

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



**INFLUENCIA DEL PERIODISMO SENSACIONALISTA DE LAS
REDES SOCIALES EN LA PERCEPCIÓN DE LOS
ESTUDIANTES DEL 5° AÑO DE SECUNDARIA DE LA I.E DE
HUANCACHUPA 2023**

LINEA DE INVESTIGACIÓN: COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

TESISTAS:

LOPEZ TEJADA, DAMARIS ELITA

PARDAVÉ GIRBAU, FLAVIA VANESA

SANTIAGO SOTO, WILLIAM IULIANS

ASESOR:

Mg. BERROSPI CASTILLO, VICTOR JAVIER

HUÁNUCO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos que fueron una constante de inspiración y apoyo en mi permanencia y perseverancia en estos últimos cinco años de estudios superiores

Damaris.

A mi madre que fue el motor de aliento y superación durante cada día de mi permanencia en clases, por sus enseñanzas y apoyo permanente.

Flavia.

A mi familia en general que demostraron su cariño paciencia y amor cada día de estudio en las aulas universitarias.

William.

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento a nuestro amigo Teo Torres Osorio gran amigo y compañero de estudios, a nuestros maestros y a la universidad que nos permitió estar durante 5 años fortaleciendo nuestros conocimientos.

RESUMEN

Nuestro trabajo de investigación se enmarca en conocer la influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023. El trabajo de investigación siguió un lineamiento de investigación de tipo descriptivo explicativo, por la razón de que nos ubicamos en explicar los aspectos generales del fenómeno de estudio, este acercamiento científico bajo el enfoque positivista de carácter cuantitativo, porque en los resultados hallados pudimos observar resultados cuantificables y medibles en cifras y porcentajes, asimismo, el diseño del trabajo corresponde al experimental y variante pre experimental ya que se empleó una prueba de entrada para conocer la situación del problema, luego se aplicó con un conjunto de actividades y finalmente se concluyó con una prueba de salida. Para nuestro estudio se utilizó una población de 322 estudiantes en los tres niveles educativos de la Institución Educativa “Ramiro Priale Priale”, localidad de Huancachupa, que nos permitió realizar nuestro trabajo, mientras que nuestra muestra fue de 30 estudiantes del 5° año de secundaria, de la Educación Básica Regular (EBR). Para ello se utilizó el muestreo probabilístico, también se consideró un margen de error del 5% se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento más próximo fue el cuestionario de 20 preguntas estructurado con la escala de Likert utilizando como referencia metodológica del trabajo de investigación influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023. Asimismo, se seleccionó una muestra no probabilística de 30 estudiantes de la I.E “Ramiro Priale Priale” del nivel secundaria de la comunidad campesina de Huancachupa, que se ubica en la jurisdicción del distrito de San Francisco de Cayran a quienes se les aplicó una prueba de entrada para medir la influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023, y cómo esta influye significativamente, luego una propuesta experimental basada en estrategias de lectura de textos y gráficos de las redes sociales. Finalmente, se aplicó una prueba de salida para determinar los efectos de influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes

del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023. Posterior a ello la comparación y análisis de la información obtenida se realizó con el software estadístico SPSS, lo que nos permitió organizar los resultados y luego se presentó en tablas y figuras, del mismo modo nos ayudó a calcular las medias a través de la t de Student para nuestro trabajo de carácter experimental y variante pre experimental.

El tiempo de realización en la aplicación del estudio tuvo una duración de 8 sesiones de aprendizaje durante un mes de lunes a viernes, obteniéndose posteriormente el procesamiento de la información con los resultados de nivel alto de significancia en los resultados obtenidos, realizados a los estudiantes, del cual se pudo obtener que estos sujetos de estudio presentan un cambio significativo en la influencia sensacionalista de las redes sociales en el pensamiento de los estudiantes, por consiguiente podemos abordar a nuestras conclusiones qué influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023.

Palabras clave: *Periodismo, sensacionalismo, redes sociales, percepción,*

ABSTRACT

Our research work was framed in knowing the influence of the sensationalist journalism of social networks in the perception of the students of the 5th year of secondary school of the I.E de Huancachupa 2023. The research work followed a descriptive explanatory research guideline, for the reason that we are located in explaining the general aspects of the study phenomenon, this scientific approach under the positivist approach of a quantitative nature, because in the results found we could observe quantifiable and measurable results in figures and percentages, likewise, also the design of the work corresponds to the experimental design and pre-experimental variant since an entrance test was used to know the situation of the problem, then it was applied with a set of activities, finally to conclude with an exit test, for our study a population of 320 students was used in the three educational levels of the educational institution that allowed us to carry out our work "Ramiro Priale" community of Huancachupa, while our sample was 30 students from the 5th grade of secondary school, from the Regular Basic Education (EBR) for this Probabilistic sampling was used, a margin of error of 5% was also considered, the survey technique was used and the closest instrument was the 20-question questionnaire structured with the Likert scale using the influence of journalism as a methodological reference for the research work. sensationalism of social networks in the perception of the students of the 5th year of secondary school of the I.E of Huancachupa 2023, Likewise, a non-probabilistic sample of 30 students of the I.E "Ramiro Priale" secondary level of the peasant community of Huancachupa was selected, which is located in the jurisdiction of the district of San Francisco de Cayran to whom an entrance test was applied to measure the influence of journalism.

Sensationalism of social networks in the perception of the students of the 5th year of secondary school of the I.E of Huancachupa 2023, and how this significantly influences an experimental proposal based on reading strategies of texts and graphics of social networks, finally, it was applied an exit test to determine the influence effects of sensationalist journalism of social networks on the perception of students in the 5th year of secondary school of the I.E de Huancachupa 2023. After that, the comparison

and analysis of the information obtained was carried out with the SPSS statistical software, which allowed us to organize the results and then present them in tables and figures, in the same way it helped us to calculate the means through the Student's t test. for our experimental work and pre-experimental variant.

The completion time in the application of the study lasted 8 learning sessions for a month from Monday to Friday, subsequently obtaining the processing of the information with the results of a high level of significance in the results obtained, made to the students, from which it was possible to obtain that these study subjects present a significant change in the sensationalist influence of social networks in the thought of the students, therefore we can approach our conclusions that the influence of sensationalist journalism of social networks in the perception of students of the 5th year of high school of the IE of Huancachupa 2023.

Keywords: Journalism, sensationalism, social networks, perception,

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
RESUMEN.....	IV
ABSTRACT.....	VI
ÍNDICE.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
INTRODUCCIÓN.....	XII
CAPÍTULO I.....	14
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1. Fundamentación del problema de investigación.....	14
1.2. Formulación del problema de investigación general y específica.....	15
1.2.1. Problema general:.....	15
1.2.2. Problemas específicos.....	15
1.3. Formulación del objetivo de los objetivos generales y específicos.....	16
1.3.1. Objetivo General.....	16
1.3.2. Objetivos Específicos.....	16
1.4. Justificación.....	16
1.4.1. Justificación Teórica.....	17
1.4.2. Justificación Práctica.....	17
1.4.3. Desde la carrera profesional.....	18
1.5. Limitaciones.....	18
1.6. Formulación de hipótesis generales y específicas.....	19
1.6.1. Hipótesis General.....	19
1.6.2. Hipótesis Específicos.....	19
1.7. Variables.....	19
1.8. Definición teórica y operacionalización de variable.....	20
CAPÍTULO II.....	22
MARCO TEÓRICO.....	22

2.1	Antecedentes de la investigación.....	22
2.2	Bases Teóricas	27
2.3	Bases Conceptuales.....	28
CAPÍTULO III.....		40
METODOLOGÍA		40
3.1	Ámbito.....	40
3.2	Población.....	40
3.3	Nivel y Tipo de estudio.....	43
3.4	Diseño de investigación	44
3.5	Métodos, técnicas e instrumentos	45
3.6	Validación y confiabilidad del instrumento	45
3.7	Procedimiento	48
3.8	Plan de tabulación y análisis de datos estadísticos	48
3.9	Consideraciones éticas	49
CAPÍTULO IV.....		50
RESULTADOS		50
CAPÍTULO V.....		56
DISCUSIÓN.....		56
CONCLUSIONES.....		58
RECOMENDACIONES		59
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA		60
ANEXOS.....		65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01._Operacionalización de variables.....	20
Tabla N° 02._Población de estudiantes de los tres niveles educativos.....	41
Tabla N° 03._Cantidad de estudiantes de la muestra.....	42
Tabla N° 04._Relación de expertos.....	46
Tabla N° 05._Alfa de Cronbach.....	47
Tabla N° 06._Cuestionario sobre la percepción del periodismo sensacionalista en las redes sociales	50
Tabla N° 07._Percepción del periodismo sensacionalista que se da en redes sociales.	52
Tabla N° 08._Cuestionario sobre la percepción del periodismo sensacionalista en las redes sociales	53
Tabla N° 09._Percepción del periodismo sensacionalista que se da en redes sociales.	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01_ Población de estudiantes de los tres niveles educativos.....	41
Figura N° 02_ Población de estudiantes de los tres niveles educativos.....	43
Figura N° 03_ Juicio de expertos	46
Figura N° 04_ Cuestionario sobre la percepción del periodismo sensacionalista en las redes sociales	51
Figura N° 05_ Cuestionario sobre la percepción del periodismo sensacionalista en las redes sociales	54

INTRODUCCIÓN

Es importante puntualizar que el estudiante de la Educación Básica Regular EBR, en los últimos grados, particularmente 4° y 5° de secundaria, ya muestran un grado de pensamiento crítico y que están permanentemente interactuando en las redes sociales en búsqueda de información y que estos datos han sido tomados por los estudiantes con mucha frecuencia y que influyen directamente en su forma de pensar, actuar y reproducir la información. Este estudio que se pone a consideración con una metodología deductiva, se trabajó bajo sus dos dimensiones. El trabajo de investigación se considera términos sencillos y de fácil apego para la población, con muy rápido entendimiento para nuestros amigos lectores y se presenta en cinco capítulos contemplados en el reglamento de grados y títulos de nuestra universidad.

En el primer capítulo se abordaron aspectos como el Problema de investigación, además, se abarcó la fundamentación del problema de investigación de nuestro trabajo, la formulación del problema de investigación, contemplando el problema general y los específicos de la tesis, asimismo se abordó los objetivos, el general y los específicos, que están ligados directamente desde las dimensiones de la tesis, del mismo modo se consideró la justificación del trabajo, también se da a conocer las limitaciones que se han tenido que superar; otros aspectos igual de importante se planteó la hipótesis general y específica, sus variables, la operacionalización de las variable.

En el segundo capítulo de acuerdo al reglamento de grados y títulos se desarrolló el Marco teórico, se encuentran los trabajos que sustentan nuestra tesis, los antecedentes, las bases teóricas, bases conceptuales, las bases epistemológicas y antropológicas.

En el tercer capítulo también se desarrolló la Metodología, determinando el ámbito de trabajo de la investigación, la población, muestra, el nivel y tipo de estudio; además el diseño de investigación, el método de la tesis, las técnicas e instrumentos,

la validación y confiabilidad del instrumento, el procedimiento que se siguió, la tabulación y análisis de datos, las consideraciones éticas.

En el cuarto capítulo también se dan a conocer los resultados que se encontraron en nuestro trabajo después de haber sometido a un proceso estadístico.

Finalmente, en el capítulo quinto se realizó la discusión correspondiente del trabajo de tesis y se llegó a las conclusiones para luego alcanzar algunas sugerencias.

CAPÍTULO I.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Fundamentación del problema de investigación

Los medios de comunicación social tradicionales como la radio, la televisión y los medios impresos diarios semanarios, entre otros que se presentan ahora por las redes sociales, mediante fotografías e imágenes emiten noticias sensacionalistas, exageradas y que muchas veces está fuera de contexto que influyen directa e indirectamente a los jóvenes estudiantes y personas adultas en su conjunto, se presenta este problema social en los estudiantes de la institución educativa de Huancachupa y que se puede advertir en su manera de comentar sobre los hechos de actualidad.

