Ciencias de la comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes. Se aplicó en base de la totalidad de estudiantes que conforman la población.

## Tipos de muestreo

**Muestreo.** Arias (2006) es un proceso en el que se precisa la probabilidad de que cada elemento integre la muestra, en la presente se aplicará muestreo no probabilístico.

Arias afirma que el muestreo es un proceso en el que se especifica la probabilidad de que cada elemento forme parte de la muestra, y luego se señala que en la situación actual se utilizará un muestreo no probabilístico.

### **Criterios de selección**

### **Criterios de inclusión**

Se incluyeron a los estudiantes de la facultad de Ciencias de la comunicación de la Untumbes

### **Criterios de exclusión**

No existe exclusión social.

### **Técnicas e instrumentos para la recolección de datos**

**Técnica.** Según el autor Buendía, et al. (1998) indica que la encuesta es una técnica de las más aplicadas y la que se empleará en esta investigación.

**Instrumento.** Para Hernández *et al.* (2014) el cuestionario, está compuesto por preguntas que se redactarán en base a las variables e indicadores.

### **Confiabilidad y validación**

**Validez:** el cuestionario fue validado por constructo mediante juicio de expertos. La validez, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir. Hernández (2008). El autor afirma que la aplicación de este instrumento, tal como refiere Hernández busca representar de manera específica cada aspecto relevante que conforma cada variable.

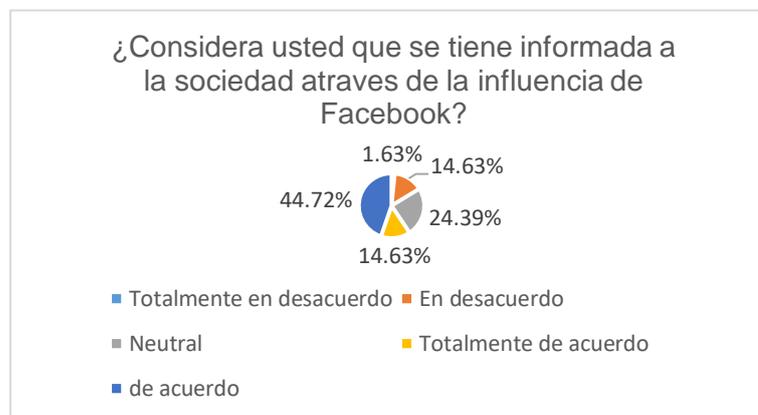
Por ende, fue previamente validada por expertos en la materia que evaluaron el contenido y estructurado del instrumento, asegurando que haya congruencia entre todas las dimensiones.

**Confiabilidad:** Fue calculada mediante la prueba de Alpha de Cronbach resultante de la aplicación de una prueba piloto a 20 sujetos que se desprenden de la población. Según el autor Hernández & Sampieri (2008) la confiabilidad de un instrumento mide el grado en que su aplicación produce resultados. Los autores afirman que la confiabilidad se aplica con la finalidad de medir la consistencia y estabilidad mediante el instrumento básico de la investigación, se aplica a un porcentaje de sujetos que conforman la población, obteniendo así un resultado veraz y confiable.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Resultados

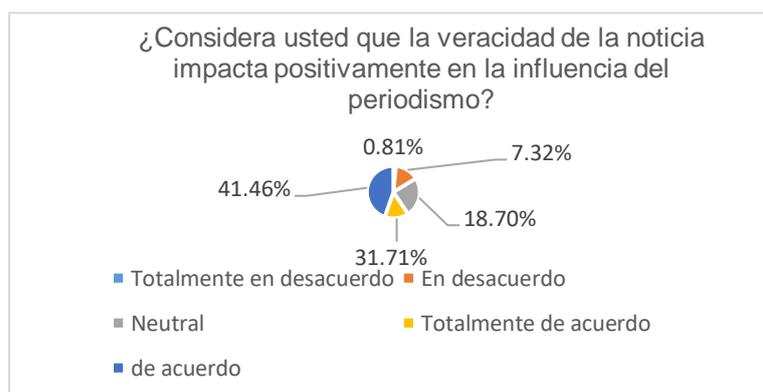
Gráfico 1



Nota: Facebook logra informar a la sociedad

Según los encuestados a la pregunta ¿Considera usted que se tiene informada a la sociedad a través de la influencia de Facebook? El 44.72% manifestó que está de acuerdo, el 24.39% se mostró neutral y en desacuerdo y totalmente de acuerdo 14.63%, respectivamente y solo 1.63% en totalmente en desacuerdo, lo que demuestra que la sociedad está informada a través de la influencia de Facebook.

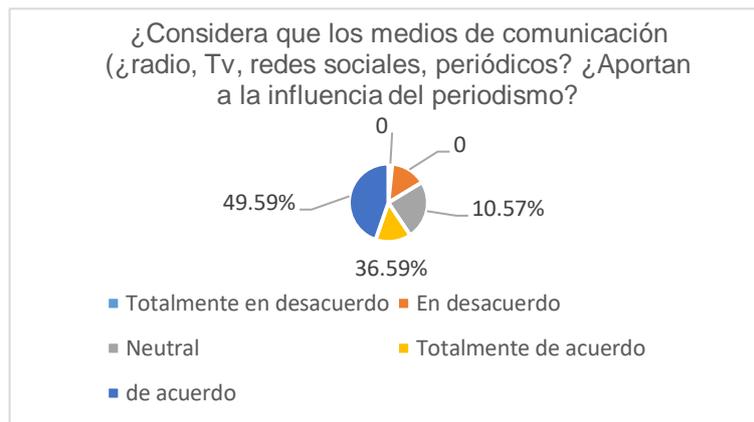
Gráfico 2



Nota: Veracidad de la noticia

Según los encuestados a la pregunta ¿Considera usted que la veracidad de la noticia impacta positivamente en la influencia del periodismo? 41.46% está de acuerdo, 31.71% totalmente de acuerdo, 18.70% se mostró neutral, 7.32% en desacuerdo, y 0.81% totalmente en desacuerdo, Esta noticia impacta positivamente en la influencia del periodismo. Esto resalta la importancia de la precisión y veracidad en las noticias como factores clave para mantener y aumentar la credibilidad del periodismo.

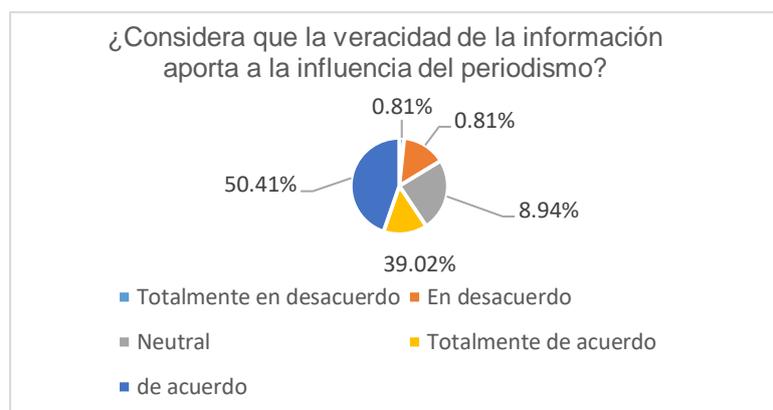
### Gráfico 3



Nota: *Aporte de los medios de comunicación*

Según los encuestados a la pregunta ¿Considera que los medios de comunicación (¿radio, Tv, redes sociales, periódicos? ¿Aportan a la influencia del periodismo? 4, 59% indicaron estar de acuerdo, el 36.59% totalmente de acuerdo, 10.57% se mostró neutral, y totalmente en desacuerdo y en desacuerdo 0.00%. Este resultado subraya la relevancia de los diversos medios de comunicación en la difusión de la información y en la configuración de la opinión pública.

