



**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

TESIS

**Percepción del programa “Quévaser Noticias” en
la plataforma de Facebook, Mórrope-2022.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Autor:

Bach. Juarez Perales, Alex Raul

<https://orcid.org/0000-0003-1655-4262>

Asesora:

Mg. Cabrejos Pita, Zoila Nelly

<https://orcid.org/0000-0002-7243-0435>

Línea de Investigación:

Ciencias de la información como herramientas multidisciplinares y
estratégicas en el contexto industrial y de organizaciones

Sub línea de Investigación:

Nuevas tendencias digitales orientadas al análisis y uso estratégico de la
información

Pimentel – Perú

2024




DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien suscribe la **DECLARACIÓN JURADA**, Juarez Perales, Alex Raul, **bachiller** del Programa de Estudios **de Ciencias de la Comunicación** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C., declaro bajo juramento que soy autor del trabajo titulado:

“Percepción del programa Quévaser Noticias en la plataforma de Facebook, Mórrope-2022”.

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y auténtico.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

Juarez Perales Alex Raul	DNI: 76087745	
--------------------------	---------------	---

Pimentel, setiembre del 2024.

**“Percepción del programa Quévaser Noticias en la plataforma de Facebook,
Mórrope-2022”**



DRA. HERRERA TIMANA BETTY LILIANA

Presidente de Jurado de Tesis



MG. CABREJOS PITA ZOILA NELLY

Secretario de Jurado de Tesis



DRA. PAREDES DELGADO SHARON SOLEDAD

Vocal de Jurado de Tesis

DEDICATORIA

A mis padres que siempre anhelaron que sea un profesional y me brindaron su apoyo incondicional; a la niñez y juventud de mi caserío Monte Verde, en Mórrope, región Lambayeque, para que estén convencidos de que los sueños se pueden cumplir con esfuerzo, preparación y mucha gratitud hacia Dios.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por guiarme en cada jornada; a los docentes, por compartir conmigo sus conocimientos; y a mí, por creer en lo capaz que soy.

Resumen

El presente trabajo de investigación recoge la percepción que tienen los usuarios de la red social Facebook sobre el programa informativo “Quévaser Noticias”, a través del análisis de tres indicadores: posicionamiento, interacción y narrativa audiovisual. Para ello, se aplicó la técnica del focus group y una entrevista a expertos; mientras que los instrumentos utilizados fueron la guía de focus group y la guía de entrevista. En el focus group, que se desarrolló de manera virtual, participaron 6 seguidores del fan page del medio digital Quévaser, seleccionados aleatoriamente. Mientras tanto, la entrevista a expertos se aplicó a tres experimentados periodistas de la región Lambayeque, que analizaron la narrativa audiovisual del referido espacio informativo. Posteriormente, la información fue ordenada en un cuadro interpretativo que permitió concluir que, el programa “Quévaser Noticias” posee credibilidad, buen posicionamiento entre sus seguidores de Facebook y su contenido periodístico es relevante generando la interacción de los usuarios que dejan sus reacciones, comentarios y comparten las transmisiones. Respecto a la narrativa audiovisual, se concluyó que es un programa con buena estética y calidad audiovisual.

Palabras clave: percepción, credibilidad, información, medio digital, Facebook.

Abstract

This research work collects the perception that users of the social network Facebook have about the information program “Quévaser Noticias”, through the analysis of three indicators: positioning, interaction and audiovisual narrative. To do this, the focus group technique and an interview with experts were applied; While the instruments used were the focus group guide and the interview guide. In the focus group, which was developed virtually, 6 randomly selected followers of the fan page of the digital media Quévaser participated. Meanwhile, the interview with experts was applied to three experienced journalists from the Lambayeque region, who analyzed the audiovisual narrative of the aforementioned information space. Subsequently, the information was organized in an interpretive table that allowed us to conclude that, “Quévaser Noticias” program has authority, good positioning among its Facebook followers and its journalistic content is relevant, generating the interaction of users who leave their reactions, comments and share the transmissions. Regarding the audiovisual narrative, it is concluded that it is a program with good aesthetics and audiovisual quality.

Keywords: Keywords: perception, credibility, information, digital medium, Facebook.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTOS	6
Resumen.....	7
Abstract.....	8
<u>I. INTRODUCCIÓN.....</u>	<u>10</u>
<u>Formulación del problema.....</u>	<u>22</u>
<u>Objetivo general y objetivos específicos.....</u>	<u>22</u>
II. MATERIAL Y MÉTODO.....	23
III. <u>REPORTE DE RESULTADOS.....</u>	<u>27</u>
<u>3.1. Análisis de discusión de resultados.....</u>	<u>27</u>
IV. <u>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</u>	<u>31</u>
<u>3.2.1. Conclusiones.....</u>	<u>31</u>
3.2.1. <u>Recomendaciones.....</u>	<u>32</u>
<u>Referencias bibliográficas.....</u>	<u>33</u>
ANEXOS.....	35

I. INTRODUCCIÓN

La investigación tiene como objetivo entender cómo perciben los seguidores del programa "Quévaser Noticias" transmitido en Facebook, en Mórrope durante 2022. Este estudio es relevante porque ayudará a determinar el impacto de las redes sociales en tiempos recientes y cómo estas se han convertido rápidamente en canales y plataformas clave para la difusión de noticias a nivel global. Toff y Nielsen (2018), citados por Ojalvo (2020), sostienen que "el consumo de noticias en redes sociales está influenciado por la exposición incidental a las noticias mientras las personas realizan otras actividades en estas plataformas".

Hoy en día, las personas pasan minutos e incluso horas revisando paginas sociales como WhatsApp, TikTok, Instagram y Facebook, entre otras, con el fin de tener comunicación, informarse o entretenerse. Es claro que estas redes digitales han llegado a ser espacios que fomentan la interconexión entre individuos, ya que benefician a la creación y el intercambio de contenido de manera fácil, rápida y económica desde cualquier lugar utilizando internet y dispositivos tecnológicos.

Estos avances resultaron ser para los medios de comunicación una buena opción y de manera sustancial para la prensa, pues al existir una alta demanda de lectores que migraron a las redes sociales se avizoró un gran potencial en digitalizar el contenido. Según Solórzano (2020), "es sabido que la prensa fue el primer medio de comunicación en trasladar sus contenidos a la red, inicialmente a través de páginas web y luego a las redes sociales".

En la actualidad, medios de comunicación tradicionales como la radio y la televisión han tenido que adaptarse al formato digital para crear y distribuir contenido que les acerque a las nuevas audiencias utilizando la tecnología. Por ello, se ha decidido llevar a cabo esta investigación cualitativa para entender la percepción de los usuarios de Facebook sobre el programa "Quévaser Noticias", que se emite semanalmente y tiene una duración aproximada de 90 minutos.

Inicialmente, es importante señalar que, en Perú, según datos del Barómetro COVID-19 de Kantar Insights (un estudio que recopiló opiniones de más de 25,000 personas en más de cincuenta países y fue elaborado por Kantar Insights, una empresa global de medición de audiencias digitales), el uso de Facebook entre los usuarios peruanos con acceso a redes sociales aumentó en un 57% (El Comercio, 2021). Este incremento se produjo en un contexto de crisis sanitaria, durante el cual muchas personas trabajaban de forma remota y el acceso a dispositivos móviles creció de manera significativa. Esta situación dio lugar a un nuevo panorama en el que las audiencias tienen más libertad para decidir cómo, dónde y cuándo informarse.

Sin embargo, a pesar de las ventajas que el uso de plataformas digitales puede ofrecer al periodismo, es fundamental que los medios de comunicación conserven su esencia y las características inherentes a su profesión.

En esa línea, hay que indicar que a nivel nacional existen muchos espacios o medios que se caracterizan por desarrollarse desde la virtualidad como La Encerrona, Ovación Digital, entre otros que se han adaptado a la era digital, obteniendo gran cantidad de seguidores.

Con estas herramientas tecnológicas, es posible crear contenido a través de plataformas digitales y redes sociales, abarcando texto, imágenes y audio. Los medios de comunicación suelen utilizar estos recursos en formatos como transmisiones en vivo, publicaciones, informes especiales, podcasts y otros, con el fin de atraer y fomentar la interacción de los usuarios en la red.