Su origen de este problema, se da desde hace mucho tiempo atrás donde las noticias se presentaban por los medios de comunicación masiva tradicional y mucho más antes en los países europeos y mal llamados desarrollados, que presentaban noticias que les favorecía en las encuestas o para mantenerse vigentes en la popularidad, estos formatos han sido trasladados ahora en las redes sociales con mayor énfasis.

En tiempos actuales, los jóvenes están con mayor tiempo por medio de sus celulares pendientes a cada momento de lo que acontece y son las presentaciones de las noticias de contenido de violencia, asuntos policiales, accidentes, crímenes entre otros aspectos que, de acuerdo a los parámetros periodísticos, son controladores de las emociones y que muchas veces son temas de influencia para manejar las emociones o impresiones.

En nuestra localidad los temas de violencia se han incrementado en forma alarmante, que están al alcance rápido e inmediato de los jóvenes universitarios y Educación Básica Regular con temas muy sensacionalistas y son las fotografías y videos los que con una interpretación rápida se puede advertir del hecho noticioso y son ellos los jóvenes una población más sensible a ser impactados y de alguna manera a ser inducidos e influenciados. Es por tal razón que nos hemos visto en la imperiosa

necesidad de hacer el estudio de investigación para determinar las causas de por qué se presentan las noticias de esa forma, sabiendo que sí existen otros formatos más amigables de acuerdo a los criterios periodísticos.

Por tal razón, es necesario conocer por qué los jóvenes buscan, esas noticias que presentan algunos medios de comunicación por el espacio virtual.

Por lo que por medio de este trabajo de investigación se buscará demostrar la Influencia del sensacionalista de las redes sociales en los estudiantes de la localidad de Huancachupa 2023, teniendo en cuenta las siguientes preguntas:

La exposición de esta teoría nos permite tener a nuestro trabajo ideas sólidas para sustentar al finalizar nuestros resultados y conclusiones.

1.2. Formulación del problema de investigación general y específica

1.2.1. Problema general:

¿De qué manera el periodismo sensacionalista de las redes sociales influye en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023?.

1.2.2. Problemas específicos

P.E.1.

¿De qué manera el periodismo sensacionalista del facebook influye en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I E de Huancachupa 2023?

P.E.2.

¿De qué manera el periodismo sensacionalista del WhatsApp influye en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023?.

1.3. Formulación del objetivo de los objetivos generales y específicos

1.3.1. Objetivo General.

Conocer la influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023.

1.3.2. Objetivos Específicos.

O. E.1.

Conocer la influencia del periodismo sensacionalista del facebook en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023.

O. E.2.

Conocer la influencia del periodismo sensacionalista del WhatsApp en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023.

1.4. Justificación

El trabajo de investigación que se realizó es de gran consideración porque describe las particularidades y las características de la influencia del periodismo sensacionalista que se presentan diariamente por intermedio de las redes sociales que es de uso común entre los jóvenes de hoy en este mundo moderno y digitalizado, asimismo presenta alternativas de mejora del comportamiento de los estudiantes de las universidades y en particular de los más vulnerables adolescentes de la Educación Básica Regular. Del mismo modo dio a conocer el grado de influencia de las variables y su vinculación con cada una de las dimensiones.

1.4.1. Justificación Teórica

El aporte teórico que sustenta al trabajo en desarrollo, tiene carácter científico porque parte de un planteamiento de un problema, con antecedentes sobre elementos, características y particularidades de cómo está estructurado el problema de contexto social de la influencia del periodismo sensacionalista en la redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de la I.E de la localidad de Huancachupa y que no están sueltos, estos están sujetos partiendo de sus variables y que concluyen en los indicadores que nacen de sus dimensiones.

Posterior a la culminación con el trabajo, se presentó productos finales en los resultados y conclusiones, abordará en propuestas, para mejorar las condiciones de la verdadera percepción que se debe de tener al poder escuchar y diferenciar a los periodistas sensacionalistas que están en las redes sociales y bajo intereses y condiciones económicas que favorecen a un sector de la población que más tiene, el periodismo en sí, es generar investigación que favorezca en el crecimiento y desarrollo de los pueblos.

1.4.2. Justificación Práctica

El estudio que se abordó es de nivel de estudiantes de pregrado, mientras que su justificación desde la práctica social se centra por ser teórica y no se aleja de la práctica, ya que se permite analizar con criterios científicos y académicos partiendo desde la observación su presentación y las características. Del periodismo sensacionalista que se registra en las redes sociales y cómo estas influyen en la percepción de los estudiantes del 5° año de educación secundaria de la localidad de Huancachupa. Además, el orden como se presentan los elementos que diseñan las dimensiones de la variable de estudio. De otro lado, al finalizar el trabajo se plantearán sugerencias prácticas y sencillas que permitirán mejorar las conclusiones concluyentes del objeto de estudio, dando lugar a la generación de información que podrá emplearse para tener siempre en cuenta un fenómeno similar.

1.4.3. Desde la carrera profesional

Este estudio ayudó a los estudiantes y egresados de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación, profesionales de la comunicación social y periodistas de nuestra región de Huánuco, ya que tiene información relevante sobre cómo las noticias de las redes sociales influye en la forma de pensar en los estudiantes de la Educación Básica Regular del nivel secundaria y que muchas veces hacen uso de estos medios virtuales para conocer y adquieren información distorsionada que no se acerca a la verdad o que también son exageradas en sus informaciones haciendo que carezcan de valor real y objetivo, generando así un sensacionalismo inmediato en estos medios virtuales que se encuentran en las redes sociales en sus diversas formas.

1.5. Limitaciones

Siendo un trabajo experimental con su variante pre experimental ya que considera el fenómeno de estudio, que no representa ningún temor o riesgo a no culminar, por los múltiples factores y dificultades que se pueden presentarse, como es el caso del tiempo y el tema, asimismo, no hubo razón que imposibilite el desarrollo, ya que este trabajo está sujeto a los lineamientos del reglamento de grados y títulos de la universidad nacional Hermilio Valdizán de Huánuco. De otro lado cumple con la información bibliográfica y no será motivo de impedimento en su desarrollo.

Durante el desarrollo del trabajo de investigación se presentaron algunos factores que en principio fueron una dificultad, pero por medio de las gestiones se hicieron posible su realización y ejecución.

Primero, el factor financiero dio algunas dificultades económicas para realizar los trámites correspondientes, pero fue superado gracias al apoyo de nuestros familiares y amigos.

Factor tiempo, es otro aspecto que tuvimos que superar para hacer realidad el trabajo, nos tuvimos que adecuar al horario entre los integrantes para poder realizar las

coordinaciones y las actividades que estuvieron contempladas en el plan de trabajo, también al momento de realizar el cuestionario y otros que son propios de los trabajos de investigación. Pero que fueron superadas en su momento gracias al trabajo comprometido de los responsables del trabajo.

1.6. Formulación de hipótesis generales y específicas

1.6.1. Hipótesis General

El contenido del periodismo sensacionalista de las redes sociales influye de manera negativa en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023

1.6.2. Hipótesis Específicos

H. E.1.

El contenido del periodismo sensacionalista del facebook influye de manera negativa en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023

H. E.2.

El contenido del periodismo sensacionalista del WhatsApp influye de manera negativa en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023

1.7. Variables

V1= Periodismo Sensacionalista

V2=Percepción de los estudiantes

1.8. Definición teórica y operacionalización de variable

Tabla N° 01

Operacionalización de variables

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
VI Periodismo sensacionalista en redes sociales	(Hernandez Patron, 2021) en su artículo el surgimiento del sensacionalismo en la prensa peruana, puntualiza que el origen de esta característica periodística tuvo sus inicios en la misma actividad periodística de la década de los sesenta en la prensa capitalina.	Se presentó informaciones de sensacionalismo en los medios de comunicación	Segmentos de noticias	Policiales	¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	- Técnica N° 01. Encuesta - Instrumento N° 01 Cuestionario. - Escala de medición Ordinal
					¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	
				Deportes	¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	
					¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	
				Sociales	¿Cree usted que el contenido social que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	
					¿Cree usted que el contenido social que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	
				Política	¿Cree usted que el contenido político que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	
					¿Cree usted que el contenido político que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	
				Espectáculo	¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	
					¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el WhatsApp se transforma en sensacionalista?	

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
VD Percepción en los estudiantes	(Manzano Mier, 2019) Considera a la percepción como todo lo que se efectúa en forma espontánea por medio de los sentidos y que toma desde nuestro entorno lo que sucede y percibe al contacto que tenemos con algo	Se les presentó temas de periodismo sensacionalista	Grado de percepción	Impacto	¿Qué es lo que más le llama la atención de las noticias en redes sociales?	- Técnica N° 01. Encuesta - Instrumento N° 01 Cuestionario. Escala de medición de Ordinal
				Credibilidad	¿Cree usted que el contenido en WhatsApp y Facebook son veraces?	
				Difusión de medio	¿Considera usted que el contenido de las noticias en facebook influye en su quehacer diario?	
					¿Considera usted que el contenido de las noticias en WhatsApp influye en su quehacer diario?	
				Alcance del medio	¿Cree usted que las noticias difundidas en redes sociales son de fácil entendimiento?	
					¿Cree usted que las noticias difundidas en facebook son de fácil entendimiento?	
					¿Cree usted que las noticias difundidas en WhatsApp son de fácil entendimiento?	
				Frecuencia	¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en redes sociales?	
					¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en facebook?	
¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en WhatsApp?						

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

En el ámbito internacional.

Según (Franco Figueroa) 2015, “Análisis de Contenido de las Comunicaciones Sensoriales utilizando Facebook para desarrollar una campaña informativa para estudiantes de sexto Semestre de la Facultad de Comunicación Social de la Carrera de Comunicación Social A1 en Guayaquil” el autor aborda que las informaciones con mucha violencia generan comportamientos negativos en los estudiantes.

Según (Tapia Paye & Vilklamar Peña, "Noticias sensacionalistas entre los usuarios de la red social Instagram" {Tesis de licenciado. Universidad de Guayaquil. 2019}) Tratar temas de cercanía con el presente trabajo, buscando advertir a cierta parte de la población de Porto Hondo sobre el uso positivo de Instagram, una de las redes sociales más populares y utilizadas en el mundo, esperando a más personas que aporten este tipo de ideas.

Se utiliza el método material dialéctico, seguido de un diseño no experimental transversal con un tipo de investigación descriptiva. Los métodos de recopilación de datos aceptables incluyen encuestas, entrevistas, observación y, lo que es más importante, el paradigma cuantitativo; es mejor hacerlo cualitativamente, porque a través de esto se puede conocer los sentimientos de cada uno de los entrevistados. Para crear información que contribuya a su comunidad de una forma u otra, para crear contenido creativo, para atraer usuarios a eventos sociales, levantamientos públicos, reuniones, etc. Recuerde siempre que la información transmitida debe limitarse a parámetros informativos y debe ser precisa en términos de consecuencias.

Según (Sanchez Merino, 2020), en su trabajo “El sensacionalismo como medio de expresión y demanda: caso Un mundo maravilloso y Sin ton ni Sonia. Abarca aspectos de referencia con el trabajo y permite tener sus conclusiones.

La tesis presentada tiene como objetivo mostrar que los grupos subalternos utilizan las visuales de la televisión y los periódicos, representadas en dos cintas cinematográficas, como herramientas de expresión y necesidad de salir del espacio público. Aunque no todo el conocimiento emocional apoya este enfoque, puede depender de la naturaleza del contenido, la información transmitida, el tiempo social que representa, la relación con el cliente, etc.

Lo cierto es que la identificación que crea este tipo de periodista para la audiencia y los lectores no cambia por la imitación, la exageración o la falsedad de los hechos, pero estos factores fortalecen los lazos de la identidad.