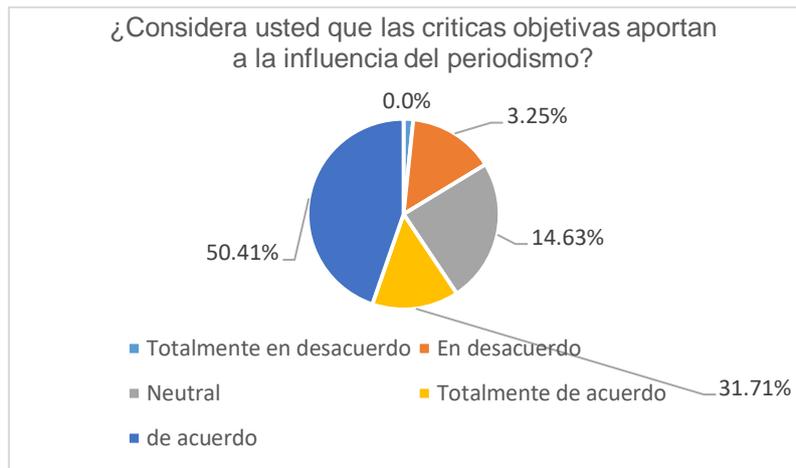
### Gráfico 4



Nota: *Información veraz*

Según los encuestados a la pregunta ¿Considera que la veracidad de la información aporta a la influencia del periodismo?, 50.41% se mostró de acuerdo, el 39.02% totalmente de acuerdo, neutral el 8.94%, totalmente en desacuerdo y en desacuerdo 0.81% respectivamente. Esta información subraya que la confianza del público en el periodismo está estrechamente vinculada a la precisión y veracidad de las noticias que se difunden.

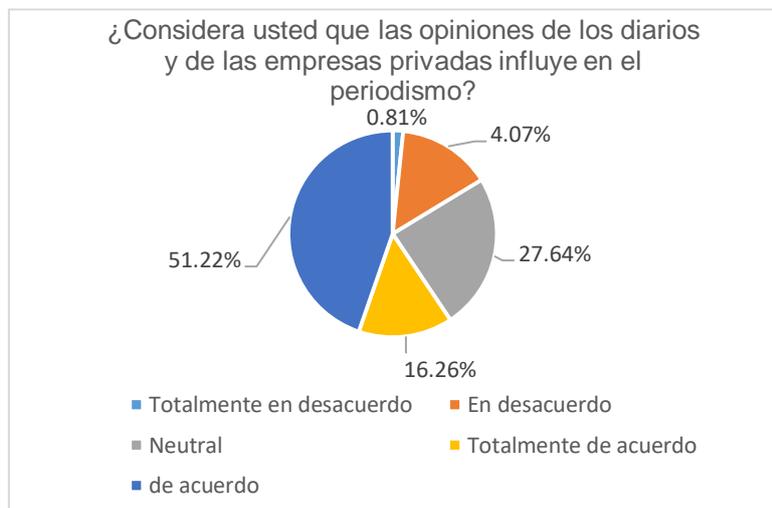
### Gráfico 5



Nota: *Criticas objetivas*

Según los encuestados a la pregunta ¿Considera usted que las críticas objetivas aportan a la influencia del periodismo?, 50.41% indicó estar de acuerdo, 31.71% totalmente de acuerdo, 14.63% neutral, en desacuerdo el 3.25%, totalmente en desacuerdo el 0.00% respectivamente. El análisis de los datos muestra que una mayoría significativa de los encuestados cree que las críticas objetivas contribuyen positivamente a la influencia del periodismo.

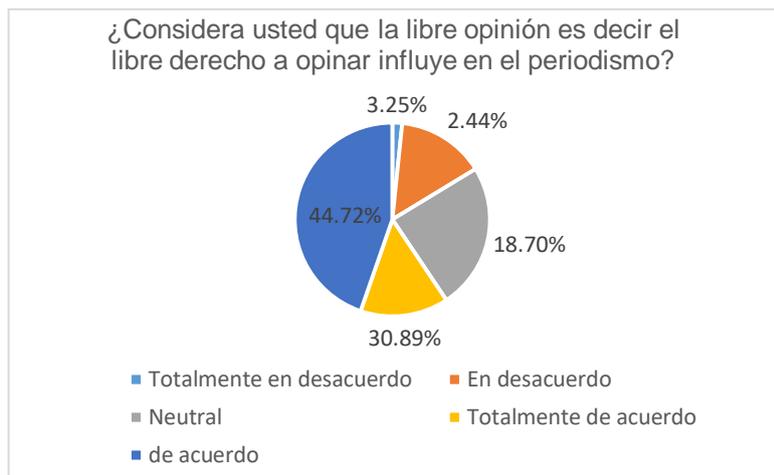
### Gráfico 6



Nota: *Opiniones de diarios*

Según los encuestados a la pregunta ¿Considera usted que las opiniones de los diarios y de las empresas privadas influye en el periodismo?, 51.22% manifestó que está de acuerdo, 27.64% neutral, 16.26% totalmente de acuerdo, 4.07% en desacuerdo y el 0.81% totalmente en desacuerdo. Este resultado subraya que, aunque la mayoría reconoce la influencia de las opiniones de los diarios y las empresas privadas en el periodismo, hay una notable porción de la audiencia que permanece neutral o escéptica.

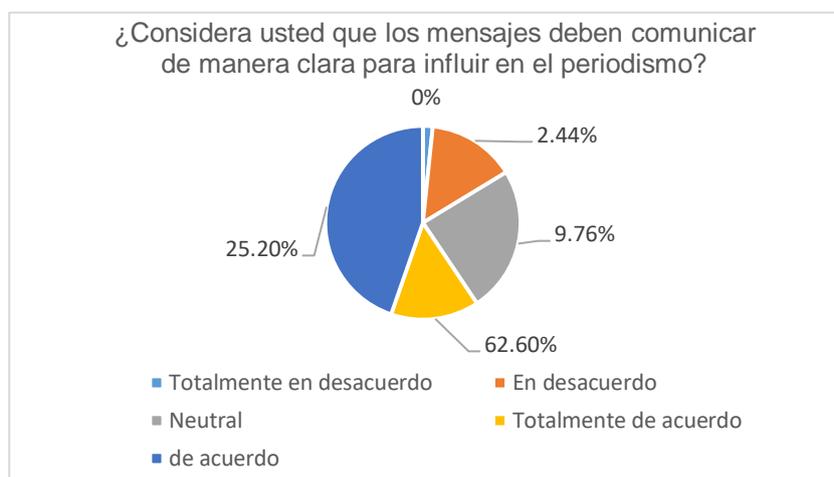
### Gráfico 7



Nota: *Libre opinión*

Según los encuestados a la pregunta ¿Considera usted que la libre opinión es decir el libre derecho a opinar influye en el periodismo?, 44.72% expreso estar de acuerdo, 30.89% totalmente de acuerdo, 18.70% neutral, 3.25% totalmente en desacuerdo, 2.44% en desacuerdo. Estos resultados destacan la percepción generalizada de que la libre opinión es un componente esencial en el periodismo. La capacidad de expresar opiniones libremente es vista como un factor que enriquece el debate público y fortalece la función del periodismo como vigilante de la sociedad.

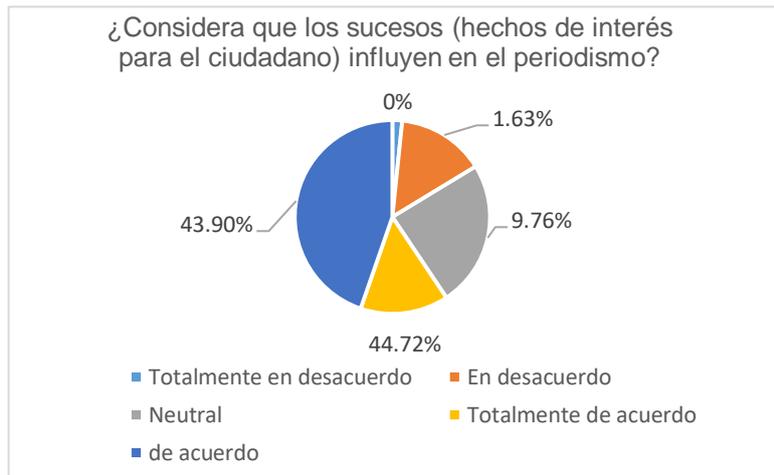
### Gráfico 8



Nota: *Comunicación clara*

Según los encuestados a la pregunta ¿Considera usted que los mensajes deben comunicar de manera clara para influir en el periodismo?, 62.60% manifestó estar totalmente de acuerdo, 25.20% de acuerdo, 9.76% neutral, 2.44% en desacuerdo, el 0.00% señalo estar totalmente en desacuerdo. Estos resultados subrayan la importancia de la claridad en la comunicación para el periodismo. La claridad no solo facilita la comprensión y retención de la información por parte del público, sino que también contribuye a la credibilidad y efectividad del periodismo.