El presente caso de investigación está relacionado al programa informativo “Quévaser Noticias”, el mismo que es transmitido vía streaming, a través de la plataforma de Facebook los días sábado a partir de las 8:00 p.m. con una duración aproximada de una hora y media, desde el distrito de Mórrope en la región

Lambayeque. El espacio tiene una estructura informativa que incluye asuntos locales y nacionales relacionados a política, sociedad, cultura y entretenimiento.

En este marco, la investigación se enfoca en determinar la percepción de los usuarios de Facebook respecto al programa "Quévase Noticias", Mórrope-2022. Esto se debe a que se considera que el programa es plural, está comprometido con el desarrollo de su región y despierta interés en la audiencia.

A nivel internacional, Encarnación (2021) realizó una investigación con el fin de examinar el papel de los medios de comunicación alternativos en Ecuador. Este estudio, de carácter explicativo, utilizó entrevistas y una revisión bibliográfica. Entre sus conclusiones, se señala que en Ecuador "los medios de comunicación alternativos han tenido una función importante en la democratización de la comunicación y la información, impulsados por los avances tecnológicos, el surgimiento de internet y las redes sociales, que permiten el crecimiento de estos nuevos medios a un costo mucho más reducido". Sin embargo, señala que, a pesar de estos avances significativos, en los medios alternativos todavía no existe la capacidad ni los fondos económicos requeridos para igualar las condiciones con los medios tradicionales, que cuentan con ingresos más altos procedentes de accionistas y publicidad.

En su investigación, Barrera (2022) tuvo como objetivo examinar el uso y la interacción en redes sociales por parte de los estudiantes de Periodismo y Comunicación Social de tres universidades en Bogotá, Colombia, y su papel activo en la creación o réplica de contenido periodístico. El estudio, que consistió en un caso de estudio y entrevistas en profundidad, concluyó que Facebook es una herramienta valiosa para el consumo de información periodística en este contexto. No obstante, el autor destaca que todavía existe un bajo porcentaje de estudiantes que interactúan o comentan sobre las publicaciones de noticias debido a diversos factores, incluyendo el desconocimiento de temas específicos, especialmente económicos y políticos.

En tanto, Ojalvo (2020) en su investigación se enfocó en analizar los patrones de uso y las razones que impulsan el consumo de redes sociales, así como los contenidos más apreciados por la audiencia de un periódico en Medellín, Colombia. Utilizando una metodología cualitativa y descriptiva, aplicó entrevistas en profundidad a los lectores del periódico con una guía de entrevista como herramienta. La conclusión principal del estudio es que “las redes sociales del periódico se han convertido en la principal fuente de información, y el medio enfrenta a una audiencia cada vez más educada que demanda contenido de calidad, basado en medios que sean objetivos, imparciales y que aseguren fuentes de información confiables”.

A nivel nacional, Dávila (2024) centró su estudio en cómo los adultos mayores del Centro Integral del Adulto Mayor (CIAM) en La Molina, Lima, percibieron las noticias falsas en Facebook durante la pandemia de Covid-19. La investigación, con un enfoque cualitativo descriptivo y un diseño fenomenológico, incluyó la participación de 22 adultos mayores, tanto hombres como mujeres, con edades promedio de 65 a 70 años y acceso a dispositivos con internet. Utilizando un cuestionario con escala de Likert, los resultados mostraron que, aunque los adultos mayores tienen diversas percepciones sobre las noticias falsas, en general, son capaces de identificarlas al contrastarlas con familiares o consultar páginas web de medios de prestigio.

En su tesis, Arauco (2020) tuvo como objetivo examinar el contenido de un video que aborda los problemas que enfrenta el río Amazonas en la selva peruana. La investigación, de carácter aplicada y con un enfoque cualitativo y diseño de estudio de caso, utilizó la observación y una ficha de observación como técnicas. Entre las conclusiones principales, se destaca que el video analizado ofrece contenido informativo con elementos multimedia que facilitan la comprensión del mensaje. También se señala que el texto contextualiza el problema mediante enunciados relacionados con el hecho, las imágenes son dinámicas y representan el problema

de manera realista, y la música de tensión en el sonido atrae la atención del espectador.

Tafur (2021) analizó cómo se presenta la información en dos programas de noticias de la televisión peruana: "Panorama" de Panamericana Televisión y "Cuarto Poder" de América Televisión. El estudio se enfocó en detallar las características del aspecto visual, las fuentes periodísticas y los elementos del discurso televisivo. Con un enfoque descriptivo comparativo, se emplearon fichas de observación para examinar las emisiones de ambos programas en YouTube a lo largo del año 2020. La investigación concluyó que estos programas "utilizan numerosos elementos del contenido televisivo, refuerzan sus notas con textos para subrayar sus ideas o transcribir audios, y abordan temas actuales ofreciendo un mensaje claro y preciso". Además, se concluye que ambos programas "emplean los tres tipos de lenguaje según el contenido periodístico: no verbal, verbal y escrito, lo que contribuye a un mensaje más claro y objetivo".

Para llevar a cabo esta investigación, es importante tener en cuenta conceptos como la Teoría de la Comunicación Digital Interactiva, promovida por Carlos Scolari. Esta teoría parte de la premisa de que la comunicación digital interactiva representa un nuevo tipo de comunicación facilitado por el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

En este contexto, Scolari (2008) sostiene que "la llegada de una nueva generación de medios digitales interactivos, que se aparta de la lógica del broadcasting y adopta un modelo comunicacional novedoso basado en redes y la colaboración de los usuarios, está desafiando nuestra comprensión de los tradicionales medios de comunicación de masas."

En el caso específico de Facebook, se puede afirmar que ha introducido nuevas formas de difusión de noticias actuales, permitiendo que los usuarios las compartan de manera inmediata. Además, ha transformado a los usuarios de un rol pasivo,

como era el caso con medios tradicionales como la radio y la televisión, a un rol más activo, participando directamente en la difusión de contenido en redes sociales y complicando el proceso con su capacidad de respuesta inmediata.

Además, Scolari argumenta que, en el contexto de la digitalización, la hipertextualidad juega un papel crucial al permitir la combinación de diversos elementos comunicativos (texto, video, imagen) y ofrecer una forma fácil y rápida de navegar a otros sitios web a través de enlaces (2008). En esta misma línea, se puede afirmar que la digitalización ha llevado a que la tecnología transforme la manera en que se produce contenido, apoyándose en plataformas tecnológicas, dispositivos y el internet.

Otro concepto relevante es, sin duda, la Teoría de la Agenda Setting, desarrollada por McCombs y Shaw en la última década del siglo XX. Esta teoría se basa en la idea de Cohen sobre el papel crucial de los medios de comunicación, que no es decirnos qué pensar, sino sobre qué debemos pensar. Según esta teoría, los medios de comunicación actúan como agentes que establecen la agenda pública, determinando qué temas deben ser discutidos y destacados por las audiencias. "De esta manera, los medios de comunicación influyen en la saliencia (o grado en el que un tema de la agenda es percibido como relativamente importante por el público) en función de lo que consideran temáticamente más relevante" (McCombs y Reynolds, 2002).

Continuando con los términos relacionados a esta investigación, debemos mencionar la importancia de **las fuentes de información**, que consisten en parte esencial del origen de las noticias. Estas, se clasifican de la siguiente manera:

- **Según el grado de institucionalización:**

- ✓ **Fuentes oficiales**

- Son aquellas fuentes asumidas como las más creíbles, toda vez que expresan la posición oficial de una organización, ya sea pública o privada, la

cual represente o agrupe a un conjunto de actores sociales. Este tipo de fuentes suelen cubrir de mejor manera las necesidades periodísticas de los medios y periodistas.

✓ **Fuentes no oficiales**

Hacen referencia a fuentes que no representan a instituciones u organizaciones, sino que más bien sirven para complementar notas informativas, sin embargo, sus revelaciones merecen ser verificadas para cumplir las necesidades que el oficio periodístico demanda.