El hecho de que los grandes medios contengan información que muestre muchas cosas y muestren mucho dice que el sensacionalismo se está comenzando a extender y apoderar de este tipo de medios, lo que significa que los grupos inferiores se están apoderando más que los medios que se preocupan por ellos, sino de otro tipo de medios que antes no estaban dirigidos a sectores populares.

De hecho, las dos películas seleccionadas, desde un mismo punto de vista, pueden servir para indagar en profundidad, avanzada o de diferente índole, algunos de los temas que tocan, como la imagen de México en el exterior, la sociedad mexicana en la primera década. En el siglo XXI, los cineastas han criticado la historia de los movimientos políticos, las discordias conyugales, etc. Por no hablar de que en este tipo de películas es posible estudiar el lado negativo de la atención mediática.

Esta investigación es una pequeña contribución y presentación de los estudios de medios recibidos por grupos subalternos, con poca referencia a cómo conduce a una perspectiva más amplia sobre el sensacionalismo, su uso y formas de existencia y actuación en clases populares.

Dado que es un enfoque interesante como medio de expresión para los grupos subalternos, puede generar una variedad de críticas que sin duda enriquecen el debate emocional en los medios. Para un propósito específico, se plantean varias preguntas: ¿Qué otros motivos existen para que el sensacionalismo sea tan aceptado entre los grupos subalternos? ¿Cuál es la razón por la que miembros de los grupos hegemónicos también consuman el sensacionalismo? ¿Realmente los subalternos pueden llegar a apoderarse de los medios de comunicación?, ¿o ya se han apoderado de los medios de comunicación a través de acciones discursivas contra hegemónicas? ¿Qué otro tipo de análisis puede realizarse a partir del consumo que los grupos subalternos hacen de la prensa y la televisión, al ser este un ejercicio enfocado en el sensacionalismo como un medio de expresión de los grupos subalternos, es posible que dé pie a diversas críticas que sin duda alguna enriquecerán el debate sobre el sensacionalismo de los medios de comunicación? Integrado a esto como la presente tesis que se dirige a un objetivo en particular, quedan abiertas diversas interrogantes:

En el ámbito nacional

Según (Díaz Zomilla & Vargas Orue, 2021), en su tesis “El sensacionalismo y su relación en el contenido de programa de espectáculos “Amor y Fuego” del año 2021” concluye con aspectos y criterios que nos acercan a nuestro trabajo.

PRIMERA: Siendo el Rho de Spearman ($\rho=0,320$) y una significancia ($p=0,001 < 0,05$), se concluyó que existe una relación estrecha, directa e importante entre la sensibilidad emocional y el contenido del programa Amor y Fuego, por ser un formato que ha sido utilizado durante mucho tiempo por los canales de televisión.

SEGUNDA: Siendo el Rho de Spearman ($\rho=0,217$) y una significancia ($p=0,001 < 0,05$), Se comprobó que existe una relación positiva baja, directa y significativa entre las sensaciones preseleccionadas y el contenido del programa Amor y Fuego, ya que suelen tocar temas familiares que hacen sentir al espectador emociones como tristeza o enfado.

TERCERA: Siendo el Rho de Spearman ($\rho=0,306$) y una significancia ($p=0,001 < 0,05$), se concluyó que existe una correlación positiva baja, directa y significativa entre el interés de las personas y el contenido del programa Amor de Fuego, lo que evidencia la atracción que experimentan los televidentes y las emociones que sienten por el prejuicio mostrado en el programa y su sensacionalismo en el contenido enviado.

CUARTA: Siendo el Rho de Spearman ($\rho=0,226$) y una significancia ($p=0,001 < 0,05$), se concluyó que existe una asociación positiva baja, directa y significativa con el contenido del programa Amor y Fuego, indicando que utilizan intereses morbosos como fuente primaria para procesar el contenido mostrado en televisión.

Según (Rodríguez Vargas, 2019), en su tesis “Influencia de la prensa escrita sensacionalista en la percepción de los ciudadanos tumbesinos sobre la inseguridad ciudadana” tiene aspectos relevantes que nos permiten tener antecedentes al trabajo que estamos realizando.

1. El 70% de los tumbesinos cree que la información en los medios impresos afecta la inseguridad de los vecinos.
2. Los medios impresos en el área de Tumbes tienen mucho contenido sensacionalista, como jerga o contenido sencillo, además de colores vivos, fotos de portada llamativas y precios bajos, aceptados por el 89% de los lectores.
3. La actitud de la comunidad hacia la prensa local se mide de la siguiente manera: uso de jerga o paráfrasis (82%); usar colores brillantes (73%); imágenes sangrientas en la portada (69%) y bajo precio (51%).
4. Hay un porcentaje importante de lectores que no ven sensacionalista la prensa tumbesina (30%).

Según (Armas Acevedo, 2022), “Sensacionalismo en tiempos de Covid-19: Análisis de las noticias del diario Trome Edición digital, marzo 2022, aborda conclusiones que se alinea al trabajo en desarrollo

Casi todas las noticias sobre el COVID-19 en la edición digital de Trome tienen un tema. Pero en los primeros días de la epidemia en el país, los libros usaban títulos populares para animar a la gente a leer. Los estudios han demostrado que los titulares en el sitio web de Trome son objetivos, claros y precisos, lo suficientemente llamativos e informativos como para estimular a los tabloides, temas interesantes y desmitifican que los diarios usan corte sensacionalista. La información sobre el COVID-19 afecta a todos en la versión digital de Trome. De esto se desprende que este tema, a diferencia de los demás, utiliza un titular poco convencional pero efectivo para captar y excitar la atención del lector. A pesar de su reputación como un diario farandulero y de espectáculos, Trome tiene dificultades para concentrarse en los breves puntos presentados en la información sobre el COVID-19.

En su edición digital, el periódico Trome utiliza un enfoque de pirámide invertida para el desarrollo del cuerpo, porque quiere ser leído rápida y fácilmente. Además, el sitio produce muchas noticias, incluida la historia y los antecedentes del evento, por lo que el mensaje de Trome, en comparación con la historia, la audiencia sabrá mucho. La cobertura de Trome de las últimas noticias sobre COVID-19 es precisa y completa, generalmente en línea con otras investigaciones durante la pandemia. La mayoría de las historias de COVID-19 tienden a usar una sola fuente, lo que significa que el trabajo de los periodistas no refleja un periodismo de calidad, porque las historias de una fuente no tienen peso. Todas las historias de Trome sobre el COVID-19 utilizan imágenes como herramienta para estimular el interés de las personas mediante el uso de elementos clave relacionados con el evento, lo que respalda el concepto propuesto. Trome no es conocido por usar métodos como infografías en sus temas para noticias relacionadas con el coronavirus, pero cuando lo hace, brinda al lector información clara y legible que complementa información importante. Un canal de televisión ha emitido un video de noticias Trome que confirma que los videos en Internet fueron creados.

2.2 Bases Teóricas

Variable independiente

Periodismo Sensacionalista

La aparición del sensacionalismo, como enfermedad infantil de la prensa, obedeció, entre otros, a estos factores: A la lucha para adueñarse del mercado de lectores, con una oferta a la vez llamativa y de lectura fácil. Se trataba de ganar compradores de periódicos con el primer vistazo. Por eso los temas y su presentación debían ser de tal atractivo que, una vez vista la primera página al pasar, se impusiera la necesidad de comprar el periódico. Eran periódicos de tamaño tabloide, fáciles de llevar y de hojear, ideados para entretener el tiempo en el tranvía, en el tren, después en el metro. No importaba la densidad de su contenido, ni su exactitud, era suficiente que fueran entretenidos y de contenido excitante estaban dirigidos al sentido de la vista, o sea que estimulaban una sensación, por eso se los llamó sensacionalistas, generadores de sensaciones. No estimulaban la inteligencia, en cambio sobreestiman los sentidos. El otro elemento que contribuyó a la difusión de la prensa sensacionalista fue la escasa o nula preparación de los periodistas. Les bastaban sus contactos con el bajo mundo, su falta de escrúpulos e inhibiciones y su gusto por los chismes e historias macabras de criminales o de escándalos. No eran periodistas cultos ni interesados en el bien de la sociedad, sino aventureros con prácticas y talante cercanos al granuja, especializados en la historia sórdida de la sociedad. Con ese material el Journal de Hearst y el World de Pulitzer alcanzaron unas envidiables cifras de circulación, que fortalecieron el interés de todos los empresarios que buscaban una fórmula fácil para vender periódicos. Hacia el año 1929 el mercado de lectores en Estados Unidos fue el objeto de la guerra de los tabloides que dejó en la historia del periodismo la huella, hasta ahora imborrable, del sensacionalismo. Es, pues, el sensacionalismo una deformación periodística que priva al lector de la verdad completa porque solo cuenta la parte de los hechos que puede ser convertida en una versión sensacional. Lo demás no cuenta porque no se trata de servir al lector con la verdad, sino de manipular los hechos a favor de un mejor negocio

Variable dependiente

Percepción de los estudiantes

El periodismo científico comparte hoy su función con otros emisores de mensajes. Se suma que es una opción profesional minoritaria. Para averiguar el origen de esta situación partimos de que las universidades españolas se forman en una estructura académica dicotómica ciencias/letras, en la que los estudiantes de una rama de conocimiento reciben escasa formación sobre los conocimientos de las otras. Analizamos si esta organización académica influye en la percepción que los estudiantes de Comunicación Social tienen de las ciencias experimentales, de la naturaleza, de la salud, de las humanidades y sociales. Para ello encuestamos a estudiantes de Periodismo y de Comunicación Audiovisual utilizando un cuestionario impreso estructurado en preguntas abiertas, dicotómicas y en escala. Luego aplicamos estadística descriptiva a los datos obtenidos, lo que permitió comprobar que los futuros periodistas no sólo ingresan en la carrera considerándose de letras, sino que avanzan en ella sin modificar esa autopercepción. Una conclusión es que urge replantear la formación imperante para abrirla a una concepción pedagógica inter y transdisciplinar integradora que mejore la presencia de las ciencias en la agenda informativa.

2.3 Bases Conceptuales

Sensacionalismo

(Saad Saad, 2011), en su artículo científico el sensacionalismo o la insurrección de las masas de la revista Razón y Palabra, la acelerada carrera por la información ha presentado producto de su trabajo una enraizada crisis en la prensa escrita, radial, televisiva y sobre todo en este mundo moderno en las redes sociales particularmente en el Facebook y WhatsApp y los otros medios paralelos, disfrazados de prensa popular. Generalmente esos excesos se presentan en la violación de la intimidad, exageración y otras formas que distorsionan la información, haciendo que los lectores, oyentes y seguidores lleven conceptos distorsionados y ajenos a la verdad.

Periodismo amarillo

Los tradicionales medios de comunicación o información que siempre se han hecho notar al presentar sus informaciones de carácter sensacionalista, polémicas, ofensivas o direccionados a opinar como ellos diseñan sus informaciones y que en su formato es generar gran interés entre el público. En su gran mayoría afecta o perjudica los temas o asuntos que son realmente importantes de interés común. Otros autores lo definen como información dudosa muchas veces son informaciones falsas que carecen de verdad, mayormente en los gobiernos de facto o golpistas usaron estos tipos de noticias sensacionalistas. Las notas informativas tienen sus objetivos centrales que es desde que la noticia falsa tenga mayor repercusión entre la población, que obtendrá mayores beneficios, para opacar algo que si es de interés común. Fueron algunos filósofos de la antigua Grecia que también opinaron que el sensacionalismo periodístico es en realidad una distracción a una noticia verdadera.