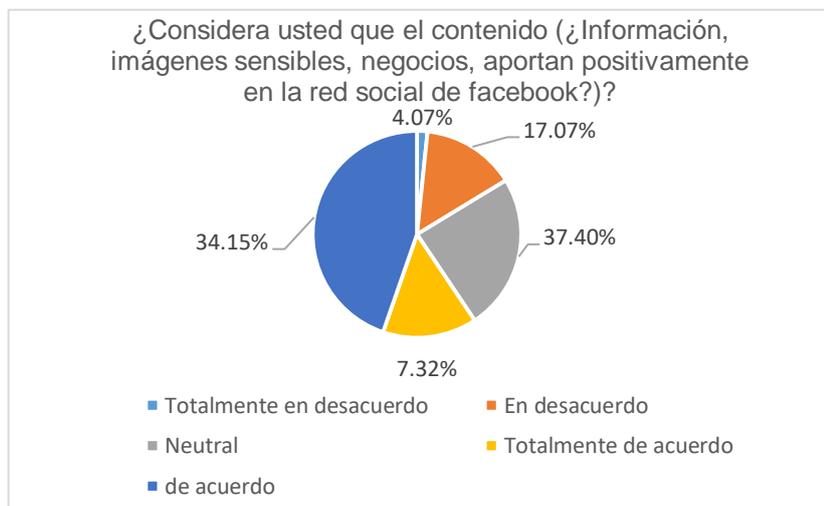
### Gráfico 9



Nota: *Hechos de interés influyente*

Según los encuestados a la pregunta ¿Considera que los sucesos (hechos de interés para el ciudadano) influyen en el periodismo? El 44.72% manifestó estar totalmente de acuerdo, seguido del 43.90% de acuerdo, el 9.76% neutral, 1.63% en desacuerdo y el 0% totalmente en desacuerdo. Lo que se considera que los hechos de interés para el ciudadano si es influyente en el periodismo.

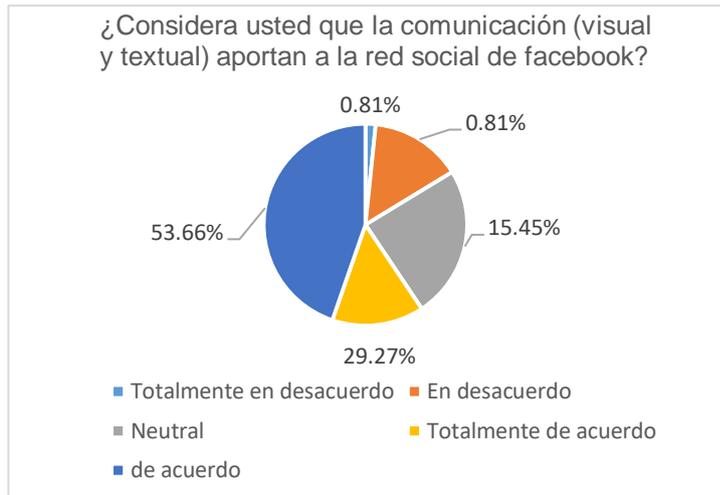
### Gráfico 10



Nota: *Contenido de facebook*

Según los encuestados a la pregunta Considera usted que el contenido (¿Información, imágenes sensibles, negocios, aportan positivamente en la red social de facebook?), 37.40% se mostró neutral, 34.15% de acuerdo, 17.07% en desacuerdo, 7.32% totalmente de acuerdo, 4.07% totalmente en desacuerdo. Este resultado indica una división de opiniones sobre el impacto del contenido en Facebook. La alta proporción de respuestas neutrales podría reflejar incertidumbre o una evaluación caso por caso, dependiendo del tipo de contenido específico.

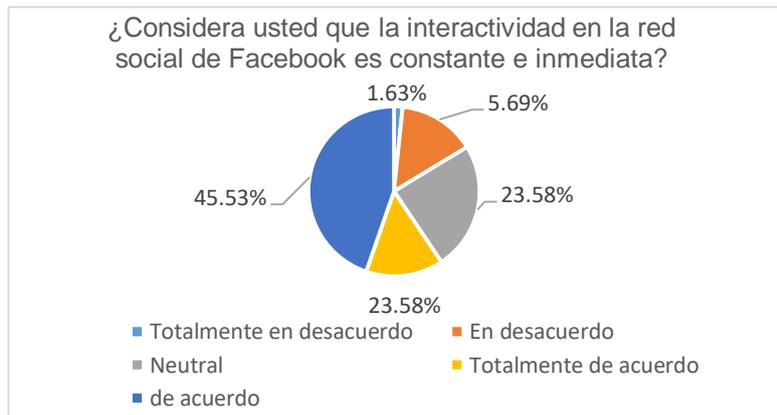
### Gráfico 11



Nota: *Comunicación visual*

Según los encuestados a la pregunta ¿Considera usted que la comunicación (visual y textual) aporta a la red social de facebook? El 53.66% manifestó estar de acuerdo, seguido del 29.27% totalmente de acuerdo, un 15.45% neutral, 0.81% en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Lo que se considera que la comunicación visual y textual aportan si aporta en facebook, aunque no siempre de manera positiva, muchas veces se publican fotografías que no han pasado por un filtro adecuado y lo hacen con la finalidad de originar morbo, de igual manera sucede con la descripción que acompaña esta fotografía.

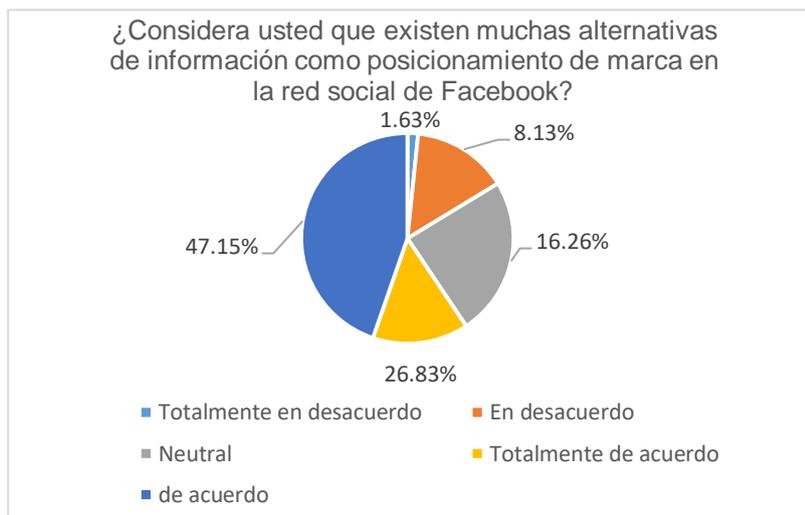
### Gráfico 12



Nota: *Interactividad de Facebook*

Según los encuestados a la pregunta ¿Considera usted que la interactividad en la red social de Facebook es constante e inmediata? El 45.53% expreso estar de acuerdo, el 23.58% totalmente de acuerdo y neutral, el 5.69% en desacuerdo y el 1.63 totalmente en desacuerdo. Estos resultados subrayan que Facebook es una plataforma interactiva, con comunicación rápida. Para los profesionales de la comunicación y el marketing, esto implica que Facebook puede ser una herramienta eficaz para la interacción en tiempo real con la audiencia, permitiendo una comunicación bidireccional y la posibilidad de obtener feedback inmediato.

### Gráfico 13



Nota: *Marcas alternativas en Facebook*

Según los encuestados a la pregunta Considera usted que existen muchas alternativas de información como posicionamiento de marca en la red social de Facebook, 47.15% se mostró de acuerdo, 26.83% totalmente de acuerdo, 16.26% neutral, 8.13% en desacuerdo, 1.63% totalmente en desacuerdo respectivamente. Estos resultados destacan la percepción general de que Facebook ofrece múltiples oportunidades para el posicionamiento de marca, permitiendo a las empresas y organizaciones utilizar diversas estrategias y formatos de contenido para alcanzar y atraer a su audiencia.