• **Según la participación en el gobierno:**

✓ **Fuentes gubernamentales**

Las fuentes gubernamentales ocupan un lugar destacado en las agendas noticiosas porque generan información de primera mano que, además, tiene relevancia debido a su conexión con los intereses nacionales y sociales. De hecho, la máxima autoridad del Estado, el gobierno y la estructura institucional que lo compone suelen recibir más atención de los medios que otros sectores de la sociedad.

✓ **Fuentes no gubernamentales**

Las fuentes no gubernamentales abarcan otros elementos de la estructura de poder político, económico y social. Al igual que las fuentes oficiales, las perspectivas de estos sectores son valiosas para completar la información y entender el contexto en su totalidad. Sin estas perspectivas, solo se tendría una visión incompleta del asunto. También en este caso, es necesario verificar cuidadosamente sus declaraciones.

• **Según el nivel de acceso:**

✓ **Fuentes exclusivas**

Suelen ser las más valoradas por los periodistas y medios de comunicación, pero además son las que más trabajo requieren para obtenerse, ya que revelan datos e información muy valiosa. El hecho de que un medio tenga información exclusiva lo convierte en un medio importante y trascendente.

✓ **Fuentes compartidas**

Son las fuentes que emiten información que tienen como destinatarios a todos los medios de comunicación, tanto en calidad como en cantidad. Aquí encontramos, por ejemplo, las denominadas conferencias de prensa, comunicados y pronunciamientos oficiales, agencias de noticias y gabinetes de prensa.

• **Según la frecuencia de contacto o temporalidad:**

✓ **Fuentes estables**

Son también conocidas como fuentes permanentes, pues consolidan una relación entre el medio de comunicación y la misma fuente, ejemplo de ello son las agencias de noticias y/o corresponsales.

✓ **Fuentes provisionales**

Son fuentes vinculadas a un medio de comunicación exclusivamente mientras dura una cobertura de un hecho noticioso en particular. En ocasiones, se recurre en más de una vez a estas fuentes temporales como también son conocidas.

• **Según su identificación o confidencialidad:**

✓ **Fuentes públicas**

Consisten en fuentes que son identificadas y/o visibles, las mismas que proporcionan información que puede ser tomada, pero citada en algunos casos.

✓ **Fuentes anónimas**

Estas fuentes no son mencionadas ni en la recolección ni en la emisión de la información, pues mayormente piden quedar ocultas reservando el anonimato para evitar exponerse a consecuencias negativas.

- **Según la relación al objeto de conocimiento:**

- ✓ **Fuentes primarias**

Las fuentes primarias proporcionan datos, detalles y apuntes noticiosos relevantes entorno a un acontecimiento en el cual fueron partícipes o testigos.

- ✓ **Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias son aquellos relatos informativos que reciben de las fuentes primarias y que rápidamente se pueden masificar.

Otro concepto relevante es el de periodismo digital, que se entiende como una práctica esencial del periodismo llevada a cabo en el ciberespacio, facilitando la realización, producción y difusión de investigaciones. Según el profesor español Ramón Salaverría, el periodismo digital implica el uso de recursos digitales para la búsqueda de información, así como el empleo de bases de datos, entrevistas y testimonios como fuentes primarias, combinando el lenguaje multimedia como video, texto y audio para elaborar las notas informativas.

Considerando que, la investigación se centra en la plataforma Facebook, es crucial entender su concepto. Merodio (2016) la describe como una plataforma o red social que permite a los usuarios crear un perfil (cuenta) y mantenerse en constante contacto virtual con su grupo de amistades e intercambiar con ellos cualquier tipo de contenido. Además, tengamos en cuenta que Facebook ofrece la posibilidad de recibir contenido seleccionado sobre temas de interés personal.

También es importante tener en cuenta el término Fan page, que Siqueira (2018) define como una página creada con el objetivo de establecer una vía de

comunicación con seguidores y usuarios de la red, permitiendo transmitir información relevante sobre una institución, empresa, medio de comunicación o personalidades sin necesidad de establecer una amistad.

Asimismo, debemos considerar el concepto de contenidos multimedia, que se refiere a un sistema tecnológico que integra textos e imágenes, ya sean estáticas o en movimiento, para generar interactividad y permitir la navegación a través de espacios en internet (Sánchez, 2015).

A continuación, presentamos otros importantes conceptos:

Los elementos del **Código Multimedia**, son:

- **Texto:** Insa et al. (1998) sostienen que el texto es un componente crucial en las piezas multimedia, ya que proporciona información que aclara el mensaje y facilita una comprensión efectiva de los datos por parte de los usuarios. Rodríguez (2007) agrega que el texto es un elemento verbal con el objetivo de informar, motivar y persuadir.
- **La imagen y/o video:** Es el elemento central de atención, ya que intensifica la persuasión y facilita la retención del contenido (Rodríguez, 2007). Además, los expertos señalan que aspectos como las tomas, enfoques y ángulos deben ser precisos para proporcionar la mejor experiencia visual al espectador.
- **El sonido:** Agurto (2017) señala que el sonido mejora la comprensión de lo que aparece en las imágenes o en pantalla. Elementos como la música, los efectos, la locución y el ruido pueden considerarse como componentes sonoros en una presentación multimedia visual. Belloch (2015) agrega que las locuciones contribuyen a clarificar el mensaje que se quiere transmitir, logrando captar la atención de los usuarios de manera más efectiva.

Programas informativos de televisión, son espacios que ofrecen noticias actuales en diversas formas. En televisión, los programas informativos pueden incluir noticieros, revistas semanales, reportajes, debates, entrevistas, magazines, entre otros.

Estos programas se clasifican por su periodicidad o frecuencia de emisión:

a. **Informativos diarios:** Son producciones de alta actualidad que permiten una cierta rutina en el proceso de producción. Generalmente se transmiten por las mañanas, al mediodía y por la noche.

b. **Informativos no diarios:** Se emiten semanalmente, quincenalmente o mensualmente. Estos programas suelen ofrecer una visión más profunda de los eventos, incluyendo detalles adicionales, testimonios y novedades exclusivas. Entre ellos se encuentran el reportaje, las entrevistas y los debates.

Con toda la información y observando la problemática existente, se formula el siguiente **problema general**,

Formulación del problema: ¿Cuál es la percepción que tienen los usuarios de Facebook sobre el programa “Quévaser Noticias”, Mórrope-2022?

De la misma manera, se menciona que la presente investigación es justificable en los siguientes aspectos:

- **Según su pertinencia:** Mórrope es una comunidad específica, con características sociales, culturales y económicas únicas. Entender cómo los usuarios de Facebook perciben un programa de noticias sobre sucesos que ocurren en la localidad es crucial para adaptar el contenido informativo a las necesidades y expectativas de la comunidad. Es decir, estudiar la percepción de los usuarios de Facebook acerca del programa “Quévaser Noticias” en Mórrope 2022 es pertinente porque proporciona información valiosa sobre

cómo se consume y se interpreta la información local en la era digital, así como oportunidades para mejorar la comunicación y el impacto del contenido informativo local.

- **Según su relevancia social:** Investigaciones locales como esta no solo benefician a los medios de comunicación y a los investigadores, sino también a los líderes comunitarios y a las organizaciones interesadas en comprender mejor las dinámicas de comunicación e incluso, en asuntos de gestión pública y comerciales. Estos estudios construyen una base de conocimiento útil para mejorar la comunicación efectiva y la participación cívica en la comunidad. En conclusión, estudiar la percepción de los usuarios de Facebook acerca del programa “Quévaser Noticias” en Mórrope 2022 es relevante socialmente porque contribuye a mejorar el acceso a información local, promueve la participación, influye en la opinión pública y fortalece la transparencia y el desarrollo comunitario.
- **Según su implicancia práctica:** Una percepción positiva del programa en Facebook puede aumentar el nivel de engagement (interacción) con la audiencia. Esto se traduce en una mayor participación, interacción y difusión del contenido, importante para mantener y expandir la comunidad de seguidores del programa. Una percepción positiva fortalece la confianza del público en la precisión, objetividad y relevancia de la información proporcionada. Es esencial gestionar proactivamente esta percepción para maximizar el impacto positivo del programa en la comunidad local.
- **Según su valor teórico - metodológico:** La percepción de los usuarios en redes sociales como Facebook proporciona datos empíricos sobre cómo el público percibe y reacciona al contenido del programa. Esta información es crucial para entender las preferencias, intereses y necesidades de la audiencia local, lo que puede guiar decisiones editoriales y estrategias de

producción. Asimismo, El análisis de la percepción en redes sociales como Facebook se ha establecido como una metodología válida y eficaz en la investigación social contemporánea. Permite estudiar fenómenos comunicacionales en tiempo real y en contextos específicos, proporcionando una visión más dinámica y detallada que las técnicas tradicionales de encuestas o grupos focales.