Periodismo

El periodismo aparece aproximadamente en 1440 con la invención de la imprenta en Europa. Esta obra de Johannes Gutemberg permitió que se difundieran numerosas obras como la Biblia, y con ella se alfabetizarán a la mayoría de la población. Desde entonces se publicaron muchos dibujos, panfletos y carteles, especialmente tras la invención posterior de la litografía. Casi doscientos años después, en el siglo XVII apareció el primer periódico de la historia: el *Mercurius Gallobelgicus*. Se editó en Colonia, Alemania, en 1596. Se trató de un diario escrito totalmente en latín, compilado por el refugiado católico neerlandés Michael ab Isselt, bajo el seudónimo D. M. Jansonius. A su muerte, muchas versiones de su periódico surgieron en manos de terceros: el *Mercurii Gallobelgici succenturiati* e Gotthard Arthusius, o *Annalium Mercurio Gallobelgico succenturiatorum* de Gaspar Ens. Desde entonces, los diarios se convirtieron paulatinamente en el medio preferido de la gente para informarse, junto a las revistas, que tenían perfiles más delimitados. Durante el siglo XVIII, con la Revolución Industrial, se vivió una verdadera explosión de medios de comunicación semejantes. Estos medios continuaron creciendo en

importancia y en difusión, a medida que se instauraba una sociedad industrial, más veloz y de mayor consumo. En los siglos XIX y XX, nuevas tecnologías revolucionaron en el campo de las comunicaciones, como la radio, la televisión y muy posteriormente el internet. Estos nuevos inventos permitieron la profesionalización del oficio periodístico y su consumo masivo y diverso, empleando tecnologías audiovisuales, escritas, animadas y de todo tipo. De ese modo, se suele clasificar la historia del periodismo en tres etapas: el período artesanal (1609-1789), el período moderno (1789-1875) y el período contemporáneo (1875-actualidad).

Noticias

La noticia es un texto periodístico breve que recoge información considerada de particular interés o novedad. Se caracteriza por hacer un recorte de una realidad política, social, económica o de la naturaleza que sea, para relatarla, explicarla o difundirla entre el público. El criterio para saber qué es y qué no es noticia es diverso, y atiende a los intereses del perfil editorial del medio de comunicación determinado. En general, suele darse prioridad a la información vigente, poco conocida o que ocurrió recientemente. En los medios televisivos, radiales y digitales (como redes sociales o plataformas de video), la noticia es un segmento informativo breve, específico de la programación. La principal función de la noticia es informar al público sobre un acontecimiento de actualidad considerado de interés para una audiencia y para la opinión pública en general. Asimismo, al igual que otros géneros periodísticos, la noticia tiene un rol relevante dentro de las sociedades democráticas, ya que hace de público conocimiento los eventos que podrían impactar en las vidas de las personas. De este modo, permite que los ciudadanos estén atentos al ejercicio del poder de las autoridades y de los principales actores de la vida política nacional.

Características de la noticia

La noticia se caracteriza por apegarse a los principios éticos de la veracidad y la objetividad; por tener en cuenta el criterio temporal de la actualidad y la oportunidad del hecho noticioso; por sujetarse a ciertos aspectos formales, como la brevedad y la

normatividad; así como por buscar exponer cuestiones de carácter general, que afecten la vida social o que generen interés por su singularidad.

Es veraz. Uno de los principios de la noticia es su veracidad. El contenido no debe ser ficcional, fantasioso ni especulativo, sino que debe atenerse estrictamente a narrar o explicar lo sucedido. Además, debe estar apoyado en fuentes que permitan verificar la verdad de lo reseñado.

Es objetiva. La noticia no debe dar cabida a los sentimientos, las consideraciones o la subjetividad del periodista, sino que debe atenerse objetivamente a los hechos. Por ello, requiere de un lenguaje lo más ajustado posible a la descripción fiel de lo sucedido.

Es actual y oportuna. Los eventos noticiosos, para serlo, deben ser recientes (si no inmediatos) y difundidos de manera oportuna. Una noticia antigua pierde todo interés para su público, pues aborda materias que ya otros medios han divulgado ampliamente o refieren a situaciones que han perdido su vigencia.

Es breve. Se espera que una noticia no tome más tiempo del necesario para reseñar puntualmente la información, ya que no hay lugar en ella para las divagaciones, reflexiones o ningún otro tipo de elaboraciones secundarias. Esto vale para todos sus soportes (escrito, audio o video).

Tiene forma narrativa. La noticia consiste en un relato que cuenta un evento con principio, nudo y desenlace, por eso se dice que tiene forma narrativa.

Su lenguaje es apto para todo el público. El lenguaje empleado por una noticia debe ser claro y sencillo, adecuado para que cualquier persona pueda entender la información.

Es de interés general. El asunto a reseñar debería contener información sensible para el grueso de la población, no para unos pocos. A fin de cuentas, un medio de comunicación emite información sin discernir quién puede tener acceso a ella.

Es novedosa o inusual. Los eventos o sucesos referidos en la noticia son normalmente novedosos y resultan, debido a su singularidad, extraños o inusuales para el público.

Impacta en la vida de las personas. El interés noticioso es mayor si el hecho que se aborda tiene una repercusión en la vida de las personas o es cercano al público receptor. Esto garantiza no solo mayor interés, sino también mayor relevancia.

Información

La información es un conjunto organizado de datos relevantes para uno o más sujetos que extraen de él un conocimiento. Es decir, es una serie de conocimientos comunicados, compartidos o transmitidos y que constituyen por lo tanto algún tipo de mensaje. Sin embargo, su definición varía según la disciplina o el enfoque desde el cual se la piense.

Tipos de información

La información puede clasificarse de maneras muy distintas, conforme a numerosos criterios. Uno de los más comunes tiene que ver con la relación establecida entre los emisores de la información y sus eventuales o posibles receptores, de la siguiente manera:

Información confidencial o clasificada.

Aquella a la que sólo puede acceder un pequeño conjunto de personas, dada la naturaleza secreta, peligrosa, delicada o privada de los datos contenidos en ella.

Información pública.

Aquella que, por el contrario, permite el acceso general de cualquiera a su contenido, sin requerir permisos especiales y sin tener ningún grado de privacidad.

Información personal.

Aquella que le pertenece a cada persona, es decir, que emana de un individuo concreto, el cual puede decidir con quién compartirla o a quién ofrecérsela.

Información externa.

Aquella que emana de un organismo, institución o empresa, y cuyos destinatarios son instancias o personas externas a la misma.

Información interna.

Aquella, por el contrario, que emana de un organismo, institución o empresa, con el fin de ser consumida de manera interna, sin salir al exterior de la organización.

Percepción

La noción de percepción deriva del término latino perceptio y describe tanto a la acción como a la consecuencia de percibir (es decir, de tener la capacidad para recibir mediante los sentidos las imágenes, impresiones o sensaciones externas, o comprender y conocer algo). Antes de definir este concepto diremos que para conocer el mundo interior o exterior necesitamos realizar un proceso de decodificación de los mensajes que se reciben a través de todo el cuerpo. Se define como percepción al proceso cognoscitivo a través del cual las personas son capaces de comprender su entorno y actuar en consecuencia a los impulsos que reciben; se trata de entender y organizar los estímulos generados por el ambiente y darles un sentido. De este modo lo siguiente que hará el individuo será enviar una respuesta en consecuencia. La percepción puede hacer mención también a un determinado conocimiento, a una idea o a la sensación interior que surge a raíz de una impresión material derivada de nuestros sentidos.

Comentario

A quien realiza un comentario se lo conoce como *comentarista*, y se espera de él que sepa lo suficiente respecto al tema del que discurre para poder emitir juicios fundados, con demostraciones, argumentos y sustento comprobable. He allí, también, lo que distingue a un comentario de una mera opinión o un abordaje totalmente subjetivo. Existen diversos tipos de comentario, por lo general clasificados en base a su área del saber específico o a la forma de abordar la materia analizada. Así, podemos hablar de:

Comentarios críticos. Aquellos que abordan un objeto o situación desde un punto de vista analítico, comprensivo, como parte de una exposición general mucho más grande.

Comentarios filológicos. Aquellos que abordan al objeto poniéndolo en relación con una tradición letrada o con ciertos saberes escritos o bibliográficos.

Comentarios bíblicos. Aquellos que se realizan al margen de la lectura de *La Biblia*, texto sagrado de la tradición judeocristiana occidental.

Comentarios históricos. Aquellos que abordan un período de la historia humana y proveen contexto para su comprensión.

Comentarios literarios. Aquellos que se hacen en torno a una obra literaria o artística, abordando desde un punto de vista interpretativo, subjetivo, poético, pero fundamentado en la hechura de la obra.

Comentario literario Los comentarios literarios se distinguen de los análisis o de los comentarios filológicos en que abordan la obra literaria como un universo cerrado en sí mismo, y trabajan únicamente con los elementos que allí se encuentran y con la reverberación que ellos generen en el lector y comentarista. Es decir: se trata de una lectura personal de la obra, que se sustenta en lo leído y por lo tanto es demostrable, tiene fundamentos, no es una opinión o una interpretación enteramente libre.

Para realizar un comentario literario debe seguirse el siguiente esquema de pasos:

Leer la obra literaria a cabalidad, anotando los pasajes que sean significativos o copiando frases y marcando los lugares a los que se desearía volver posteriormente.

Volver sobre lo leído, extrayendo las citas que coinciden con las marcas realizadas, y leerlas en el orden de alguna idea o discurso que nos sugieran: algún contenido que sospechamos se esconde en la obra, algún concepto clave que en ella se articula, etc.

Escribir un comentario propio en el que digamos cuál es ese contenido o concepto y en qué partes de la obra podemos buscarlo, comprobarlo, etc. Este texto debe ir acompañado de la transcripción de las citas extraídas anteriormente y debe contar con toda la información bibliográfica para que alguien que lo lea después, pueda buscar la obra y comprobar que es cierto lo que anotamos de ella.

Opinión

Considerado como juicio que se forma sobre algo cuestionable. La opinión también es el concepto que se tiene respecto a algo o alguien. Por ejemplo: “En mi opinión y a pesar de ciertas críticas, se trata de un gran pianista”, “Paula tiene una opinión poco favorable sobre mis amigos”, “Manuel me dio su opinión acerca del problema y creo que tiene razón”. Se conoce como opinión pública a la estimación general de una población acerca de un asunto determinado. La opinión pública es algo abstracta, ya que sólo puede recogerse mediante encuestas o trabajos similares. Los medios de comunicación son uno de los principales formadores de opinión pública dado que el tratamiento que realizan de la actualidad incide en el pensamiento de la sociedad: “El presidente no ha escuchado a la opinión pública”, “La opinión pública exige respuestas ante los problemas de inseguridad”.

Redes sociales

Son espacios, sitios y aplicaciones, que están presentes en los niveles diversos, que promueven el intercambio de información, entre personas, instituciones y empresas, muchas personas utilizan estos espacios para analizar interacciones entre

individuos, grupos de personas, instituciones y organizaciones públicas y privadas. Estos espacios en la actualidad son utilizados para brindar información que otros comparten, mientras que otros lo comporten como medios de marketing, pero los más usados son por los ciudadanos digitales que ingresan con la finalidad de enterarse de lo que sucede en el mundo, viendo esta necesidad las grandes empresas comunicativas lo viene empleando como medios de información.

Facebook

Constituye una red social totalmente gratuita, que brinda a los usuarios quienes forman parte de este espacio virtual interactuar y compartir información contenidos por medio de internet, su origen se remonta al año 2004 por el reconocido Mark Zuckerberg, tuvo un origen muy particular de servir para la comunidad universitaria de Harvard y que luego fue insostenible que todas las universidades lo temieran para su uso común. En la actualidad son los usuarios particulares, para tener contacto con su amigos y seres muy cercanos, muchas veces se publican textos, fotos, videos entre otros aspectos que muchas veces sirve también como comunicación publicitaria, también en los últimos tiempos ha sido utilizado por el público en los diferentes problemas sociales.

WhatsApp

Es una aplicación exclusiva de mensajería de un carácter instantáneo para los usuarios de teléfonos que tiene la tecnología adecuada para el uso de estas aplicaciones, este aplicativo permite realizar el traslado de información entre sus usuarios y los otros ciudadanos, a esto también se suma que no solamente mensajes sino también fotos, imágenes y videos que son recibidos y traslado de forma inmediata, en la actualidad es uno de los aplicativos con mayor alcance para sus usuarios.

Medios de comunicación.