## 4.2 Discusión

Se obtuvieron porcentajes positivos y negativos, estructurándose a través de interrogantes por cada objetivo, a continuación, se detallan:

Respecto al primer objetivo específico sobre evaluar la influencia de las noticias difundidas en la red social Facebook en el distrito de Tumbes. Se relaciona con la teoría de la comunicación y modelo de Lasswell (1948) que se encuentra direccionada al proceso de como un sujeto alcanza a comunicarse con otro y a la influencia que tiene la forma en que alcanzar a comunicarse, en este objetivo se obtuvo un 49.59% totalmente en acuerdo en referencia al aporte hacia la influencia del periodismo en relación a los medios de comunicación como, por ejemplo: radio, Tv, redes sociales y periódicos, como se ha indicado previamente, las redes sociales tienen un fuerte nivel de influencia y no siempre se inclina a ser positiva, permite alcanzar una comunicación entre 2 personas, sin embargo, así como se emplea esa velocidad de publicidad, sucede también cuando se tienen una noticia y no se comprueba la veracidad de la misma y se empieza a publicitar un evento falso y lleno de morbo y cause alteración en personas sensibles.

Por ello la población muestra un resultado positivo, ya que la difusión es rápida, sin embargo, no siempre es veraz. Sobre la libre opinión se obtuvo un 44.72% totalmente en acuerdo, actualmente nos encontramos en un país de libre democracia y eso motiva a que las personas comenten sus puntos de vista, si bien es cierto en algunas oportunidades, algunos usuarios tienden a faltarse el respeto mutuamente de manera digital, resultando contraproducente porque impide alcanzar paz social y erradicar los conflictos cibernéticos frecuentes. Quedando claro que la red social se facebook si permite que haya expresión libre entre cada uno de los usuarios. Sobre considerar los hechos relevantes de la sociedad en el periodismo se obtuvo un 44.72% totalmente de acuerdo, durante estos años se han suscitado muchos episodios sociales lamentables, que en muchas ocasiones han desencadenado la muerte de una persona. La sociedad peruana ha sido víctima de constantes hechos sangrientos y también de situaciones crudas como la corrupción de nuestras autoridades, lo que ha motivado a que muchas personas protesten contra estos hechos, terminando en luchas sociales y muertes de los protestantes, así como lo narrado existen más situaciones altamente relevantes, logrando ser conocidas a través de la influencia de los periodistas.

En relación al aporte del contenido como información, imágenes sensibles, negocios en facebook es positivo, alcanzó un 37.40% neutral, siendo el resultado más notorio, dejando claro que esta red social tiene un gran impacto en el rubro del emprendimiento y permite que muchas personas lleguen a más personas y puedan ofertar sus negocios, de manera constante, a través de promociones y publicaciones, resultando desde ese punto de vista muy positivo. Esta investigación obtuvo resultados similares a los obtenidos por León, (2021) quien sostiene que existe influencia positiva y negativa en las noticias que se difunden a través de facebook, ya que algunas gozan de total veracidad sin embargo otras no, lo que causa confusión en los usuarios y no hay filtro para impedir que estos hechos sucedan, es preciso mencionar también que el nivel tecnológico en el que nos encontramos, facilita la creación de muchas noticias falsas, a través del uso de la inteligencia artificial, en ocasiones se filtra la voz de la persona y se utiliza para grabar videos en donde aparentemente esta persona está confirmando alguna noticias, así también existen las ediciones en las fotografías, que son adulteradas de tal manera que la población duda de cualquier información que se publicite.

Queda claro que la red social de facebook es una herramienta muy útil dentro de la comunicación social, ya que tiene distintas funciones y sobre todo permite que haya comunicación entre una o varias personas, sin embargo, no es la red social que falla, por el contrario, es el usuario que vulnera los filtros estipulados y atenta contra los derechos de otra persona.

Respecto al segundo objetivo específico sobre determinar si el lenguaje utilizado en las noticias es el adecuado en la red social Facebook. Este objetivo guarda estricta relación con la teoría del flujo de la comunicación, Lazarsfeld (1940) que sostiene que cuando 2 o más personas se comunican a través del mismo medio o herramienta, la comunicación alcanza a ser más eficiente y sobre todo rápida, por ello este objetivo determina si la forma de lenguaje que se emplea es altamente adecuado y sobre todo coherente en proporción a los derechos de cada usuario, alcanzando así un 62.60% consideró estar totalmente de acuerdo sobre que el contenido de los mensajes debe ser claro y sí influye en el periodismo, una de las funciones primordiales del periodismo es alcanzar información veraz y esta debe ser totalmente clara, para que los usuarios puedan tener un mejor alcance y entendimiento, se ha evidenciado que la población muestra su total respaldo.

Un 53.66% está de acuerdo sobre el aporte de la comunicación tanto visual como textual en beneficio de la red social llamada Facebook, este resultado se desprende de la gran cantidad de imágenes inapropiadas, que conllevan a que las personas sientan que pueden faltarles el respeto a otras, por como visten o se desenvuelven, si bien actualmente esta red social, ha implementado mecanismos de alerta y suspensión de cuentas, en los casos en donde se añaden fotografías o comentarios, buscando así erradicar la violencia, discriminación y el origen de conflictos.

En relación a la interactividad constante e inmediata de Facebook se obtuvo un 45.53% de acuerdo, se mantiene que la población es consciente del uso diario de esta red social, a nivel mundial, formando parte de la vida diaria de las personas, por lo que muchas personas dependen del uso, volviéndose en ocasiones una adicción y/o dependencia.

Nuestra sociedad cuenta con distintos medios que permiten la comunicación, sin embargo el más usado es la plataforma de Facebook, que como refiere Santos (2019), no tiene un lenguaje altamente positivo, desde las fallas ortográficas hasta los insultos, ante ello se implementaron filtros de suspensión para aquellos comentarios que atentasen contra una persona, en cualquier índole, procediendo a suspender los comentarios por un plazo a medida de advertencia, sin embargo muchos usuarios comentan en abreviaturas, configurándose así un insulto.

En relación al tercer objetivo específico sobre analizar la veracidad de la información que brindan en la red social de Facebook, ampliamente relacionado con la teoría de los sistemas sociales de N. Luhmann (2008) que sostiene que los hechos que sucedan dentro de un lugar, deben mantenerse con la verdad, sin embargo deja en clara evidencia que actualmente no sucede eso en el internet, motivo por el que considera que uno de los puntos más importantes en emitir una noticia, es en asegurarse primero de que la información a impartir sea altamente veraz, de tal manera que no se confunda a la población, ni se generen falsas expectativas, resultando así que sobre el impacto positivo en base a la veracidad de la noticia se alcanzó un 41.46% en acuerdo, ya que como se ha indicado antes, la mayoría de periodistas publica una noticia, sin primero confirmar la veracidad de la misma, lo que conlleva a que se le confunda al usuario, causando desconfianza en las publicaciones que se emiten, en relación a la veracidad de la información y su aporte

alcanzó hasta un 50.41% en acuerdo, ya que gran parte de la población refiere que toda la información que se difunde no tiene filtros de credibilidad y por ende genera altos índices de desconfianza y esto genera que a los periodistas se les considere como poco profesionales y personas sin ética, guiados por conseguir morbo y así la población consume noticias falsas, sin embargo la población está de acuerdo con la supuesta veracidad que ofrece esta red social.

Por último, respecto a las alternativas de información como el posicionamiento de la red social de facebook se obtuvo un 47.15% en acuerdo, muchas personas consideran que las fuentes de información verídica deberían estar acreditadas y ser las únicas que impartan noticias, con la finalidad de que no se confunda a la población y se mantenga una sola verdad, permitiendo a la población tener una perspectiva seria y autentica de cualquier hecho.

More (2023) refiere que hoy en día, la mayoría de medios de comunicación anuncia noticias llenas de morbo, con la finalidad de que esto llame la atención del usuario, en ocasiones colocan fotografías o títulos sacados de contexto, para así generar curiosidad en la población y que esta consume, situación similar se vive en facebook, ya que el lenguaje que utilizan algunas páginas para comunicarse es inapropiado, lleno de insultos y palabras soeces, así como las fotografías que se añaden a través de las historias del usuario o como parte de una publicación.