Respecto al **objetivo general** que busca esta investigación, es conocer la percepción de los usuarios de la plataforma Facebook acerca del programa “Quévaser Noticias”, Mórrope 2022.

Siguiendo con los **objetivos específicos**:

- ✓ Determinar el posicionamiento actual del programa “Quévaser Noticias” en la plataforma Facebook.
- ✓ Medir el grado de interacción de los seguidores con el programa “Quévaser Noticias” en la plataforma Facebook.
- ✓ Examinar la narrativa audiovisual del programa “Quévaser Noticias” en la plataforma de Facebook

Las limitaciones encontradas durante la investigación estuvieron principalmente relacionadas con la falta de estudios previos a nivel internacional y regional sobre el tema en cuestión.

II. MATERIAL Y MÉTODO

Este proyecto de investigación tiene un enfoque cualitativo, el cual, según Gómez (2006), facilita la formulación adecuada de preguntas en el proceso investigativo mediante la observación y descripción de datos, permitiendo así la recolección de información sobre el fenómeno estudiado.

En términos de diseño, la investigación se clasifica como un estudio de caso, que, según Hernández-Sampieri y Mendoza (2008) consiste en un estudio que “al utilizar los procesos de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta analiza con profundidad una unidad holística para responder al planteamiento del problema, probar tesis y desarrollar alguna teoría”.

Vale mencionar que la presente investigación es *no experimental*.

El **escenario de estudio** fue el programa “Quévaser Noticias” del medio digital Quévaser, que se transmite en la plataforma de Facebook los días sábado por la noche.

Los sujetos participantes del estudio fueron 6 seguidores del programa “Quévaser Noticias” quienes interactúan constantemente con dicho espacio informativo y fueron seleccionados de manera aleatoria. Asimismo, se convocó a tres expertos en periodismo digital quienes analizaron la narrativa audiovisual del referido espacio informativo.

Las técnicas que se usaron en la investigación fueron:

- **Focus group:** El grupo de discusión, o focus group, es una técnica de recolección de datos que permite generar diversas ideas y opiniones sobre una situación específica. Se utiliza en contextos donde las opiniones individuales se combinan para alcanzar conclusiones compartidas (USS, 2019).

Un focus group consiste en reunir a entre 8 y 10 personas para discutir un tema de investigación, producto o servicio. La reunión es facilitada por un moderador, quien guía la conversación y asegura que los participantes expresen sus opiniones, intereses y reacciones (Schiffman et al., 1997).

El moderador es responsable de dirigir el grupo, plantear preguntas, y registrar las respuestas de los participantes. En esta investigación, se realizó un focus group virtual con seis seguidores del programa "Quévaser Noticias" para obtener su percepción sobre el espacio informativo.

- **Entrevista a expertos:** Meuser y Nagel (1991) afirman que las entrevistas con expertos son una modalidad particular de entrevistas semiestructuradas, en las que el experto participa en el estudio representando a un grupo. La cantidad de información relevante que puede proporcionar el entrevistado es generalmente más restringida en comparación con otras entrevistas. Por lo tanto, la guía de entrevista desempeña un papel directivo más fuerte al excluir temas que no contribuyen al objetivo del estudio.

Los *instrumentos de recolección de datos*, fueron:

- **Guía de sesiones:** Este instrumento facilita la formulación de las preguntas a utilizar durante el focus group (Stewart, 1990). En la introducción o primera sección de la guía, se presentan a los participantes, se explica el propósito de la sesión y se establecen las reglas para la discusión. A continuación, se procede a desarrollar el tema mediante la formulación de preguntas inicialmente orientadas a objetivos, lo que da inicio a la discusión o diálogo (Bellenger, 1976).
- **Guía de entrevista:** Consiste en un documento en el que se consideran las preguntas, las cuales son abiertas y no tienen una estandarización (Sampieri, 2006).

En esta oportunidad, se convocó a 6 seguidores que interactúan de manera constante con el programa “Quévase Noticias” quienes participaron en un focus group vía Zoom para conocer sus opiniones respecto a determinados aspectos del espacio informativo como posicionamiento e interacción. Por otro lado, se realizó una entrevista a profundidad a 3 periodistas con amplia experiencia a quienes se les consultó sobre la narrativa audiovisual del referido espacio informativo.

También, se realizó un análisis minucioso mediante una **matriz de resultados** en la cual se sistematizó la información recabada tanto en el focus group y la entrevista a expertos.

Esta investigación sigue los principios éticos fundamentales propuestos por Belmont para asegurar que el estudio cumpla con normas éticas y evalúe adecuadamente el comportamiento humano, como el respeto hacia las personas. Según Belmont (1979), es esencial contar con convicciones éticas en el proceso de investigación, tratando a las personas como agentes autónomos y garantizando protección a aquellos con menor autonomía. Esto incluye respetar a niños, adolescentes y personas con capacidades diferentes, quienes requieren una consideración especial. Por lo tanto, en este estudio se incluirá únicamente a aquellas personas que deseen participar de manera voluntaria.

Otro principio ético fundamental es el de beneficencia, que juega un papel crucial en las investigaciones que involucran a personas. Este principio exige llevar a cabo el proceso de investigación de manera transparente y honesta con los participantes, sin requerir compromisos a cambio de obtener información.

Para darle un status similar al de las ciencias naturales, las ciencias sociales necesitan del establecimiento y aplicación de nuevas consideraciones metodológicas que resulten de gran aporte.

En su obra "Filosofía Positivista", Auguste Comte enfatiza que para estudiar los fenómenos sociales de manera más efectiva se debe utilizar el método positivista, que se compone de tres etapas: observación, experimentación y concentración.

El enfoque naturalista se define como la actitud positiva de una persona hacia un objeto o situación evaluada como favorable, con el objetivo de alcanzar metas mediante acciones adecuadas.

Un criterio clave del enfoque naturalista es la credibilidad, que está relacionada con los factores objetivos y subjetivos que afectan la confianza de las personas en el contenido. Para que el estudio sea creíble, es necesario que tanto el investigador como la información obtenida generen confianza en los participantes.

Este trabajo de investigación se basa en teorías validadas y en información confiable obtenida de tesis, artículos y revistas científicas, así como de fuentes fidedignas que aportaron contenido teórico sobre el tema de estudio.

III. REPORTE DE RESULTADOS

3.1. Análisis y discusión de los resultados

Respecto al **posicionamiento actual** del programa “Quévaser Noticias” en la plataforma Facebook, se pudo verificar que, posee buen nivel de credibilidad entre sus seguidores y usuarios de la referida red social; toda vez que las notas informativas sobresalen por su calidad audiovisual, criterio periodístico y contraste de fuentes confiables. Asimismo, se resalta la labor periodística del conductor y la investigación a profundidad, según las respuestas del focus group realizada con 6 seguidores. En tal sentido, el resultado coincide con lo que señala Mendizábal (2017), quien resalta que las audiencias siempre serán un agente de búsqueda de la verdad, pues siempre buscarán el modo de satisfacer la necesidad de tener un periodismo de calidad.