Son muchos los autores y teóricos que sustentan que los medios de comunicación son todo un conjunto o sistema técnico que se emplea con la finalidad de generar la comunicación, particularmente se refiere a todos aquellos medios que tiene características masivas de comunicación, en palabras más sencillas se consideran como la información de contenidos de grandes mayorías, tradicionalmente se les conoce a la radio y televisión. Muchos ciudadanos virtuales ingresan a los espacios virtuales de forma masiva con el propósito de buscar material de información, que describa, indique y procese información, sobre todo acontecimientos desde los diferentes aspectos políticos, culturales, sociales y económicos desde diferentes lugares donde hay acceso al internet.

Globalización

Según (Fondo Monetario Internacional, 2000), “La globalización: ¿Amenaza u oportunidad?, Considera que la globalización constituye todo un conjunto de proceso que son de gran beneficio para el desarrollo de la humanidad, además consideran los entendidos que es irreversible, sin retroceso. Mientras que otros lo consideran, como la destrucción de la humanidad y toda forma de vida social, ya que gracias a la globalización se va acrecentando la desigualdad de oportunidades. Es por ello que frente a esta incertidumbre este artículo hace un análisis serio y con visiones distintas, desde opciones reales y responsables.

Información

Es la acumulación de datos, mensajes que están debidamente sistematizados y ordenados que están diseñados para la sociedad, estos mensajes son de origen real y que se emiten por diferentes medios y nace en él y concluye en la misma sociedad y son de carácter de solucionar algunos problemas que enfrenta la humanidad, pero sobre todo ello es de línea filosófica que parte de la razón y concluye en un conocimiento para el hombre. Es el hombre el único ser en la naturaleza que tiene la capacidad

resolutiva de construir códigos, significados y mensajes y transmitirlo a los demás gracias al lenguaje, todo este proceso naturalmente se desarrolla en la sociedad.

Periodismo

Es una actividad de recolección, análisis y traslado de información, en cualquiera de sus formas y presentaciones, desde el ámbito académico ahora es considerada como parte de una actividad científica ya que maneja categorías y teorías científicas. El periodismo también es considerado como una profesión ágil permanente y veraz con temas de actualidad que pasa por todo un proceso para trasladar información a la población de interés común.

Influencia

Viene a ser la capacidad que muchos autores consideran para tener un determinado control de mando en todas sus formas de pensar y actuar con relación a una persona u otra cosa, asimismo cuando se habla de ejercer poder en la sociedad dentro de la sociedad, que muchos estudiosos manifiestan con relación a la creatividad o a la inteligencia, grado de afectividad, comportamiento, y sobre todo la personalidad. Muchos de los ciudadanos tienen un comportamiento que sus orígenes están dentro de otros personajes que son influyentes. Esto permite a los integrantes de grupos sociales tener relaciones entre ellos, para sostener grupos sociales.

Percepción

El cerebro del ser humano es el responsable de asimilar e interpretar las sensaciones y estímulos que recibe del medio ambiente por intermedio de los sentidos que posee el hombre, este proceso cerebral que realiza para luego emitir su juicio de valor. A este proceso los teóricos lo denominan con la construcción de conceptos, formas e ideas. No solamente emite juicios de valor, sino que describe percepciones mentales, sino que también procesa, organiza, interpreta y concluye información, que tiene su origen en los estímulos exteriores, pensamientos, sentimientos que son propios

de las experiencias que tienen los individuos sobre diversos hechos. A esto se le conoce como pensamientos y sentimientos que son propios de la filosofía, que considera que la percepción es producto de la actividad psíquica que solamente posee el hombre.

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA

3.1 Ámbito.

Se desarrolló en la Institución Educativa “Ramiro Priale Priale” de la localidad de Huancachupa se encuentra ubicada a 25 minutos de la ciudad de Huánuco, jurisdicción del distrito de San Francisco de Cayran, con una población de 500 familias aproximadamente, es una zona totalmente agrícola, donde su principal producción son las verduras, en los últimos años su crecimiento poblacional ha sido incrementado por la migración de los ciudadanos de la hermana región de Pasco. Asimismo, de las provincias de Puerto Inca, Leoncio Prado y otras de la selva peruana.

3.2 Población

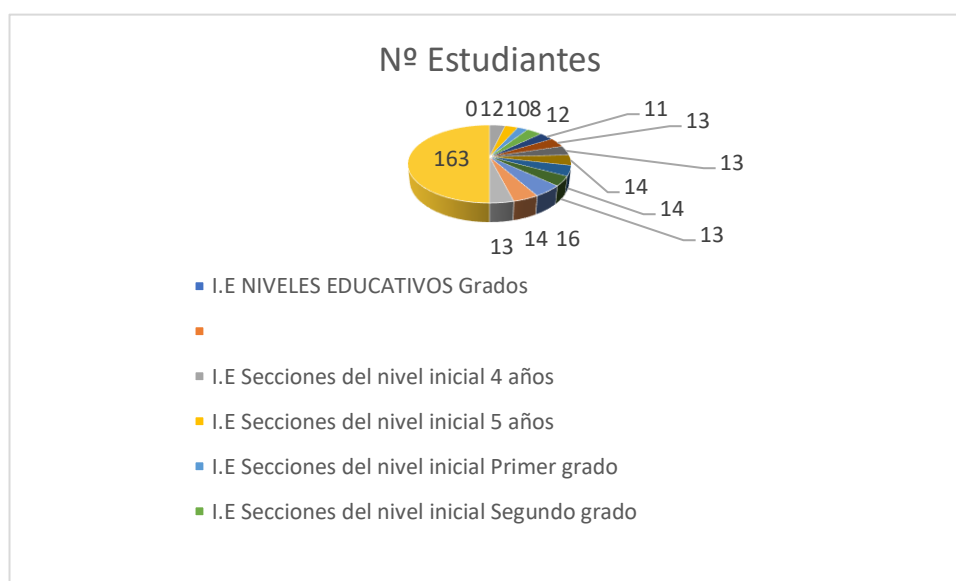
Población

Conformada por 322 estudiantes de los niveles de primaria y secundaria en los dos turnos, son estudiantes desde los 11 años hasta los 18 años de edad de la Educación Básica Regular (EBR) de la comunidad campesina. Según (Tamayo y Tamayo, 2004), metodología de la investigación considera que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, donde la integración de todos sus elementos o unidades de análisis integrado por todo el conjunto de sujetos o elementos que cuentan con las mismas características, es llamada población dentro del proceso de comunicación.

Es sin duda la totalidad de individuos, medidas, cosas, sujetos elementos que cuentan o tienen las mismas características comunes y resaltantes y que se observan en el tiempo, lugar determinado, donde se ejecuta la investigación por lo que el autor considera como población.

Tabla N° 02*Población de estudiantes de los tres niveles educativos*

I.E	NIVELES EDUCATIVOS	Grados	N° Estudiantes		TOTAL	
			VARONES	MUJERES		
Ramiro Priale Priale	Secciones del nivel inicial	4 años	12	8	20	
		5 años	10	11	21	
	Secciones nivel primaria	Primer grado	8	8	16	
		Segundo grado	12	10	22	
		Tercer grado	11	10	21	
		Cuarto grado	13	10	23	
		Quinto grado	13	13	26	
		Sexto grado	14	16	30	
	Secciones nivel secundaria	Primer grado	14	15	29	
		Segundo grado	13	14	27	
		Tercer grado	16	12	28	
		Cuarto grado	14	15	29	
		Quinto grado	13	17	30	
	TOTAL			163	159	322

Figura N° 01*Población de estudiantes de los tres niveles educativos*

- **Muestra**

La muestra determinada es una muestra no probabilística, por conveniencia a criterio del investigador, participación de 30 estudiantes del 5° año de educación secundaria. Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Batista Lucio, 2014), en su libro de Metodología de la Investigación define a la muestra de un trabajo de investigación como la esencia fundamental, considera como un subgrupo que se desprende de la población general o del universo del trabajo investigación, para otros autores consideran a la muestra como un subconjunto de elementos particulares de la población y que van a servir de referencia para el trabajo más específico con el cual se va trabajar en la investigación, muy generalmente se entiende a la muestra como la cantidad de sujetos al cual se les va solicitar que desarrollen los cuestionarios en su momento. Por razones de características de la investigación nuestro trabajo pertenece a una muestra no probabilística también conocida como dirigida o subgrupo de la población en la que decisión y elección de los sujetos no depende estrictamente de sus elementos para ser elegidos bajo la probabilidad de alguno; sino de sus características propias que ella determina por la naturaleza.

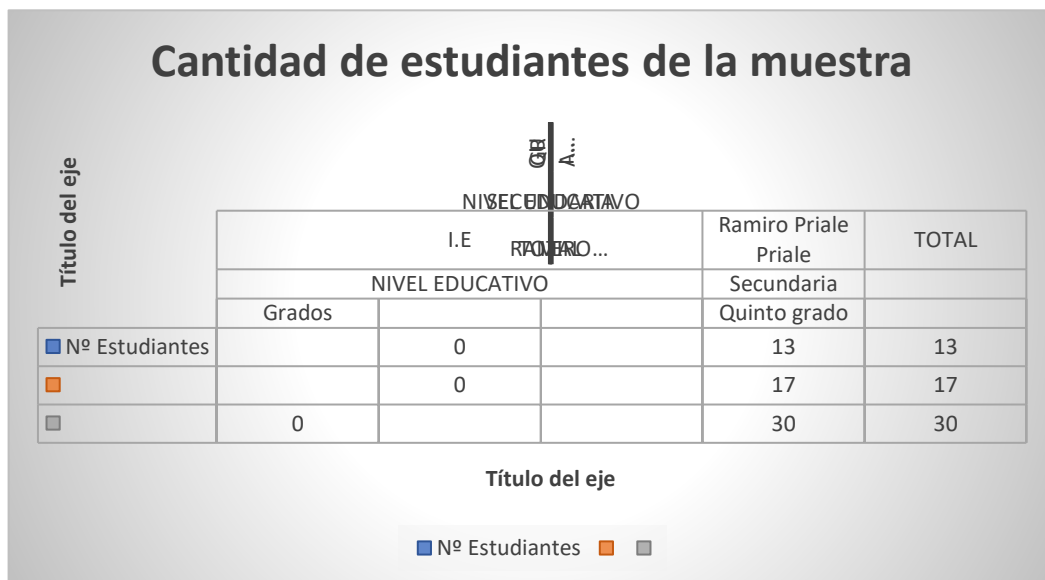
- **Selección de la muestra**

Esta muestra fue considerada por 30 estudiantes del 5° año de secundaria de la Institución Educativa de Huancachupa.

Tabla N° 03

Cantidad de estudiantes de la muestra

I.E	NIVEL EDUCATIVO	Grados	N° Estudiantes		TOTAL
			VARONES	MUJERES	
Ramiro Priale Priale	Secundaria	Quinto grado	13	17	30
TOTAL			13	17	30

Figura N° 02*Población de estudiantes de los tres niveles educativos*

3.3 Nivel y Tipo de estudio

Nivel

El trabajo que se presenta pertenece a una investigación explicativa, ya que solamente se centra en explicar el porqué del fenómeno y en su gran mayoría de comparaciones, otros similares niveles de estudio, ya que los estudios están solamente para dar a conocer el fundamento y razón del porqué sucede los hechos, el acontecimiento del fenómeno de estudio, ante el cuestionamiento de las interrogantes sobre conocer los hechos o las causas que lo generan. Según Hernández et al. (2014), en su libro Metodología de la investigación científica. 6ta edición, fundamenta que los niveles de investigación se refieren estrictamente al grado de profundidad en la que se estudia un fenómeno o por un objeto de estudio.