Facebook es una de las redes con más uso en nuestro país, sí bien permite comunicarnos, ya no es usada con tanta frecuencia para ello, ya que primero se tiene que descargar otra aplicación llamada Messenger, por lo que más frecuencia e interacción, tienen las publicaciones e historias, los resultados obtenidos confirman lo que la sociedad considera, afirmando así que es poco predecible conocer si la información que se divulga es veraz.

En relación al objetivo general analizar la influencia de las noticias difundidas de la red social Facebook en el distrito de Tumbes, 2023. Este objetivo guarda relación con la teoría de las redes sociales, Barnes (1954) que refiere que la comunicación es básica y fundamental en cualquier lugar, sostiene además que las personas deben acostumbrarse a el avance social, por ende, deben comprender el uso de estas nuevas herramientas, de tal manera que se acoplen y puedan solventar sus necesidades, se desprende la obtención de Un 44.72% positivo predominante se obtuvo en el apartado sobre sí la sociedad se encuentra informada a través de la

influencia de facebook, que confirma que esta red social si mantiene en constante comunicación a las personas que le dan uso. Desde el inicio de la invención tecnológica quedo claro que una de las finalidades de su creación, es permitir la comunicación entre personas que se encontrasen a kilómetros de distancia con solo contar con acceso al internet. A lo largo de la historia, fuimos testigos de cada evolución de redes sociales ya que en un inicio se crearon redes, pero no tenían tanta efectividad en la comunicación. Un 50.41% está de acuerdo, por ende, los usuarios se mantienen atentos a las expectativas de cada publicación, debiendo gozar la veracidad en el contenido de la noticia, manteniendo una sola versión del desarrollo de los hechos.

Un 51.22% en la posición de acuerdo referente a la influencia del periodismo en relación con las opiniones de los diarios y empresas privadas, cada periódico o también llamado “diarios” manejan un perfil noticiero, algunos manejan con mucho cuidado la ortografía y la veracidad del contenido de la noticia, sin embargo, otros direccionan sus encabezados con títulos morbosos para ganar así publicidad y por ende se venda con mayor proporción, algunas empresas privadas no tienen sinceridad en la información que proporcionan por ende tienden a confundir a los usuarios y aprovechar ese desconocimiento, debiendo el usuario evaluar cuales son las páginas o publicaciones que siguen, ya que algunas sí ofrecen influencia positiva.

Landeta (2019), refiere que la sociedad depende en muchos rubros de la tecnología y dentro de ella se encuentran las redes sociales, que tienen alcances de publicidad muy impactantes e influyentes. Por lo que muchas instituciones y empresas apuestan por que facebook publicite su información, tambien sucede con los emprendedores y empresas que buscan ser más conocidas; facebook cuenta con la opción de Market Place (sitio de compra venta) entre usuarios, en donde se pueden publicar fotografías del producto a través de anuncios, desde este punto de vista esta red le facilita la vida a muchas personas y tambien permite que se concreten relaciones contractuales entre los usuarios, sin embargo esta situación tambien es aprovechada por personas que cometen ilícitos, usando esta opción para estafar a las personas, por ende es que la mayoría de la población refiere tener una opinión compartida, ya que consideran que facebook es altamente útil y necesario pero tambien tiene aspectos negativos poco normados, por lo que si hay exceso de un usuario hacia otro. Reafirma su postura positiva hacia los resultados obtenidos en este objetivo.

## V. CONCLUSIONES

En el estudio realizado, se evaluó la influencia de las noticias difundidas en la red social Facebook en Tumbes, 2023, determinando que esta red es una de las usadas a nivel mundial, que cumple con una de las finalidades básicas de uso es decir la comunicación, pero a su vez precisa que no todos los aspectos y estructuras que contiene esta red, son respaldados por la población, ya que consideran que en algunos casos hay exceso, falta de profesionalismo y poca veracidad en la información de difusión.

La investigación determino que el lenguaje utilizado en las noticias es el adecuado en la red social Facebook en Tumbes, 2023, cerca del 64% refiere que el lenguaje no es el adecuado, ya que por su origen violenta, tiende a causar daño a otras personas, así mismo el lenguaje que se emplea no es el apropiado, puesto que se usan palabras vulgares, sin embargo queda claro que existen páginas propias de esta red que si ofrecen un impecable lenguaje (sin errores ortográficos, con títulos veraces pero sanos, con información confirmada a un 100% entre otros). Se evidenció también que los estudiantes tienen déficit al momento de identificar un correcto uso adecuado de lenguaje por ende se requiere de un estudio más específico para moldear la forma de lenguaje que se emplea.

Así mismo se analizó la veracidad de la información que brindan en la red social Facebook en Tumbes, 2023, encontrando que más del 46% considera que las noticias difundidas mediante esta red si provienen de fuentes confiable, pero que probablemente en el camino de la publicación es que se pierde la confiabilidad y esencia de la noticia, combinándose así con el morbo y otras faltas de respeto, que reducen la credibilidad de la información. Queda claro además que los estudiantes requieren de mecanismos urgentes que les permita descifrar la veracidad de una noticia y evitar su circulación en esta red.

Finalmente se analizó la influencia de las noticias difundidas de la red social Facebook en Tumbes, 2023, quedando claro que la influencia es positiva y un 30% de la población refiere que la influencia es negativa por lo que uso debería ser controlado y de no obedecer será sancionado. Esta red es una de las que más ha evolucionado, pero también es la más usada demostrando así que la población se siente cómoda con sus modificaciones y mejores resultados.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se sugiere al Estado peruano a promover el uso de los canales y plataformas digitales como facebook, con previos límites establecidos, es decir que su uso sea empleado para fines académicos y/o de distracción, pero que no pongan en riesgo la tranquilidad de los demás usuarios y fomentar del Pensamiento Crítico.

Se sugiere a la universidad UNTUMBES y a otras instituciones vinculadas con esta problemática a nivel nacional, a capacitar a la población sobre su uso, mediante los distintos programas del Estado, de tal manera que realicen un manejo responsable, conociendo las probabilidades de algún error o alteración de su información. Así mismo se sugiere que se implementen talleres, actividades y seminarios para promover el uso de lenguaje formal dentro de cualquier contenido.

Se recomienda a los docentes de esta línea de investigación ha constantemente realizar capacitaciones (docente- alumno) y viceversa, para mantenerse actualizados de la problemática vigente.

Se sugiere a cada uno de los alumnos, ha realizar seminarios, capacitaciones, debates, etc., de tal manera que mantiene un contacto permanente con esta problemática y probablemente hallen respuesta a través de 3 o 4 investigaciones más.

Se sugiere que los docentes asistan obligatoriamente a clases y comprendan el periodo de enseñanza y así logren comprender con mayor precisión los factores que influyen en esta problemática y lo importa que es no escoger documentación que no sea mi propia autoría. Se sugiere también tener iniciativas para la creación de programas relacionados a la alfabetización mediática y combatir la proliferación de noticias falsas.