Sobre los **principales atributos** del programa “Quévaser Noticias” se puede decir que el espacio contiene un contenido estructurado priorizando el orden periodístico; además, de tener un conductor que domina temas de coyuntura, y con entrevistas relevantes, generando gran expectativa en su audiencia. Asimismo, los usuarios destacan el estilo audiovisual del espacio y la neutralidad con los que se abordan los temas sobre política, inseguridad ciudadana y temas sociales (denuncias ciudadanas). A esos temas se suman asuntos de cultura y deporte que resultan ser temáticas de la agenda pública. Este hallazgo está relacionado con la teoría de la Agenda Setting, desarrollada por McCombs y Shaw (1972), que se fundamenta en la idea de Cohen (1963) sobre el papel de los medios de comunicación, que no es decirnos qué pensar, sino guiarnos sobre qué temas debemos reflexionar. Por lo tanto, se considera que los medios de comunicación son la principal fuente de información.

Sobre **la sintonía** que tiene el programa se puede decir que es buena, toda vez que los usuarios señalaron que, visualizan “Quévaser Noticias” con frecuencia

semanal, a través de la plataforma Facebook; aunque también refirieron que suelen compartir la transmisión en otras redes sociales como WhatsApp, a través de enlaces con grupos, amigos y/o familiares. Y es que el espacio es de fácil acceso, pues al ser retransmitido por radio se puede escuchar en cualquier lugar del distrito de Mórrope. En ese sentido, el resultado se asemeja a los medios multiplataformas, los cuales según Canavilhas (2013) se da cuando la información se produce para diferentes formatos como radio, web y televisión, ya que las formas en las que se consumen las noticias también han cambiado y requiere materiales complementarios, como, por ejemplo, la posibilidad de enlazar todo tipo de contenidos o la transmisión de noticias en vivo dentro de las mismas redes sociales.

En cuanto a la **interacción** de los usuarios, que fue medir el grado de interacción de los seguidores con el programa “Quévaser Noticias” en la plataforma Facebook, se puede decir que, las veces que se comparte es cuando el programa emite información exclusiva sobre temáticas de interés público o noticias de último minuto. No obstante, de los participantes en el focus group se encontró que algunos realizan comentarios en vivo dando muestras de pluralidad y retroalimentación activa, mientras que otros solo se limitan a visualizar el programa. Esto, nos conlleva a mencionar a Salazar (2016), quien manifiesta que “en consecuencia, Facebook y otras redes sociales han permitido que los medios de comunicación reproduzcan dentro de estas plataformas las noticias, ofreciéndoles la ventaja de que la información sea comentada a una mayor velocidad y convirtiendo a los usuarios en filtros de la información, ya que su interacción con las notas permite darles visibilidad y aportar o cuestionar los hechos”.

Sobre **la narrativa audiovisual** del programa “Quévaser Noticias” en la plataforma de Facebook, se realizó una entrevista a profundidad a tres especialistas en la materia, periodistas reconocidos y con trayectoria en medios de comunicación multiplataformas. Dos de los tres entrevistados precisaron que, el video del programa “Quévaser Noticias” es de buena calidad, cumpliendo con los patrones del lenguaje audiovisual (audio y video) y producido de acuerdo al formato de

plataformas digitales. Sin embargo, uno de ellos señaló que el video presenta una sobreexposición, por lo que se deben realizar nuevos ajustes de luz. Eso quiere decir que, en el ámbito de las plataformas digitales, los programas deben mantener la calidad audiovisual en cada emisión para evidenciar una preocupación por brindar un buen servicio informativo. Dicho resultado se relaciona con las conclusiones realizadas por Tafur (2021), quien examinó el enfoque de información de dos programas de noticias de la televisión peruana, Panorama y Cuarto Poder, y observó que estos "utilizan una amplia variedad de componentes del contenido televisivo, refuerzan sus reportajes con textos para enfatizar sus ideas o transcribir audios, y abordan temas de actualidad, proporcionando un mensaje claro y preciso".

Sobre el audio del programa los expertos señalaron que, si bien existe un sonido de calidad, en conducción y notas pregrabadas, aún existen algunas complicaciones como ruidos del ambiente en el set y distorsión del audio en los enlaces vía Zoom. Entonces, se puede decir que un producto audiovisual requiere de un cuidado especial del audio para complementar el video y poder emitir un contenido de calidad. Este resultado mantiene una semejanza con lo expuesto por Agurto (2017), quien sostiene que el sonido facilita una comprensión adecuada de lo que se muestra en las imágenes o en pantalla. La música, los efectos, la locución e incluso el ruido pueden considerarse elementos sonoros dentro de la presentación de un producto visual multimedia.

Respecto a otro indicador clave como el estilo discursivo del conductor, dos de los entrevistados señalaron que es un discurso claro, fresco y mantiene la neutralidad. No obstante, uno de ellos señaló que, el conductor por momentos se descuida a los oyentes de la radio y se concentra en los usuarios de Facebook, pero los tres expertos coincidieron en que el presentador posee una entonación de voz adecuada. El escenario nos conlleva a pensar en la importancia de mantener los principios periodísticos, en cuanto al dominio de términos y el criterio para abordar los diferentes temas. De igual manera, a replantear un lenguaje que permita atender a los oyentes de la radio y usuarios de Facebook, para mantener un equilibrio que

la multiplataforma demanda. En cuanto a las locuciones, Belloch (2015) sostiene que estas ayudan a darle mayor claridad al mensaje que se desea comunicar, logrando captar la atención de los usuarios de manera más efectiva.

Sobre los planos y ángulos, dos de los expertos consultados, señalaron que los planos y ángulos empleados en la realización del programa “Quévase Noticias” son adecuados y responden al formato de redes sociales; mientras que, uno de ellos refirió que en el set existen elementos que distraen como la laptop (mala ubicación) y una botella de agua en la mesa de conducción. Además, señaló que los planos en exteriores son inestables y deben mejorarse.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.2.1. CONCLUSIONES

Se concluye que, el programa “Quévaser Noticias” goza en la actualidad de un buen posicionamiento en la plataforma de Facebook, como un espacio informativo creíble y objetivo. Asimismo, posee un contenido informativo basado en temas de interés público y desarrolla los criterios que el oficio y la comunidad demanda, como la obtención de información de fuentes confiables, la realización de entrevistas con estrictos estándares periodísticos, y una sólida producción audiovisual que se apoya en el uso adecuado de herramientas tecnológicas en plataformas digitales.

Respecto al nivel de interacción se concluye que, el programa “Quévaser Noticias” registra buena participación de sus seguidores, quienes mayormente realizan comentarios en vivo mostrando sus puntos de vista sobre temas de relevancia. De igual manera, se conoció que los seguidores más activos suelen compartir frecuentemente la transmisión del programa, a través de redes sociales. Sin embargo, existen usuarios que solo se limitan a visualizar el espacio sin compartir ni comentar.

Finalmente, sobre la narrativa audiovisual se concluye que, el programa “Quévaser Noticias” registra un buen manejo del contenido multimedia: texto, video y sonido. Al respecto, se rescatan los titulares que acompañan la presentación de notas, las imágenes de cada secuencia y la musicalización durante la realización del programa. No obstante, deben ajustarse algunos puntos como los ángulos en las imágenes de campo y el audio en las entrevistas vía Zoom.

3.2.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda seguir abordando el tema bajo el enfoque cualitativo, pues permite plantear correctamente las preguntas en base a la observación y descripción de datos; así como recurrir a profesionales en la materia para recoger la crítica y apreciaciones que permitan comparar lo señalado por los usuarios y así realizar un análisis más cercano a la realidad.

De igual manera, se recomienda que se continúe con la formación académica de futuros realizadores de espacios informativos que generen programas de calidad, con responsabilidad y criterio ético. También, se requiere de una constante actualización de conocimientos en las plataformas digitales cada día el mercado o las audiencias son más exigentes. Por otra parte, se considera también que las próximas investigaciones recurran a repositorios confiables, sistematizar información actualizada y herramientas bibliográficas que ofrecen las universidades.