Tipo

En nuestro trabajo hemos considerado la investigación aplicada, ya que nos permite utilizar diferentes teorías con enfoques diversos, lo que permitirá explicar el fenómeno de estudio tomando como referencia al mismo nombre de este tipo de

investigación, que busca emplear los conocimientos que se obtienen o sistematizados por medio de la investigación básica. En relación al nivel de profundidad del conocimiento, la metodología que hemos usado en nuestra investigación es aplicada por cuanto señalaremos como es y cómo se manifiesta el fenómeno, buscaremos además describir sus características, propiedades y sobre todo conocer la influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023. Por la finalidad de la investigación se trata además de un estudio básico. Influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023, según. (Alvarez Risco, 2020), puntualiza que las investigaciones en el ámbito académico son justificadas de diferentes criterios y conceptos.

3.4 Diseño de investigación

El trabajo de investigación que se presenta tiene su origen en el enfoque cuantitativo, ya que nos permitió determinar de acuerdo a su forma de recoger la información para determinar y tomar la medida que corresponde, siendo así, nos dio un panorama para reconocer y aclarar la existencia como corresponde al aspecto social, tomando como referencia una visión externa, pero real concreta y sobre todo objetiva del fenómeno en estudio.

Según (Hernández Sampieri & Collado, L, 2013) en su libro Metodología de la investigación, puntualiza así a los trabajos de investigación porque su grado de control es mínimo, y consiste en administrar un estímulo o programa, tratamiento a un grupo y luego aplicar un instrumento de medición en una de las variables, para ver el nivel del grupo. En algunos casos. El diseño casi en su gran mayoría cumple con la rigurosidad de ser un trabajo experimental, en su gran mayoría no hay manipulación de ninguna de las variables, tampoco existe referencia previa del cual era por lo general el nivel que tiene el grupo en la variable dependiente.

Esquema de prueba – pos prueba con un solo grupo

$$GE = O_1 - x - O_2$$

Donde:

O1: Variable – Periodismo sensacionalista

O2: Variable – Percepción de los estudiantes

G1: Grupo de análisis- E

3.5 Métodos, técnicas e instrumentos

El método que se utilizó en el trabajo de investigación, es el método inductivo deductivo, estructura que más se ajusta al trabajo realizado. (Maya, 2014), en su libro el método científico, define como todo un conjunto de procedimientos para tratar todo un conjunto de problemas, pero el que más se aproxima a su pensamiento es el que él considera como cierto de procedimientos racional e inteligente a dar respuestas a una serie de preguntas que aparecen, desde su origen, su esencia y su vinculación con varios efectos.

Técnicas e instrumentos

Entre las técnicas e instrumentos para recoger y almacenar información tanto bibliográficas como hemerográficas dentro del marco teórico tomamos en cuenta fichas, formatos de cuestionario, guías de entrevista, escalas de actitudes u opinión, entre otros, así como:

- Técnica N° 01
Encuesta
- Instrumento N° 01
Cuestionario

3.6 Validación y confiabilidad del instrumento

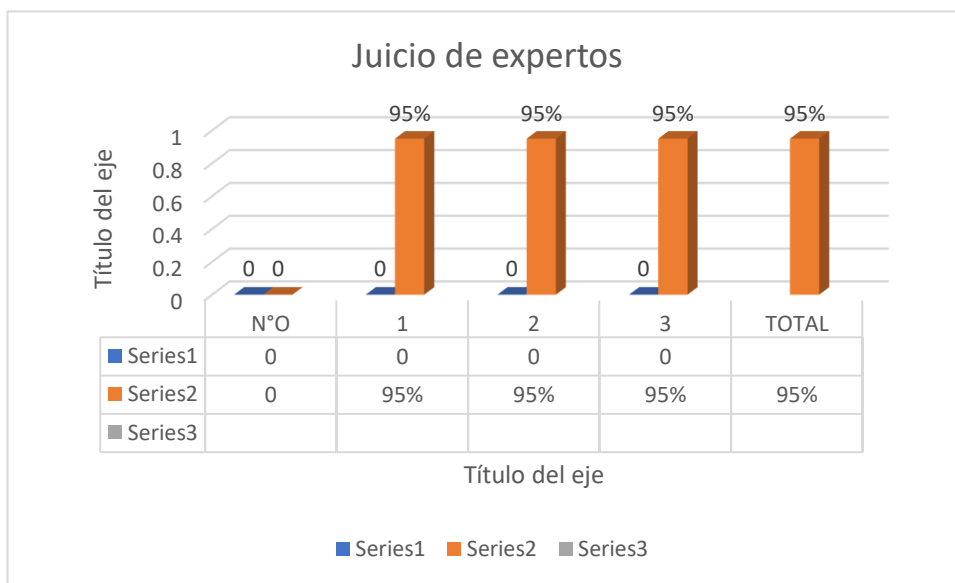
Validez

La validez de estos instrumentos se ejecutó por intermedio de la validez de juicio de expertos, según Hernández (2014) que sustenta el grado en el que el instrumento que emplea el investigador, para medir realmente la variable que se ha propuesto en el estudio de investigación, esto en conocimiento de los que tienen mucha información de nuestra primera casa superior de estudios, la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

Tabla N° 04
Relación de expertos

N°	Apellidos y Nombres	Porcentaje de Aceptación
01	AGUILAR PARI Mario Salomón	95 %
02	DOMINGUEZ MONTALVO Glizeth Teresa	95%
03	VLADIMIR PAVEL Félix Félix	95 %
TOTAL		95 %

Figura N° 03
Juicio de expertos



Confiabilidad

Para tener la exactitud y confiabilidad según Hernández (2014) tiene referencia al grado en el que un instrumento empleado arroja resultados, totalmente consistentes y coherentes, esto es el Alfa de Cronbach, obtenido un grado de confiabilidad de 0,911 para el cuestionario para el taller de periodismo sensacionalista y 0.899 en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria. La fiabilidad se define como la exactitud o precisión de las puntuaciones o datos obtenidos a través de un instrumento. Esta precisión puede ser entendida como estabilidad temporal de las mediciones realizadas a los mismos sujetos, ausencia de errores o de distorsión en las puntuaciones obtenidas o acuerdo entre los evaluadores. Veamos estos aspectos detenidamente.

Gómez-Núñez, M. I. Cano-Muñoz, M. Á. y Torregrosa, M. S. (2020). Manual para investigar en educación: guía para orientadores y docentes indagadores. Madrid, Narcea Ediciones. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/unheval/142523?page=104>.

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(\frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Donde:

K= Numero de ítems en la escala

$\sigma^2 Y_i$ = Varianza del ítem i

$\sigma^2 X$ = Varianza de las puntuaciones observadas de los individuos

Tabla N° 05

Alfa de Cronbach

Estadístico de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
,830	30

3.7 Procedimiento

Procesamiento de datos

Los datos recogidos como consecuencia de la encuesta serán procesados a través de tablas estadísticas y figuras por medio de la aplicación del SPSS, dando a conocer luego los resultados en términos numéricos y porcentuales por la variable en estudio, según sus dimensiones e indicadores, para su respectivo análisis e interpretación para arribar a conclusiones preliminares y finales.

Presentación de Datos

La información recogida del trabajo de investigación fue procesada y presentada en tablas estadísticas y figuras de barras. Asimismo, los resultados fueron analizados mediante los métodos estadísticos y sistematizados mediante tablas y figuras.

3.8 Plan de tabulación y análisis de datos estadísticos

En el proyecto que desarrollaremos consistirá en determinar los resultados de las variables que se presentarán y su relación con las variables de estudio que tendrán que ser analizadas de acuerdo al enfoque de investigación establecida, para así poder dar respuesta al problema planteado y sin dejar de lado los objetivos establecidos, partiendo de la hipótesis planteada, estos resultados se presentarán en cuadros de tabulación debidamente sistematizados.

Estas tablas se presentarán de la siguiente manera:

- 1.- Se va detalló las variables identificadas a propósito del estudio en desarrollo de acuerdo al instrumento establecido.
- 2.- Se va determinó las variables analizadas en cuadros simples, de acuerdo a los objetivos y las hipótesis.
- 3.- Se consideró las variables que deben cruzarse, según los objetivos y las hipótesis planteadas.
- 4.- Se va esquematizó los cuadros que requieran de acuerdo a los casos o categorías
- 5.- Se consideró un listado que deberá ser analizado respectivamente.

3.9 Consideraciones éticas

El presente trabajo de investigación se realizó con el propósito de hallar afirmaciones desde el mismo hecho de recoger información que nos dio interpretaciones y posteriormente futuras presentaciones académicas que demuestran en los resultados, enmarcados dentro de la veracidad y en estricto cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de nuestra Universidad Nacional Hermilio Valdizan de Huánuco, por lo que ponemos a vuestra consideración responsablemente los derechos de autor ceñidos a las disposiciones y normatividad de las citas textuales recogidas como fuentes de información, sin otorgar espacio al plagio ni copia de los documentos.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

Análisis descriptivo

En este capítulo se puede mostrar los cuestionarios realizados a los 30 estudiantes de 15 a 16 años de edad del 5° grado de educación secundaria de la Institución Educativa “Ramiro Priale Priale” del distrito de San Francisco de Cayran.

El análisis estadístico fue se realizó por medio del programa SPSS versión 25, como se detalla en párrafos más adelante con relación al comportamiento de las variables de estudio.

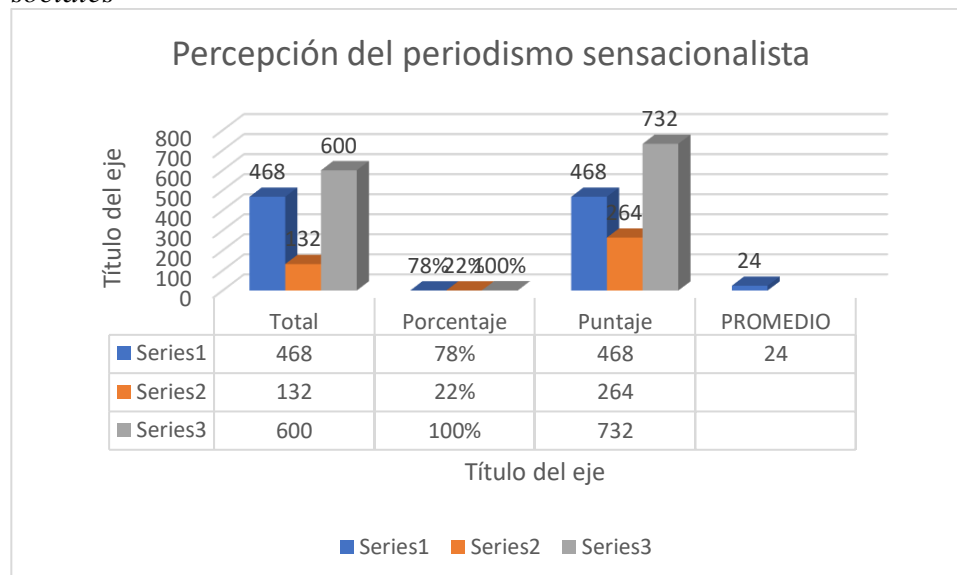
Tabla N° 06

Cuestionario sobre la percepción del periodismo sensacionalista en las redes sociales

N°	Item	No (0)	Si (1)	Total
	Segmentos de noticias			
1	¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	26	4	30
2	¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	22	8	30
3	¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	24	6	30
4	¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	25	5	30
5	¿Cree usted que el contenido social que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	24	6	30
6	¿Cree usted que el contenido social que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	23	7	30
7	¿Cree usted que el contenido político que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	22	8	30
8	¿Cree usted que el contenido político que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	21	9	30
9	¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	24	6	30
10	¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el WhatsApp se transforma en sensacionalista?	23	7	30
	Grado e de percepción			
11	¿Qué es lo que más le atrae de las noticias en redes sociales?	26	4	30
12	¿Cree usted que el contenido en WhatsApp y Facebook tiene información veraz?	25	5	30
13	¿Cree usted que el contenido de las noticias en facebook influye en su quehacer diario?	26	4	30
14	¿Cree usted que el contenido de las noticias en WhatsApp influye en su quehacer diario?	24	6	30
15	¿Cree usted que las noticias difundidas en redes sociales son de fácil entendimiento?	23	7	30
16	¿Cree usted que las noticias difundidas en facebook son de fácil entendimiento?	21	9	30
17	¿Cree usted que las noticias difundidas en WhatsApp son de fácil entendimiento?	24	6	30
18	¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en redes sociales?	20	10	30
19	¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en facebook?	22	8	30
20	¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en WhatsApp?	23	7	30
	Total	468	132	600
	Porcentaje	78 %	22 %	100 %
	Puntaje	468	264	732
	PROMEDIO		24	

Figura N° 04

Cuestionario sobre la percepción del periodismo sensacionalista en las redes sociales



INTERPRETACIÓN.