## XI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boyer, R. L. A. (2022). *Análisis del tratamiento de la información periodística del diario regional Tumbes 21 durante el mes de noviembre, 2020* [Universidad Nacional de Tumbes]. <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/63616/TESIS - BOYER RASCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bustos Díaz, J., & Ruiz del Olmo, F. J. (2020). Fuentes verificadas ante las Fakes News. El caso de Facebook, Google y Microsoft frente a la desinformación durante el COVID-19. *Revista de Estilos de Aprendizaje*, 13(26), 1–12. <https://doi.org/10.55777/rea.v13i26.2158>
- Espericueta, C. J. G. (2019). *Periodismo ciudadano y participación política de los jóvenes entre 18 y 25 años en Callao Cercado, 2019* [Universidad César Vallejo]. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59628/Rios\\_SJG-Salvador\\_BDS-SD.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59628/Rios_SJG-Salvador_BDS-SD.pdf?sequence=1)
- Jiménez, P. P., & Flávia, G.-F. e S. (2019). Visibilidad de la información en redes sociales: los algoritmos de Facebook y su influencia en el clickbait. *Caleidoscopio - Revista Semestral de Ciencias Sociales y Humanidades*, 1(41), 1–39. <https://doi.org/10.33064/41crscsh1772>
- Lacerna, M. R. E. (2020). *Uso de páginas de facebook como herramienta de marketing para restaurantes turísticos de Lambayeque 2020* [Universidad Señor de Sipán]. [https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9275/Lacerna Montoya%2C Rosa Etelmira.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9275/Lacerna_Montoya%2C_Rosa_Etelmira.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Lam, S. K. L. (2018). *Facebook como herramienta de oferta y demanda para el sector retail: caso Saga Falabella y Ripley Cchilayo* [Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/2309>
- Landeta, B. Z. (2019). Redes sociales y Periodismo ciudadano: Investigación documental. *Journal of Science and Research*, 1(2528–8083), 1–16. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/761/600>
- Leon, C. D. N. (2021). *Evaluación del tratamiento periodístico del periodismo ciudadano en los seguidores del Facebook Roger García Noticias. Lima. 2021* [Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/64857>

- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers. Revista de Sociología*, 48, 103.  
<https://doi.org/10.5565/rev/papers/v48n0.1814>
- Márquez Domínguez, C., & Ulloa Boada, M. C. (2021). Periodismo digital y Facebook durante el COVID-19 en Perú y Ecuador. *URU. Revista de Comunicación y Cultura*, 1, 111–132.  
<https://doi.org/10.32719/26312514.2021.4.8>
- More, I. S. E. (2023). *Apología del periodismo y la vulneración al derecho de honor de los investigados en Tumbes, 2022* [Universidad Nacional de Tumbes].  
[http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/64056/TESIS - MORE IMAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/64056/TESIS_MORE_IMAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Nieto, I. M. A. (2022). *Periodismo Científico: Campaña Periodística escrita para concienciar a los ciudadanos sobre los efectos del cambio climático* [Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].  
[https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5851/1/TL\\_NietolglesiasMiguel.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5851/1/TL_NietolglesiasMiguel.pdf)
- Rodríguez, V. L. Z. (2021). *Influencia de la prensa escrita sensacionalista en la percepción de los ciudadanos tumbesinos sobre la inseguridad ciudadana, 2019* [Universidad Nacional de Tumbes]. [http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2476/TESIS - RODRIGUEZ VARGAS.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2476/TESIS_RODRIGUEZ_VARGAS.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Saavedra, R. M. E. (2021). *Facebook y las fake news sobre la covid-19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021* [Universidad Nacional de Tumbes].  
[http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/63699/TESIS - SAAVEDRA RAMIREZ.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/63699/TESIS_SAAVEDRA_RAMIREZ.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. *El Profesional de La Información*, 28(1), 27.  
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/69729/42172>
- Santos, M. B. H. (2019). *Facebook de la municipalidad y la comunicación política del alcalde George Forsyth en La Victoria, 2019* [Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59628/Rios\\_SJG-Salvador\\_BDS-SD.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59628/Rios_SJG-Salvador_BDS-SD.pdf?sequence=1)
- Serna, D. D. M. (2022). *Fotoperiodismo y Calidad informativa en las portadas de los diarios regionales de Tumbes, 2022* [Universidad Nacional de Tumbes].  
[http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/64279/TESIS - SERNA](http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/64279/TESIS_SERNA)

- Serrano, J. G., Romero-Rodríguez, L. M., & Gómez, Á. H. (2019). Análisis del clickbaiting en los titulares de la prensa española contemporánea. Estudio de caso: diario El País en Facebook. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 25(1), 1–16. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63724>
- Vallejos, A. Y. A. (2019). *La red social facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del colegio particular "Universia"* [Universidad Señor de Sipan]. [https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6198/Vallejos Armijos Yesenia Anali.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6198/Vallejos_Armijos_Yesenia_Anali.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

# **ANEXOS**

## Anexo 1.- Instrumento de validación

### GUÍA

#### “VALIDEZ DE CONTENIDO MEDIANTE EL MÉTODO JUICIO DE EXPERTOS”



Respetado juez: Mg.

Mario Fernando Arbulu Castañeda

Usted ha sido seleccionado para valorar el instrumento denominado: encuesta sobre la influencia de noticias difundidas en Facebook en la formación profesional de estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNTUMBES. La evaluación del mismo es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de este sean utilizados eficientemente; aportando a la línea de investigación en comunicación, sociedad, cultura, organizaciones y medio ambiente de la Universidad Nacional de Tumbes.

En la siguiente tabla se presentan los criterios a considerar para evaluar los ítems del instrumento.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (No cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (Bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (Moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (Alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

### 1. Evaluación de los ítems.

Lea con detenimiento los ítems y calificar en una **escala de 1 a 4 su valoración**, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Influencia de las noticias	Sociedad	Informada	1.- ¿Considera usted que se tiene informada a la sociedad a través de la influencia de Facebook?	4	4	4	Ninguna
	Noticia	Veracidad	2.- ¿Considera usted que la veracidad de la noticia impacta positivamente en la influencia del periodismo?	4	4	4	Ninguna
	Medios de comunicación	Radio, tv, redes sociales, periódicos	3.- ¿Considera que los medios de comunicación (¿radio, Tv, redes sociales, periódicos? ¿Aportan a la influencia del periodismo?	4	4	4	Ninguna

	Objetividad	Veracidad de la información	4.- ¿Considera que la veracidad de la información aporta a la influencia del periodismo?	4	4	4	Ninguna
	Criticas	Objetivas	5.- ¿Considera usted que las criticas objetivas aportan a la influencia del periodismo?	4	4	4	Ninguna
	Opiniones	Públicas, privadas	6.- ¿Considera usted que las opiniones de los diarios y de las empresas privadas influye en el periodismo?	4	4	4	Ninguna
	Libre opinión	Libre derecho a opinar	7.- ¿Considera usted que la libre opinión es decir el libre derecho a opinar influye en el periodismo?	4	4	4	Ninguna
	Mensaje	Comunicar de manera clara	8.- ¿Considera usted que los mensajes deben comunicar de manera clara para influir en el periodismo?	4	4	4	Ninguna

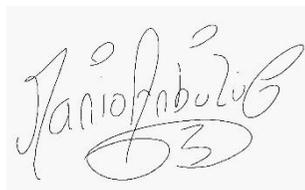
	Sucesos	Hechos de interés para el ciudadano	9.- ¿Considera que los sucesos (hechos de interés para el ciudadano) influyen en el periodismo?	4	4	4	Ninguna
Variable 2:  Red social Facebook	Contenido	Información, imágenes sensibles, negocios	10.- ¿Considera usted que el contenido (Información, imágenes sensibles, negocios, aportan positivamente en la red social de facebook?	4	4	4	Ninguna
	Comunicación	Visual, textual	11.- ¿Considera usted que la comunicación (visual y textual) aportan a la red social de facebook?	4	4	4	Ninguna
	Interactividad	Constante e inmediata	12.- ¿Considera usted que la interactividad en la red social de Facebook es constante e inmediata?	4	4	4	Ninguna
	Posicionamiento de la marca	Posicionamiento como marca informativa	13.- ¿Considera usted que existen muchas alternativas de marca en la red social de facebook?	4	4	4	Ninguna

## 2. Datos referenciales del experto.

- Nombre y Apellidos: Mario Fernando Arbulu Castañeda
- Centro laboral: Universidad Nacional de Tumbes
- Título profesional: Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
- Grado académico y mención: Magister en Gestión Pública

## 3. Conclusión de la evaluación.

El instrumento de evaluación se encuentra listo para ser aplicado en su investigación.



.....  
Mg. Mario Fernando Arbulu Castañeda  
DNI 41650620 Teléfono N° 997277683



Respetado juez: Lic. Renzo Muñoz Rodríguez

Usted ha sido seleccionado para valorar el instrumento denominado: encuesta sobre la influencia de noticias difundidas en Facebook en la formación profesional de estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNTUMBES. La evaluación del mismo es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de este sean utilizados eficientemente; aportando a la línea de investigación en comunicación, sociedad, cultura, organizaciones y medio ambiente de la Universidad Nacional de Tumbes.