Se recomienda utilizar este tipo de estudio para examinar espacios multimedia con la consigna de cooperar en la solución de problemas y mejoramiento de productos periodísticos, toda vez que se considera que, toda realidad es mejorable con el propósito de brindar un mejor servicio a las audiencias. Es así que, se sugiere que el tema pueda seguir siendo investigado en el contexto local, regional, nacional y muchas veces en lo internacional, para conocer, entre otros detalles, si los medios digitales continúan afrontando complicaciones como la mencionada en la página 12 del presente estudio que sostiene que aún hay medios digitales que no tienen la capacidad de competir en las mismas condiciones que los grandes medios, debido a limitaciones tecnológicas, recursos humanos y financieros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agurto Ludeña, K. (2017). *Análisis del contenido multimedia de las publicaciones en la fan page de la Policía Nacional del Perú en el primer trimestre del año 2017*. Lima.
- Arauco Huicho, J. (2020). "Análisis del contenido multimedia del vídeo "El Amazonas Arde" de PlayGround, Lima, 2020". Lima.
- Barrera Trujillo, C. (2022). *Consumo e interacción de noticias en Facebook y Twitter*. Bogotá.
- BBC. (9 de setiembre de 2019). *Los países en los que la gente pasa más tiempo en las redes sociales (y los líderes en América Latina)*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-4963461>.
- Encarnación Ochoa, R. (2021). *El rol de los medios de comunicación alternativos como herramienta informativa en tiempos de crisis política en el Ecuador*. Guayaquil.
- Franco Romo, D. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. En C. Scolari, *Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva* (págs. 167-170). Barcelona.
- García Gómez, Á. (2016). *ANÁLISIS DE LA IMAGEN DIGITAL Y MULTIMEDIA EN LA PRIMERA PÁGINA DE LA PRENSA ONLINE. ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE ESPAÑA Y ALEMANIA*. Málaga - España.
- Guerrero, S. (2020). *Análisis del uso de estrategias para la difusión de contenidos en las plataformas web (Fan Page, Twitter, Página web) del diario "La Prensa" periodo Octubre 2019 – Marzo 2020*. Riobamba – Ecuador.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (sexta edición). México D.F.: McGrawhilli Interamericana.
- Herrera Núñez, B. (2017). "Análisis del contenido multimedia del pan page del canal de Youtube "DE Barrio", del 25 al 31 de julio, Lima, 2017". Lima.
- McCombs, M. y Reynolds, A. (2002) La influencia de las noticias en nuestras imágenes del mundo. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Media effects. Advances in theory and research* (pp. 7-37). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Merodio, J. (2016). *Estrategia y táctica empresarial en redes sociales*. España: LID Editorial.

Meuser, M. y Nagel, U. (1991): "Entrevistas con expertos: vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur Qualität Methodendiskussion". *Qualitativ-empirische Sozialforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag, págs. 441 -468.

Ojalvo Rodriguez, M. C. (2020). *HABITOS DE CONSUMO, MOTIVACIONES EN EL USO DE REDES SOCIALES Y LOS CONTENIDOS MAS VALORADOS POR LA AUDIENCIA ACTUAL Y OBJETIVO DE UN PERIODICO SECTORIAL LOCAL*. Medellín.

RENÉ, E. O. (2021). *EL ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS COMO HERRAMIENTA INFORMATIVA EN TIEMPOS DE CRISIS POLÍTICA EN EL ECUADOR*. Guayaquil.

Solórzano Guerrero, A. (2020). *Análisis del uso de estrategias para la difusión de contenidos en las plataformas web (Fan Page, Twitter, Página web) del diario "La Prensa" periodo Octubre 2019 – Marzo 2020*. Riobamba – Ecuador.

Tafur Arévalo, E. (2020). *Análisis del tratamiento informativo del caso Club de la construcción en los programas periodísticos Cuarto Poder y Panorama*. Piura.

ANEXOS

1.Resolución de aprobación de proyecto de investigación



FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
RESOLUCIÓN N° 0344-2024/FADHU-USS

Pimental, 23 de abril del 2024

VISTO:

El oficio N° 0045-2024/FADHU-DPS-USS de fecha 15 de abril del 2024, presentado por la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, donde solicita se emita la resolución de aprobación de los Proyectos de Investigación (tesis); Y;

CONSIDERANDO:

Que, la Constitución Política del Perú en su Artículo 18° establece que: *"La educación universitaria tiene como fines la formación profesional, la difusión cultural, la creación intelectual y artística y la investigación científica y tecnológica (...). Cada universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico. Las universidades se rigen por sus propios estatutos en el marco de la Constitución y de las leyes."*

Que, acorde con lo establecido en el Artículo 8° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, *"La autonomía inherente a las Universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente ley demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico"*. La Universidad Señor de Sipán desarrolla sus actividades dentro de su autonomía prevista en la Constitución Política del Estado y la Ley Universitaria N° 30220.

Que, acorde con lo establecido en la Ley Universitaria N°30220; indica:

- Artículo N° 6°: Fines de la Universidad, Inciso 6.5) *"Realizar y promover la investigación científica, tecnológica y humanística la creación intelectual y artística"*.

Según lo establecido en el Artículo 45° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, *"Obtención de Grados y Títulos: Para la obtención de grados y títulos se realiza de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas."*

Que, el Reglamento de Investigación de la USS Versión 8, aprobado con Resolución de Directorio N°015-2022/PD-USS, señala:

- Artículo 72°: Aprobación del tema de investigación: El Comité de Investigación de la escuela profesional eleva los temas del proyecto de investigación y del trabajo de investigación que esté acorde a las líneas de investigación institucional a Facultad para la emisión de la resolución.
- Artículo 73°: Aprobación del proyecto de investigación: El (los) estudiante (s) expone ante el Comité de Investigación de la escuela profesional el proyecto de investigación para su aprobación y emisión de la resolución de facultad.

Que, Reglamento de Grados y Títulos Versión 08 aprobado con resolución de directorio N° 020-2022/PD-USS, señala:

- Artículo 21°: *"Los temas de trabajo de investigación, trabajo académico y tesis son aprobados por el Comité de Investigación y derivados a la facultad o Escuela de Posgrado, según corresponda, para la emisión de la resolución respectiva. El periodo de vigencia de los mismos será de dos años, a partir de su aprobación (...)."*
- Artículo 24°: *"La tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito de la escuela académico profesional (...)."*
- Artículo 25°: *"El tema debe responder a alguna de las líneas de investigación institucionales de la USS S.A.C."*

Que, visto el oficio N° 0045-2024/FADHU-DPS-USS de fecha 15 de abril del 2024, presentado por la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, donde solicita se emita la resolución de aprobación de los proyectos de Investigación (Tesis), quienes cumplen con los requisitos, por lo que se debe proceder a su inscripción respectiva, con fines de sustentación.

CAMPUS
UNIVERSITARIO

Km. 5 carretera a Pimental
T. (051) 074 481610

CENTROS
EMPRESARIALES

Av. Luis Gonzales 1004
T. (051) 074 481621

ESCUELA
DE POSGRADO

Calle Elias Aguirre 933
T. (051) 074 481625

www.uss.edu.pe



RESOLUCIÓN N° 0344-2024/FADHU-USS

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR los **PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN (TESIS)** de los estudiantes descritos en la lista que forma parte de la presente resolución.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN
1	- REYES MORALES DORIA KARINA - TIRADO GONZALES BRYAN HUMBERTO	IMPACTO DE FACEBOOK EN EL NIVEL DE VENTAS DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE MEDICINA NATURAL EN EL CONTEXTO COVID19-CAYALTI-2023
2	- SANCHEZ DIAZ RONALD ANTONIO - MENDOZA REYES MARIA DE FATIMA	LA EMISORA "RADIO STÉREO INCAHUASI" Y SU APORTE EN EL DESARROLLO SOCIAL DEL DISTRITO DE INCAHUASI, 2023
3	ALVITES CARRASCO VALENTIN ALEJANDRO	ANÁLISIS DEL CONTENIDO PUBLICADO DE LA EMPRESA JELU COMO DE CRECIMIENTO ESTRATÉGICO DENTRO DE LA RED SOCIAL TIK TOK
4	JUAREZ PERALES ALEX RAUL	PERCEPCIÓN DEL PROGRAMA "QUEVASER NOTICIAS" EN LA PLATAFORMA DE FACEBOOK, MÓRROPE-2022
5	BALLENA RAZURI GUSTAVO GABRIEL	PROPUESTA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA INCLUIR LA VESTIMENTA ANDINA COMO UNA MODA EN LA CIUDAD DE CHICLAYO - 2022