En la tabla N° 06 y figura N° 03, se evidencia que un 78 % de los estudiantes no tiene una percepción del periodismo sensacionalista de las redes sociales, información que se tiene en los 20 ítems del cuestionario, por otro lado, un 22 % de estudiantes muestra una percepción adecuada del periodismo sensacionalista de las redes sociales. Los resultados indican que, en su gran mayoría, un poco más de la mitad de los estudiantes objetos de estudio, no tiene una percepción del periodismo sensacionalista de las redes sociales especialmente en Facebook y WhatsApp, específicamente en las dimensiones de segmentos de noticias y percepción en los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023. Este hecho nos permite conocer la situación donde se encuentran los estudiantes que no tienen una percepción del periodismo sensacionalista de las redes sociales específicamente en Facebook y WhatsApp. Este hecho nos va permitir conocer aspectos para poder implementar acciones en la mejora por medio de la percepción del periodismo sensacionalista que se presentan en las redes sociales.

BAREMO

Tabla N° 07

Percepción del periodismo sensacionalista que se da en redes sociales.

Percepción del periodismo sensacionalista	Puntaje
Baja	20-27
Media	28-35
Alta	36-42

Fuente: Elaboración propia 2023

Diferencia: $(NP \times MV = NP \times MV) = 20 \times 2 = 40 \quad 20 \times 1 = 20 \quad 40 - 20 = 20$

$D = \frac{20}{3} = 7$ Amplitud de cada intervalo

V = 3

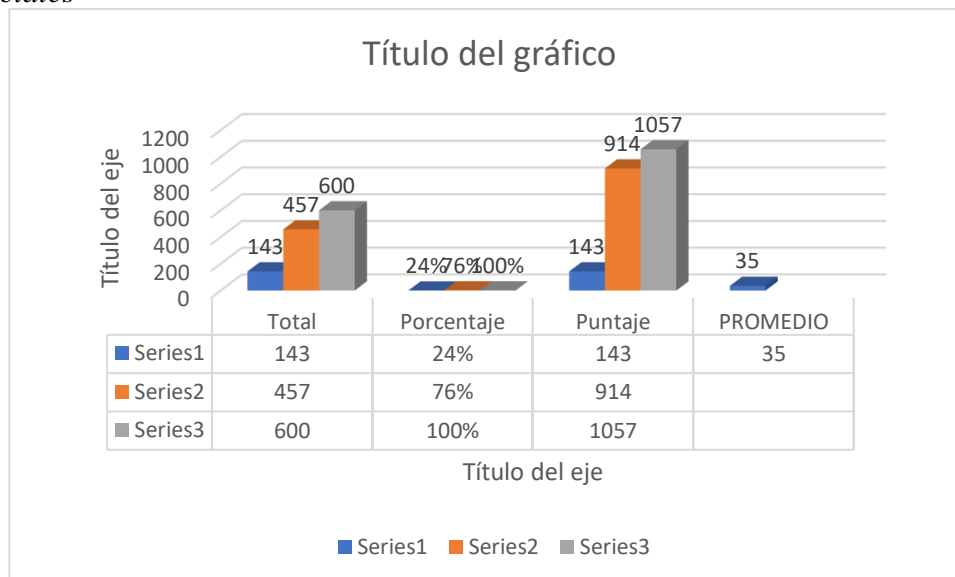
Al aplicar el cuestionario inicial, obtuvimos un promedio de 24, según estos resultados y el Baremo establecido, se considera que los estudiantes tienen una baja percepción del periodismo sensacionalista de las redes sociales. Se puede observar en la anterior tabla que tras aplicar el cuestionario a los 30 estudiantes que constituyen parte de la muestra.

Tabla N° 08*Cuestionario sobre la percepción del periodismo sensacionalista en las redes sociales*

N°	Item	No (0)	Si (1)	Total
	Segmentos de noticias			
1	¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	5	25	30
2	¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	6	24	30
3	¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	26	30
4	¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	6	24	30
5	¿Cree usted que el contenido social que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	8	22	30
6	¿Cree usted que el contenido social que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	9	21	30
7	¿Cree usted que el contenido político que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	7	23	30
8	¿Cree usted que el contenido político que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	20	10	30
9	¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	12	18	30
10	¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el WhatsApp se transforma en sensacionalista?	10	20	30
	Grado e de percepción			
11	¿Qué es lo que más le atrae de las noticias en redes sociales?	2	28	30
12	¿Cree usted que el contenido en WhatsApp y Facebook tiene información veraz?	2	28	30
13	¿Cree usted que el contenido de las noticias en facebook influye en su quehacer diario?	10	20	30
14	¿Cree usted que el contenido de las noticias en WhatsApp influye en su quehacer diario?	5	25	30
15	¿Cree usted que las noticias difundidas en redes sociales son de fácil entendimiento?	7	23	30
16	¿Cree usted que las noticias difundidas en facebook son de fácil entendimiento?	2	28	30
17	¿Cree usted que las noticias difundidas en WhatsApp son de fácil entendimiento?	9	21	30
18	¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en redes sociales?	6	24	30
19	¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en facebook?	8	22	30
20	¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en WhatsApp?	5	25	30
	Total	143	457	600
	Porcentaje	24 %	76 %	100 %
	Puntaje	143	914	1057
	PROMEDIO		35	

Figura N° 05

Cuestionario sobre la percepción del periodismo sensacionalista en las redes sociales



INTERPRETACIÓN.

En la tabla N° 07 y figura N° 04, se evidencia que un 24 % de los estudiantes no tiene una percepción del periodismo sensacionalista de las redes sociales, información que se tiene en los 20 ítems del cuestionario, por otro lado, un 76 % de estudiantes muestra una percepción adecuada del periodismo sensacionalista de las redes sociales. Los resultados indican que, en su gran mayoría, un poco más de la mitad de los estudiantes objetos de estudio, si tiene una percepción del periodismo sensacionalista de las redes sociales especialmente en Facebook y WhatsApp, específicamente en las dimensiones de segmentos de noticias y percepción en los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023. Este hecho nos permite conocer la situación donde se encuentran los estudiantes que sí tienen una percepción de los periodismos sensacionalista de las redes sociales específicamente en Facebook y WhatsApp, este hecho nos va permitir conocer aspectos para poder implementar acciones en la mejora por medio de la percepción del periodismo sensacionalista que se presentan en las redes sociales

BAREMO

Tabla N° 09

Percepción del periodismo sensacionalista que se da en redes sociales.

Percepción del periodismo sensacionalista	Puntaje
Baja	20-27
Media	28-35
Alta	36-42

Fuente: Elaboración propia 2023

Diferencia: $(NP \times MV = NP \times MV) = 20 \times 2 = 40 \quad 20 \times 1 = 20 \quad 40 - 20 = 20$

D = 20 = 7 Amplitud de cada intervalo

V 3

Al aplicar el cuestionario inicial, obtuvimos un promedio de 35, según estos resultados y el Baremo establecido, se considera que los estudiantes tienen una percepción media del periodismo sensacionalista de las redes sociales. Se puede observar en la anterior tabla que tras aplicar el cuestionario a los 30 estudiantes que constituyen parte de la muestra.

CAPÍTULO V.

DISCUSIÓN

La investigación en curso tuvo el objetivo general de conocer la influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023. Específicamente en lo que concierne a la información que se toma como referencia de las redes sociales: como es el caso de Facebook y WhatsApp y que muchas veces lo toman como válido, cayendo en la confusión y mal información.

De los resultados extraídos en el trabajo, se puede extraer que conocer la influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023. De acuerdo a la hipótesis planteada en el presente trabajo, ya que los estudiantes evaluados en sus dos momentos la pre pruebas en principio, no mostraron una percepción del periodismo sensacionalista de las redes sociales y que posterior a la aplicación de los talleres para identificar las noticias e informaciones se pudo evidenciar que si es mediana la identificación de las noticias sensacionalistas que se publican en redes sociales.

Después del desarrollo y ejecución de los 8 talleres de conocer la influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023, se pudo apreciar una mejoría, después de la evaluación. Obteniendo un 76 % medianamente significativo, mientras que para los estudiantes en un porcentaje 26 % todavía tiene aspectos que mejorar en sus condiciones de cómo se debe tomar las informaciones que provienen de las redes sociales.

En consecuencia, es importante señalar que los trabajos que nos sirvieron de antecedentes para nuestro trabajo de investigación, evidencian que algunos grupos de estudio han demostrado un aumento y crecimiento en la mejora de la recepción del periodismo sensacionalista. La realización de talleres en relación a la veracidad de las

noticias e informaciones, lo que nos permite contrastar con nuestra propuesta inicial de forma favorable en la sustentación y planteamiento de nuestra hipótesis.

Para alcanzar los objetivos establecidos se empleó dos métodos fundamentales que se desprende del método científico como la observación y la experimentación, el primero de ellos la observación permitió ayudar a encontrar y enfocar los problemas, mientras la experimentación aplicar la variable independientes para la mejora de la percepción del periodismo sensacionalista de los estudiantes, gracias a la utilización del tipo de investigación de tipo aplicada, ya que el problema enfocado desde un punto de vista de solución práctica, bajo la referencia de la posterior a la evaluación de los resultados encontrados, gracias al cuestionario aplicado que fue validado por expertos y que aplicado a los estudiantes de referencia en el estudio, se llegó a la conclusión que la aplicación del periodismo sensacionalista en la percepción de los estudiantes del 5 ° año de la I.E Ramiro Priale Priale.

El periodismo sensacionalista de las redes sociales como herramienta dinámica para conocer la percepción de los estudiantes del 5° año de la I.E Ramiro Priale Huánuco 2023, un mediano grado de influencia significativa en la percepción del periodismo sensacionalista en las redes sociales.

CONCLUSIONES

Se determinó la influencia medianamente significativa del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023. Tras realizar la Post prueba se puede observar en la Tabla 7 y Gráfico 5, de los 30 estudiantes encuestados: el 76% se encuentran en nivel medianamente significativa, mientras que el 24% de encuestados todavía les falta desarrollar más la persuasión para poder identificar el grado de percepción del periodismo sensacionalista. El trabajo realizado permite demostrar la influencia negativa que dejan los medios de comunicación por medio de sus programas informativos con mucho contenido sensacionalista en las redes sociales.

PRIMERO:

Se concluye que el sensacionalismo de los medios de comunicación que se presentan por las redes sociales, con noticias de mucha violencia, crimen y exageraciones, como es el caso del Facebook que llega con mayor rapidez a la ciudadanía, influye negativamente en los jóvenes y estudiantes en edad escolar.

SEGUNDO:

Se puntualiza que el WhatsApp es muy medio muy ágil por donde se comparte información que muchas veces no tiene un carácter informativo real y sin filtros, pero que influyen en la percepción de los jóvenes en edad escolar.

RECOMENDACIONES

El cambio que se ha podido evidenciar en los estudiantes de la I.E luego de haber desarrollado el taller de periodismo informativo para conocer el periodismo sensacionalista de las redes sociales de Facebook y WhatsApp.