En la siguiente tabla se presentan los criterios a considerar para evaluar los ítems del instrumento.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	5. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	6. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	7. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	8. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	5. Totalmente en desacuerdo (No cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	6. Desacuerdo (Bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	7. Acuerdo (Moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	8. Totalmente de Acuerdo (Alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

#### 4. Evaluación de los ítems.

Lea con detenimiento los ítems y calificar en una **escala de 1 a 4 su valoración**, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Influencia de las noticias	Sociedad	Informada	1.- ¿Considera usted que se tiene informada a la sociedad a través de la influencia de Facebook?	4	4	4	Ninguna
	Noticia	Veracidad	2.- ¿Considera usted que la veracidad de la noticia impacta positivamente en la influencia del periodismo?	4	4	4	Ninguna
	Medios de comunicación	Radio, tv, redes sociales, periódicos	3.- ¿Considera que los medios de comunicación (¿radio, Tv, redes sociales, periódicos? ¿Aportan a la influencia del periodismo?	4	4	4	Ninguna
	Objetividad	Veracidad de la información	4.- ¿Considera que la veracidad de la información aporta a la influencia del periodismo?	4	4	4	Ninguna

	Criticas	Objetivas	5.- ¿Considera usted que las criticas objetivas aportan a la influencia del periodismo?	4	4	4	Ninguna
	Opiniones	Públicas, privadas	6.- ¿Considera usted que las opiniones de los diarios y de las empresas privadas influye en el periodismo?	4	4	4	Ninguna
	Libre opinión	Libre derecho a opinar	7.- ¿Considera usted que la libre opinión es decir el libre derecho a opinar influye en el periodismo?	4	4	4	Ninguna
	Mensaje	Comunicar de manera clara	8.- ¿Considera usted que los mensajes deben comunicar de manera clara para influir en el periodismo?	4	4	4	Ninguna
	Sucesos	Hechos de interés para el ciudadano	9.- ¿Considera que los sucesos (hechos de interés para el ciudadano) influyen en el periodismo?	4	4	4	Ninguna
	Contenido	Información, imágenes sensibles, negocios	10.- ¿Considera usted que el contenido (Información, imágenes sensibles, negocios, aportan positivamente en la red social de facebook?	4	4	4	Ninguna

Variable 2:  Red social Facebook	Comunicación	Visual, textual	11.- ¿Considera usted que la comunicación (visual y textual) aportan a la red social de facebook?	4	4	4	Ninguna
	Interactividad	Constante e inmediata	12.- ¿Considera usted que la interactividad en la red social de Facebook es constante e inmediata?	4	4	4	Ninguna
	Posicionamiento de la marca	Posicionamiento como marca informativa	13.- ¿Considera usted que existen muchas alternativas de marca en la red social de facebook?	4	4	4	Ninguna

**2. Datos referenciales del experto.**

- Nombre y Apellidos: Renzo Alexander Muñoz Rodriguez
- Centro laboral: Gobierno Regional de Tumbes
- Título profesional: Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- Grado académico y mención:

**3. Conclusión de la evaluación.**

El instrumento de evaluación se encuentra listo para ser aplicado en su investigación.



.....  
**Lic. Renzo Alexander Muñoz Rodríguez**

**DNI: 72671815 – Celular: 961 861 585**



Respetado juez: Dr. Daniel Edgar Alvarado León

Usted ha sido seleccionado para valorar el instrumento denominado: encuesta sobre la influencia de noticias difundidas en Facebook en la formación profesional de estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNTUMBES 2023. La evaluación del mismo es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de este sean utilizados eficientemente; aportando a la línea de investigación en comunicación, sociedad, cultura, organizaciones y medio ambiente de la Universidad Nacional de Tumbes.

En la siguiente tabla se presentan los criterios a considerar para evaluar los ítems del instrumento.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (No cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (Bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (Moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (Alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.

El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

### 1. Evaluación de los ítems.

Lea con detenimiento los ítems y calificar en una **escala de 1 a 4 su valoración**, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/RECOMENDACIONES
Influencia de las noticias	Sociedad	Informada	1.- ¿Considera usted que se tiene informada a la sociedad a través de la influencia de Facebook?	4	4	4	
	Noticia	Veracidad	2.- ¿Considera usted que la veracidad de la noticia impacta positivamente en la influencia del periodismo?	4	4	4	
	Medios de comunicación	Radio, tv, redes sociales periódicos	3.- ¿Considera que los medios de comunicación (¿radio, Tv, redes sociales, periódicos? ¿Aportan a la influencia del periodismo?	4	4	4	Dentro de los paréntesis no debe consignarse signo de interrogación

							ón. Por tanto, debe quitar y unificar la pregunta (quitar el signo de interrogación de apertura antes de aportan).
	Objetividad	Veracidad de la información	4.- ¿Considera que la veracidad de la información aporta a la influencia del periodismo?	4	4	4	
	Criticas	Objetivas	5.- ¿Considera usted que las criticas objetivas aportan a la influencia del periodismo?	4	4	4	
	Opiniones	Públicas, privadas	6.- ¿Considera usted que las opiniones de los diarios y de las empresas privadas influye en el periodismo?	4	4	4	

	<b>Libre opinión</b>	<b>Libre derecho a opinar</b>	<b>7.- ¿Considera usted que la libre opinión es decir el libre derecho a opinar influye en el periodismo?</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	
	<b>Mensaje</b>	<b>Comunicar de manera clara</b>	<b>8.- ¿Considera usted que los mensajes deben comunicar de manera clara para influir en el periodismo?</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	
	<b>Sucesos</b>	<b>Hechos de interés para el ciudadano</b>	<b>9.- ¿Considera que los sucesos (hechos de interés para el ciudadano) influyen en el periodismo?</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	
<b>Variable 2:</b>	<b>Contenido</b>	<b>Información, imágenes sensibles, negocios</b>	<b>10.- ¿Considera usted que el contenido (¿Información, imágenes sensibles, negocios, aportan positivamente en la red social de facebook?</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>Debe utilizar correctamente los paréntesis, como en la pregunta 11.</b>

<b>Red social Facebook</b>	<b>Comuni cación</b>	<b>Visual, textual</b>	<b>11.- ¿Considera usted que la comunicación (visual y textual) aportan a la red social de facebook?</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	
	<b>Interacti vidad</b>	<b>Constan te e inmediat a</b>	<b>12.- ¿Considera usted que la interactividad en la red social de Facebook es constante e inmediata?</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	
	<b>Posicion amiento de la marca</b>	<b>Posicion amiento como marca informat iva</b>	<b>13.- ¿Considera usted que existen muchas alternativas de marca en la red social de Facebook?</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	

## 2. Datos referenciales del experto.

- Nombre y Apellidos: Daniel Edgar Alvarado León
- Centro laboral: UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
- Título profesional: Licenciado en Comunicación Social
- Grado académico y mención: Doctor en Comunicación Social

## 3. Conclusión de la evaluación.

El instrumento de evaluación se encuentra listo para ser aplicado en su investigación.



.....  
**Dr. Daniel Edgar Alvarado León**  
**DNI: 32941968 – Celular: 952050247**

Anexo 2.- Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<p>VARIABLE 1: Influencia de las noticias</p>	<p>La influencia del periodismo se entiende como la acción de intervenir en un determinado campo o ámbito a través de la difusión de una noticia, pudiendo ser de impacto positivo o negativo, muchas veces la influencia puesta en redes sociales direcciona a los usuarios a percibir y criticar noticias poco verídicas (Rodríguez, 2021)</p>	<p>la primera variable estará compuesta por 9 dimensiones y cada uno de ellos tendrá un indicador</p>	Sociedad	Informada	¿Considera usted que se tiene informada a la sociedad a través de la influencia de Facebook?
			Noticia	veracidad	¿Considera usted que la veracidad de la noticia impacta positivamente en la influencia del periodismo?
			Medios de comunicación	Radio, tv, redes sociales, periódicos	¿Considera usted que los medios de comunicación (¿radio, tv, redes sociales, periódicos? aportan a la influencia del periodismo?
			Objetividad	Veracidad de la información	¿Considera usted que la veracidad de la información aporta a la objetividad de la influencia del periodismo?
			Criticas	Objetivas	¿Considera usted que las criticas objetivas aportan a la influencia del periodismo?
			Opiniones	Públicas, privadas	¿Considera usted que las opiniones públicas y privadas influyen en el periodismo?
			Libre opinión	Libre derecho a opinar	¿Considera usted que la libre opinión es decir el libre derecho a opinar influye en el periodismo?