ARTÍCULO SEGUNDO: DISPONER que las áreas competentes tomen conocimiento de la presente resolución con la finalidad de dar las facilidades para la ejecución de la presente Investigación.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE

Dra. Dióces Lescano Nelly
Decana de la Facultad de Derecho y Humanidades
Humanidades

Mg. Delgado Vega Paula Elena
Secretaria Académica Facultad de Derecho y

**CAMPUS
UNIVERSITARIO**

Km. 5 carretera a Pimentel
T. (051) 074 481610

**CENTROS
EMPRESARIALES**

Av. Luis Gonzales 1004
T. (051) 074 481621

**ESCUELA
DE POSGRADO**

Calle Elías Aguirre 933
T. (051) 074 481625

www.uss.edu.pe

2. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	JUSTIFICACIÓN	MARCO TEÓRICO	CATEGORÍAS	INDICADORES	METODOLOGÍA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Problema General</p> <p>¿Qué percepción tienen los usuarios de la plataforma Facebook sobre el programa “Quévaser Noticias” de la plataforma Facebook, Mórrope 2022?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>a) ¿Cuál es el posicionamiento actual del programa “Quévaser</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Conocer la percepción de los usuarios de la plataforma Facebook sobre el programa “Quévaser Noticias”, Mórrope 2022.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <p>a) Conocer el posicionamiento actual del programa “Quévaser Noticias” en la plataforma Facebook.</p> <p>b) Conocer el nivel de interacción de los seguidores con el</p>	<p>Por qué</p> <p>Porque es importante conocer el posicionamiento actual y el impacto del programa “Quévaser Noticias”, el cual es el principal espacio informativo en plataformas digitales en el distrito de Mórrope.</p> <p>Para qué</p> <p>Para saber cómo impacta el contenido el contenido informativo del programa “Quévaser Noticias” a través</p>	<p>Teoría de la Comunicación Digital Interactiva</p> <p>-Definición</p> <p>-Características</p> <p>-Importancia</p> <p>Teoría de la Agenda Setting</p> <p>-Definición</p> <p>-Características</p>	<p>Programa “Quévaser Noticias” en la plataforma Facebook.</p> <p>Subcategorías:</p> <p>1. Posicionamiento</p> <p>2. Interacción</p> <p>3. Narrativa audiovisual</p>	<p>Medir la variable</p> <p>Subcategorías:</p> <p>1) Posicionamiento</p> <p>-Interactividad</p> <p>-Contenido</p> <p>-Creatividad</p> <p>2) Interacción</p> <p>-Visualizaciones</p> <p>-Comentarios</p> <p>-Me gusta</p> <p>-Compartidos</p> <p>3) Narrativa audiovisual</p> <p>-Video</p> <p>-Audio</p> <p>-Secuencias</p> <p>-Planos</p> <p>-Ángulos</p>	<p>Enfoque:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Gómez (2006), señala que el enfoque cualitativo permite el buen planteamiento de preguntas en el proceso de investigación en base a la observación y descripción de datos, es decir, permite la recolección de información del fenómeno investigado.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Focus group</p> <p>-</p> <p>Entrevista a expertos</p> <p>Instrumento:</p> <p>Guía de sesiones</p>

<p>Noticias” en la plataforma Facebook?</p> <p>b) ¿Cuál es el lenguaje audiovisual utilizado por el programa “Quévaser Noticias” en la plataforma Facebook?</p> <p>c) ¿Cómo es la interacción de los seguidores del programa “Quévaser Noticias”?</p>	<p>programa “Quévaser Noticias” en la plataforma de Facebook.</p> <p>c) Conocer la narrativa audiovisual del programa “Quévaser Noticias” en la plataforma de Facebook.</p>	<p>de la plataforma Facebook.</p> <p>A quiénes beneficia</p> <p>Beneficia a la marca y usuarios, tanto como clientes fidelizados y satisfechos con el servicio que brinda “Filgutz Productora Audiovisual”, Ferreñafe - 2021</p> <p>A qué beneficia</p> <p>Beneficia a la empresa que produce el programa “Quévaser Noticias” y a futuros estudios respecto al tema.</p>	<p>-Importancia</p> <p>Contenido multimedia y periodismo digital</p>			<p>Diseño: fenomenológico, estudio de caso.</p> <p>Martínez (2006): permite “recoger evidencias cualitativas, que sirven para describir, verificar o generar teorías”.</p>	
---	---	--	---	--	--	--	--

3. Operacionalización de variables

Categoría	Sub categorías	Indicadores	Ítem	Técnica e instrumento de recolección de datos
Programa "Quévaseer Noticias"	- Posicionamiento	-Credibilidad -Atributos -Contenido -Sintonía	1 2 3 4	Focus group – guía de sesiones
	- Interacción	-Visualizaciones -Comentarios -Me gusta -Compartidos	5 6 7 8	
	- Narrativa audiovisual	-Video -Audio -Secuencias -Planos -Ángulos	1 2 3 4 5	Entrevista a expertos

SOLICITUD

Estimado señor: Ruperto Arroyo Cojco.

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación del instrumento de investigación: CUESTIONARIO SOBRE PERCEPCIÓN DEL PROGRAMA "QUÉVASER NOTICIAS"; que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada: **PERCEPCIÓN DEL PROGRAMA "QUÉVASER NOTICIAS" EN LA PLATAFORMA FACEBOOK, MÓRROPE - 2022.**

Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Juárez Perales, Alex Raúl

TESISTA

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Ruperto Arroyo Coico.

Centro laboral: Grupo RPP.

Título profesional: Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Grado: Maestría en gestión pública.

Institución donde lo obtuvo: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Otros estudios: Diplomado en Gobernabilidad y Gerencia Política.

2. Instrucciones

Estimado especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
1. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)					X
2. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)					X
3. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)					X
4. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					X
5. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia)					X
6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)					X
7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido					X
8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					X
9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden)					X
10. Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión)					X
11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)					X
12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)					X
13. Grado de objetividad del instrumento (visión general)					X
14. Grado de relevancia del instrumento (visión general)					X
15. Estructura técnica básica del instrumento (organización)					X
Puntaje parcial					75
Puntaje total	75				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = [puntaje obtenido / 75] x 100=100

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%
El instrumento de investigación está observado			El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación	El instrumento de investigación está apto para su aplicación
Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez				

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado): El instrumento está listo para aplicarse.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Ruperto Arroyo Coico con DNI. N° 42366595

Certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por el tesista:

1. Juárez Perales, Alex Raúl

en la investigación denominada: PERCEPCIÓN DEL PROGRAMA "QUÉVASER NOTICIAS" EN LA PLATAFORMA FACEBOOK, MÓRROPE – 2022.



.....
Ruperto Arroyo Coico

DNI: 42366595

Ilustración 1. Instrumento validado 1.

SOLICITUD

Estimado señor: Francisco Barquero Comelio.

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación del instrumento de investigación: CUESTIONARIO SOBRE PERCEPCIÓN DEL PROGRAMA "QUÉVASER NOTICIAS"; que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada: **PERCEPCIÓN DEL PROGRAMA "QUÉVASER NOTICIAS" EN LA PLATAFORMA FACEBOOK, MÓRROPE - 2022.**

Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Juárez Perales, Alex Raúl

TESISTA

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Francisco Barquero Cornejo.

Centro laboral: Universidad César Vallejo.

Título profesional: Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Grado: Maestría en Relaciones Públicas – Gestión de imagen.

Institución donde lo obtuvo: Universidad César Vallejo.