			Mensaje	Comunicar de manera claro	¿Considera usted que los mensajes deben comunicar de manera clara para influir en el periodismo?
			Sucesos	Hechos de interés para el ciudadano	¿Considera que los sucesos (hechos de interés para el ciudadano) influyen en el periodismo?
VARIABLE 2: Red Social de Facebook	Resulta ser uno de los funcionamientos más sencillos que existen actualmente, cada usuario cuenta con un perfil vinculado a un correo electrónico desde donde se pueden compartir distintos formatos (Nieto,2022)	la segunda variable estar compuesta por 4 dimensiones y cada uno de ellos tendrá un indicador	Contenido	Información, imágenes sensibles, negocios	¿Considera usted que el contenido (¿información, imágenes sensibles, negocios, aportan positivamente en la red social de Facebook?
			Comunicación	Visual, textual	¿Considera usted que la comunicación (visual y textual) aportan a la red social de Facebook?
			Interactividad	Constante e inmediata	¿Considera usted que la interactividad en la red social de Facebook es constante e inmediata?
			Posicionamiento de marca	Posicionamiento como marca informativa	¿Considera usted que existen muchas alternativas de información como posicionamiento de marca en la red social de Facebook?

Anexo 03.- Matriz de consistencia

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	METODOLOGÍA				
¿Cómo influyen las noticias de la red social Facebook en la formación profesional de los estudiantes de Ciencias de la comunicación de la UNTUMBES, 2023?	Analizar la influencia de las noticias difundidas de la red social Facebook en el distrito de Tumbes, 2023	<p><b>Hi:</b> Existe relación directa entre la influencia de las noticias difundidas y la red social de Facebook del distrito de Tumbes, 2023.</p> <p><b>H0:</b> Existe relación inversa entre la influencia de las noticias difundidas y la red social de Facebook del distrito de Tumbes, 2023.</p>	<b>Variable 1: Influencia del Periodismo</b>				
			<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>ITEMS</b>	<b>ÍNDICE</b>
			Sociedad	Informada	Cuestionario aplicado a los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación - UNT	1	Escala de Likert
			Noticia	Veracidad		2	
			Medios de comunicación	Radio, tv, redes sociales, periódicos		3	
			Objetividad	Veracidad de la información		4	
			Críticas	Objetivas		5	
			Opiniones	Públicas y privadas		6	
			Libre opinión	Libre derecho a opinar		7	
			Mensaje	Comunicar de manera claro		8	
			Sucesos	Hechos de interés para el ciudadano		9	
			<b>Variable 2: Red social de Facebook en el distrito de Tumbes, 2023</b>				
			<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>ITEMS</b>	<b>ÍNDICE</b>
			Contenido	Información, imágenes sensibles, negocios	Cuestionario aplicado a los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación - UNT	10	Escala de Likert
			Comunicación	Visual, Textual		11	
			Interactividad	Constante e inmediata		12	
			Posicionamiento de marca	Posicionamiento como marca informativa		13	
<p><b>P. ESPECÍFICOS</b></p> <p>¿Hasta qué punto las noticias que lees en Facebook influyen en tus opiniones sobre temas de actualidad?</p> <p>¿Consideras que el lenguaje utilizado en las noticias de Facebook es fácil de entender?</p> <p>¿Consideras que la mayoría de las noticias en Facebook son confiables?</p>	<p><b>O. ESPECÍFICOS</b></p> <p>Evaluar, la influencia de las noticias difundidas en la red social Facebook en el distrito de tumbes.</p> <p>Determinar si el lenguaje utilizado en las noticias es el adecuado en la red social Facebook.</p> <p>Analizar la veracidad de la información que brindan en la red social Facebook.</p>	<p><b>H. ESPECÍFICAS</b></p> <p>H.P. Hasta qué punto las noticias que lees en Facebook influyen en tus opiniones de manera positiva</p> <p>H.N. Hasta qué punto las noticias que lees en Facebook influyen en tus opiniones de manera negativa</p> <p>H.P. El lenguaje utilizado en las noticias de Facebook si es fácil de entender</p> <p>H.N. El lenguaje utilizado en las noticias de Facebook no es fácil de entender</p>					

**ANEXO 4: Instrumento de investigación aplicado a los lectores del distrito de Tumbes para la recopilación de datos.**

**CUESTIONARIO**

**INFLUENCIA DEL PERIODISMO EN LA RED SOCIAL FACEBOOK, TUMBES 2023**

Estimado (a) Participante:

Mi nombre es Barrientos García, Sthefany Cindy, bachiller de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes. En esta oportunidad, estoy realizando una investigación cuyo objetivo es **“Influencia de noticias difundidas en Facebook en la formación profesional de estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNTUMBES, 2023”**. Para ello, no es necesaria su identificación personal, solo es de interés los datos que pueda proporcionar de forma sincera y la colaboración que pueda brindar para llevar a feliz término la recopilación de información que se lleva a cabo.

**DATOS GENERALES:**

Sexo: (M) (F)

**INDICACIONES:** Este cuestionario está constituido por 20 ítems, y se ha considerado trabajar con la siguiente escala de Likert.

**-2 Totalmente en desacuerdo -1: En desacuerdo 0: Neutral 1: En acuerdo 2: Totalmente de acuerdo**

Marque con un aspa (x) la alternativa que usted considere conveniente.

*¡Gracias por su valiosa participación!*



## UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

### FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

### ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

### INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS

Estimado(a) participante:

El presente instrumento tiene como finalidad *analizar la influencia de las noticias difundidas de la red social Facebook en el distrito de Tumbes, 2023*. Solicito de usted, su valiosa colaboración. Por favor responda todos los ítems. Agradeciendo su colaboración (estricta confidencialidad)

**Bach. Sthefany Cindy Barrientos García**

**PARTE I: ASPECTOS SOCIO ACADÉMICOS.** Seleccione la categoría de respuesta de su preferencia colocando una X en la casilla correspondiente.

Genero:

M

F

## PARTE II: INFLUENCIA DE LAS NOTICIAS

Seleccione la respuesta que considere de su preferencia, marcando con un aspa(X) en el cuadro que corresponda:

Escala: -2 totalmente en desacuerdo; -1 en desacuerdo; 0 neutral; 1 de acuerdo; 2 totalmente de acuerdo.

ITEMS		-2	-1	0	1	2
¿Cómo percibe usted los siguientes aspectos?						
1.	¿Considera usted que se tiene informada a la sociedad a través de la influencia de Facebook?					
2.	¿Considera usted que la veracidad de la noticia impacta positivamente en la influencia del periodismo?					
3.	¿Considera que los medios de comunicación (¿radio, Tv, redes sociales, periódicos? ¿Aportan a la influencia del periodismo?					
4.	¿Considera que la veracidad de la información aporta a la influencia del periodismo?					
5.	¿Considera usted que las críticas objetivas aportan a la influencia del periodismo?					
6.	¿Considera usted que las opiniones de los diarios y de las empresas privadas influye en el periodismo?					
7.	¿Considera usted que la libre opinión es decir el libre derecho a opinar influye en el periodismo?					
8.	¿Considera usted que los mensajes deben comunicar de manera clara para influir en el periodismo?					
9.	¿Considera que los sucesos (hechos de interés para el ciudadano) influyen en el periodismo?					

### PARTE III: RED SOCIAL FACEBOOK

Seleccione la respuesta que considere de su preferencia, marcando con un aspa(X) en el cuadro que corresponda:

Escala: -2 totalmente en desacuerdo; -1 en desacuerdo; 0 neutral; 1 de acuerdo; 2 totalmente de acuerdo.

	<b>ITEMS</b>					
	<b>¿Cómo percibe usted los siguientes aspectos?</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
10.	¿Considera usted que el contenido (¿Información, imágenes sensibles, negocios, aportan positivamente en la red social de facebook?)					
11.	¿Considera usted que la comunicación (visual y textual) aportan a la red social de facebook?					
12.	¿Considera usted que la interactividad en la red social de Facebook es constante e inmediata?					
13	¿Considera usted que existen muchas alternativas de información como posicionamiento de marca en la red social de Facebook?					

## Anexo 5.- Fotografías