Otros estudios:

2. Instrucciones

Estimado especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual serás que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
1. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)					X
2. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)					X
3. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)					X
4. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					X
5. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia)					X
6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)					X
7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido					X
8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					X
9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(ordén)					X
10. Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión)					X
11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)					X
12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)					X
13. Grado de objetividad del instrumento (visión general)					X
14. Grado de relevancia del instrumento (visión general)					X
15. Estructura técnica básica del instrumento (organización)					X
Puntaje parcial					
Puntaje total			75		

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = [puntaje obtenido / 75] x 100=100

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%
El instrumento de investigación está observado		El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación		El instrumento de investigación está apto para su aplicación
Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez				

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado): El instrumento está listo para aplicarse.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Francisco Barquero Cornelio con DNI. N° 40379695

Certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por el tesista:

1. Juárez Perales, Alex Raúl

en la investigación denominada: PERCEPCIÓN DEL PROGRAMA “QUÉVASER NOTICIAS” EN LA PLATAFORMA FACEBOOK, MÓRROPE – 2022.

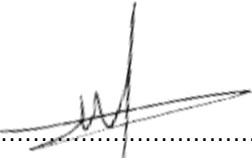

.....
Francisco Barquero Cornelio
DNI: 40379695

Ilustración 2. Instrumento validado 2.

SOLICITUD

Estimada docente, Dra. Cecilia Vidaurre Nieto:

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación del instrumento de investigación: CUESTIONARIO SOBRE PERCEPCIÓN DEL PROGRAMA “QUÉVASER NOTICIAS”; que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada: **PERCEPCIÓN DEL PROGRAMA “QUÉVASER NOTICIAS” EN LA PLATAFORMA FACEBOOK, MÓRROPE - 2022.**

Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Juárez Perales, Alex Raúl

TESISTA

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Cecilia Vidaurre Nieto

Centro laboral: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

Título profesional: Lic. En Comunicación por la Universidad de Piura

Grado: Doctor en Comunicación Social

Institución donde lo obtuvo: Universidad César Vallejo - Trujillo

Otros estudios: Diplomados en Investigación Científica

2. Instrucciones

Estimado especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
1. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)					X
2. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)					X
3. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)					X
4. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					X
5. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia)					X
6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)					X
7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido					X
8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					X
9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden)					X
10. Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión)					X
11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)					X
12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)					X
13. Grado de objetividad del instrumento (visión general)					X
14. Grado de relevancia del instrumento (visión general)					X
15. Estructura técnica básica del instrumento (organización)					X
Puntaje parcial					
Puntaje total	75				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = [puntaje obtenido / 75] x 100=100

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%
El instrumento de investigación está observado		El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación		El instrumento de investigación está apto para su aplicación
Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez				

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado): El instrumento está listo para aplicarse.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Cecilia Vidaurre Nieto con DNI. N° 17534495

Certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por el tesista:

1. Juárez Perales, Alex Raúl

en la investigación denominada: PERCEPCIÓN DEL PROGRAMA “QUÉVASER NOTICIAS” EN LA PLATAFORMA FACEBOOK, MÓRROPE – 2022.



.....
Dra. Cecilia Vidaurre Nieto

DNI:

Ilustración 3. Instrumento validado 3.



Ilustración 4. Realización de focus group virtual.

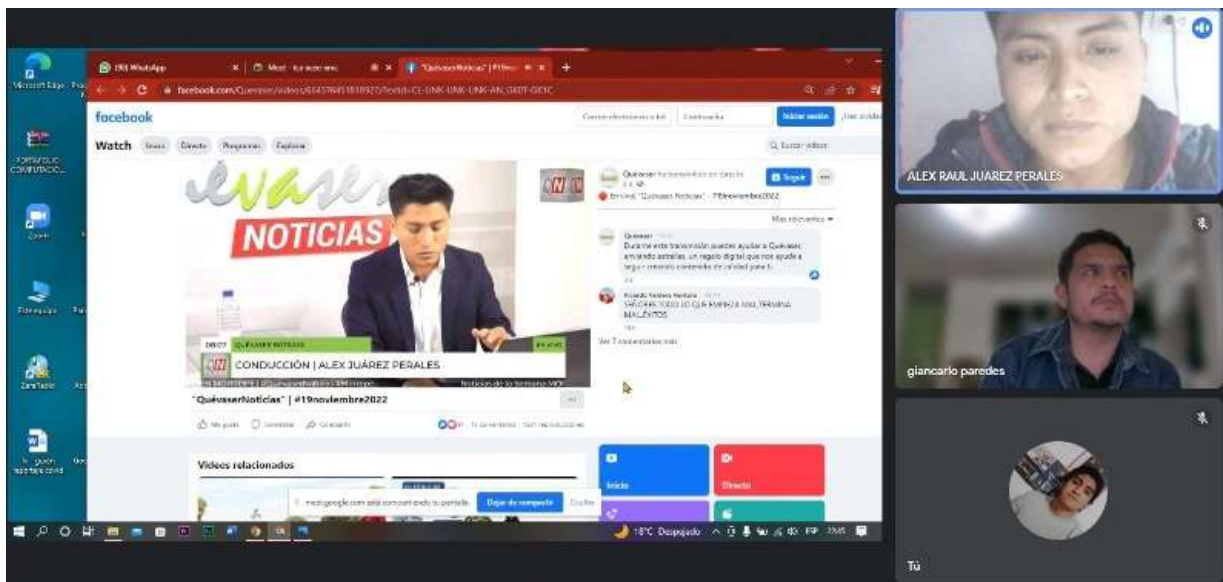


Ilustración 5. Entrevista al periodista Giancarlo Paredes Garboza.



Ilustración 6. Entrevista al periodista Tony Bazán Chero.

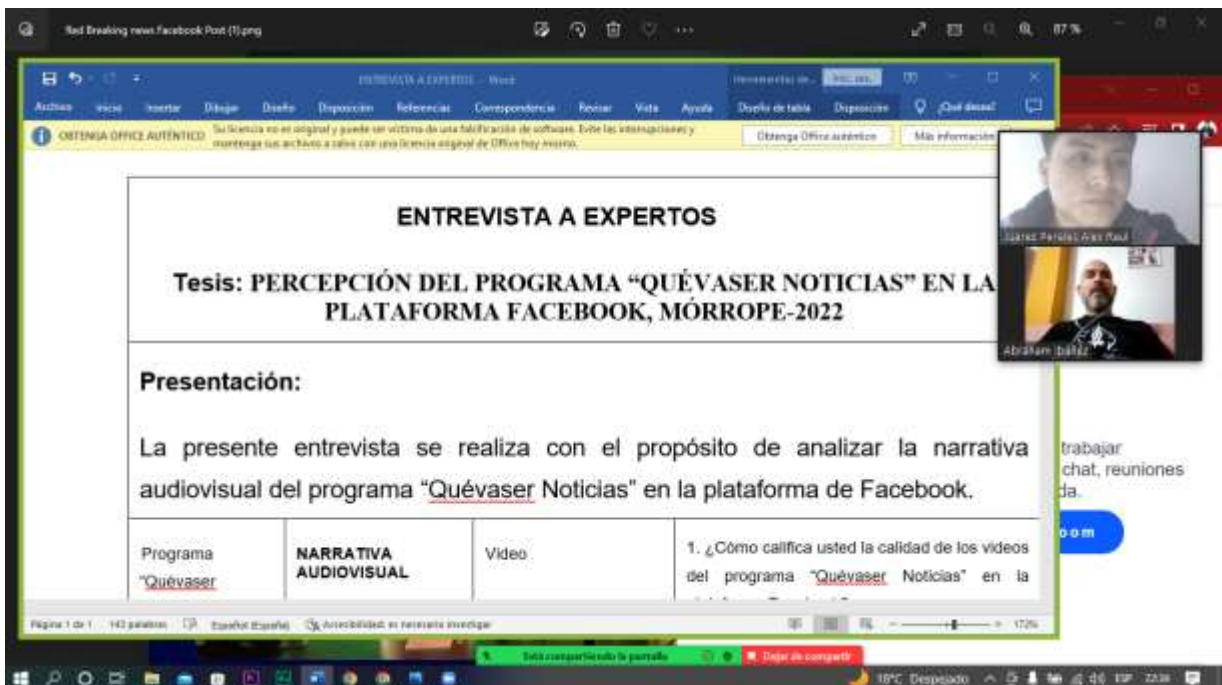


Ilustración 7. Entrevista al periodista Abraham Ibáñez Meléndez.