1. Se recomienda reforzar el trabajo en la ejecución y realización de talleres de periodismo en los estudiantes de la I.E “Ramiro Priale Priale” de la localidad de Huancachupa para mejorar la percepción del periodismo sensacionalista de las redes sociales.
2. Se recomienda implementar un plan de estrategias para discernir los contenidos del periodismo sensacionalista en sus contenidos de las informaciones que presentan en las redes sociales de Facebook y WhatsApp.
3. Se recomienda impulsar políticas comunicacionales y proyectos de Ley para mejorar las condiciones de las publicaciones de las informaciones por estos medios tan difundidos y que están fácilmente al alcance de los jóvenes.
4. Como profesionales en ciencias de la comunicación, se aconseja cuidar el contenido periodístico que se muestra en los jóvenes diariamente, siendo éstos el futuro de nuestro país.
5. Tomar medidas preventivas tomando en cuenta que, los periodistas y líderes de opinión deben tomar consciencia y saber que el sensacionalismo puede traer consecuencias en la educación y aprendizaje de los jóvenes.

Finalmente, se recomienda a los padres estar cerca de sus hijos para orientarlos y explicarles los sucesos que se dan a diario en los contenidos de los noticieros.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Aguila, D. (s.f.). La Comunicación Intern y su Incidencia en la Calidad de Servicio al Cliente en la Empresa Hotelera Royal Tingo Maria 2020. *Tesis*. Universidad Privada de Huánuco, Huánuco-Perú.
- Armas Acevedo, G. M. (2022). "*Sensacionalismo en tiempos de Covid-19 Analisis de las noticias del Dairio Trome edicion digital, marzo 2020*" {Tesis de licenciado. *Uniersidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo*}. Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo-Perú, Chiclayo-Perú.
- Avalos Ibañez, A. (s.f.).
- Avalos Ibañez, A. (2022). *Relaciones Interpersonales y Clima Laboral en la Empresa MineraJyS Contratistas Generales SAC provincia de Pataz [Tesis de Licenciado, Universidad Nacional de Trujillo]*. Repositorio institucional, Pataz-Trujillo.
- Bercenuelo. (2016). *La Comunicación Empresarial*. Madrid: Estudio de Comunicación S.A.
- Bermudez. (s.f.). La Comunicación Interna en las Organizaciones. *Articulo*. Master Universitario RRHH, Mexico.
- Brañez. (s.f.). Estrategias de Comuicación Interna y su Influencia en a Identidad Laboraal de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital del Agustino. *Tesis*. Universidad Peruana Unión, Ñaña Perú.
- Charry. (s.f.). La Gestion de la Comunicación y el Clima Organizacional en el Sector Público. *La Gestion de la Comuniccción Interna*. Ministerio de Educación, Lima- Perú.

- Choquehuanca Ortiz, K. (2021). *La Motivación y su Influencia en el Desempeño Laboral del Personal de Seguridad de la Compañía Nacional de Vigilancia S.A (CONAVISA)[Tesis de Licenciado Universidad Nacional Enrique Guzman y Valle La Cantuta]*. Repositorio institucional, Lima-Perú, Perú.
- Diaz Zomilla, A. C., & Vargas Orue, B. S. (2021). *El sensacionalismo y su relacion en el contenido del programa de espectaculos "Amor y Fuego" del año 2021 {Tesi de licenciado. Universidad César Vallejo. Lima 2021. Universidad Cesar Vallejo, Lima-Perú.*
- Fondo Monetario Internacional. (Abril de 2000). La globalización: ¿Amenaza u oportunidad? *Fondo Monetario Internacional*, 18. Obtenido de <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm>
- Franco Figueroa, G. S. (s.f.). ANÁLISIS DEL CONTENIDO COMUNICACIONAL SENSACIONALISTA QUE SE DA {Tesis de licenciado. Univversidad de Guayaquil. 2015}. 2015. Universidad de Guayaquil, Guayaquil.
- Hernandez Patron, U. (2021). *El surgimiento del sensacionalismo en la prensa peruana en el contexto del centenario: El caso del diario la cronica{Tesis de maestro. Universidad Pontificia Catolica del Perú}*. Pontificia Universidad Catolica del Perú., Lima-Perú, Lima, Perú.
- Hernndo. (s.f.). *Las Buenas Prácticas en la Gestión de los Recursos Humanos en las Organizaciones del Mar del Plata. Artículo Científico. Universidad Nacional del Mar del Plata, Argentina.*
- Horna de la Cruz, G. (2022). *Comunicación Interna y Uso del Mailling en una Empresa Concesionaria de la Red Vial del Perú, 2021 [Tesis de Maestria, Universidad Cear Vallejo]*. Repositorio institucional, Trujillo-Perú, Trujillo-Perú.
- Huamanculi. (s.f.). *Relacion entre la Comunicación Interna y la Calidad de las Relaciones en la MYPE TERAH SAC. Tesis. Universidad San Martin de Porras, Lima Perú.*

- Marin. (s.f.). Influencia de la Comunicación Interna en el Desempeño Laboral de los Colaboradores de la Empresa NOVOCENTRO UNIVERSAL SAC. *Tesis*. Universidad Continental, El Tambo Huancayo.
- Miyagi, A. (25 de agosto de 2016). Cambio de piel: un repaso por la historia del tatuaje. *Actualidad*.
- Morales Flores, A. (2021). *Comunicación Interna y la Motivación Laboral de los Socios de la Empresa Mara Sal, Cusco 2021*] Tesis para optar el grado de Licenciado en Administración y Finanzas, Universidad Autónoma de Ica]. Repositorio institucional, Ica-Perú, Perú.
- Narváez, F. (2018). *EL TATUAJE COMO TEXTUALIDAD Y MENSAJE. LA MODIFICACIÓN DEL CUERPO: SIMBOLOGÍAS E IDENTIDAD*. Quito: P.U católica.
- Orihuela, D. (2016). *Cuerpo alterado: proceso de construcción del cuerpo a través de la práctica de tatuajes permanentes entre limeños urbanos*. Lima: PUCP.
- Oyarvide. (s.f.). La Comunicación Interna como Herramienta Indispensable de la Administración de Empresas. *Artículo científico*. Revista de Ciencia, Colombia.
- Querales, M.-e. (2019). El tatuaje en el mundo contemporáneo: un recurso significativo para la subjetividad individual. *Estudios del discurso*, 1-24.
- Reyes. (s.f.). Las Cuatro Dimensiones de la Comunicación Interna. *Artículo Científico*. Universidad de Chile, Santiago-Chile.
- Rivera. (s.f.). La Comunicación Interna y su Influencia en el Desarrollo Institucional del ISPP "MDM". *Tesis*. Universidad Nacional Hermilio Valdiza, Amarilis Huánuco Perú.
- Rodrigo, G. S. (2006). De cuerpos, tatuajes y culturas juveniles. *Espacio Abierto*, 427-453.

- Rodriguez Vargas, L. Z. (2019). *"Influencia de la prensa escrita sensacionalista en la percepción de los ciudadanos tumbesinos sobre la inseguridad ciudadana"* {Tesis de licenciado. Universidad Nacional de Tumbes. 2019}. Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes Perú, Perú.
- Sanchez Merino, P. (2020). *"El sensacionalismo como medio de expresión y demanda: caso un mundo maravilloso y sin ton ni sontoña"* {Tesis de licenciado. Universidad . Universidad Autonoma del Estado de Mexico, Toluca-Estado de Mexico, Toluca-Mexico.
- Solano. (s.f.). La Influencia de la Comunicación Interna en el Clima Organizacional de la Empresa COSAPI DATS 2018. *Influencia de la Comunicación Interna*. Universidad San Martín de Porras, Lima Perú 2018.
- Tagliabue G, R. (2021). Los tatuajes y el cuerpo como escenario de la subjetividad adolescente. En FLAPPSIP, *Intercambio Psicoanalítico* (págs. 42-53). Lima.
- Tapia Paye, M. F., & Vilklamar Peña, L. A. (2019). "Noticias sensacionalistas entre los usuarios de la red social Instagram" {Tesis de licenciado. Universidad de Guayaquil. 2019}. *"Noticias sensacionalistas entre los usuarios de la red social Instagram"*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil-Ecuador, Guayaquil, Ecuador.
- Tapia Paye, M. F., & Villmar Peña, L. A. (2019). *Noticias sensacionalista entre los usuarios de la red social instagram* {Tesis de licenciado. Universidad de Guayaquil+}. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Quito, Huayaquil.
- Tatuajes, M. f. (08 de julio de 2019). *Medium*. Obtenido de Datos sobre el mundo de los tatuajes: <https://medium.com/@tatuaje>
- Trani. (s.f.). La Comunicación Interna una Herramienta al Servicio de las Organizaciones. *La Comunicación Interna*. Universidad de Barcelona, Barcelona -España.

- Trujillo. (s.f.). Influencia de la Comunicación Interna en el Clima Organizacional de los Empleados de las Instituciones Públicas Descentralizadas del Sector Energía y Minas. *Tesis*. Universidad Inca Garcilazo de la Vega, Lima Perú.
- Walzer-Moskovic, A. (2014). El arte en el discurso de los tatuadores. *Comunicación y documentación*, 1-19.
- Zapata. (s.f.). Relación entre Comunicación Interna y Satisfacción Laboral en Colaboradores de una Organización Educativa de Chíncha Alta. *Trabajo de Investigación*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima Perú 2020.

ANEXOS

Anexo N° 01
MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA: influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023.							
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE DE ESTUDIO	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	DISEÑO
PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera el periodismo sensacionalista de las redes sociales influye en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023?.	OBJETIVO GENERAL Conocer la influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023.	HIPOTESIS GENERAL El contenido del periodismo sensacionalista de las redes sociales influye de manera negativa en la percepción los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023	VI= Periodismo sensacionalista en redes sociales	Segmentos de noticias	Policiales	•Técnica N° 01 Encuesta •Instrumento N° 01 Cuestionario	Esquema: GE = O₁ -- x -- O₂ M = Muestra de estudio O=Información (observación) recogida de la muestra.
					Deportes		
PROBLEMAS ESPECIFICOS P.E1 ¿De qué manera el periodismo sensacionalista del facebook influye en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I E de Huancachupa 2023? P.E.2 ¿De qué manera el periodismo sensacionalista del WhatsApp influye en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023?.	OBJETIVOS ESPECIFICOS O.E.1. Conocer la influencia del periodismo sensacionalista del facebook en la percepción de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023. O.E.2. Conocer la influencia del periodismo sensacionalista del WhatsApp en la percepción de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023	HIPOTESIS ESPECIFICOS H.E.1. El contenido del periodismo sensacionalista del facebook influye de manera negativa en la percepción los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023 H.E.2. El contenido del periodismo sensacionalista del WhatsApp influye de manera negativa en la percepción los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023	VD= Percepción en los estudiantes	Percepción en los estudiantes	Sociales		
					Política		
					Espectáculo		
					Impacto		
					Credibilidad		
					Definición de medio		
Alcance de medio							
Frecuencia							



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN
HUÁNUCO – PERÚ
VALIDACION POR JUECES EXPERTOS**

CATEGORIA	CLASIFICACIÓN	INDICADOR
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1.- No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que sea afectado la medición de la dimensión
	2.-Bajo nivel	El ítem alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este
	3.-Moderado nivel	El ítem es relativamente importante
	4.-Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1.- No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada a la medición de la dimensión
	2.-Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión
	3.-Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo
	4.-Alto nivel	El ítem tiene una relación lógica con la dimensión
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1.- No cumple con el criterio	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión
	2.-Bajo nivel	Los ítems miden algunos aspectos de la dimensión, pero no corresponde con la dimensión con la dimensión total
	3.-Moderado nivel	Se debe incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente
	4.-Alto nivel	Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, sus sintácticas y semánticas 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 que utilizan de acuerdo con su significado por ordenación de los mismos
	3.-Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos términos de ítem
	4.-Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada
OBJETIVIDAD El ítem busca revelar en forma objetiva	1.- No cumple con el criterio	El ítem parte desde un hecho concreto
	2.-Bajo nivel	El ítem es coherente con la realidad
	3.-Moderado nivel	El ítem es objetiva
	4.-Alto nivel	El ítem expresa lo que el investigador quiere



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del experto:

Especialidad: Grado Académico:

“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”

Período	DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	
sensacionalista en redes sociales	S e g m e n t o s d e n o t i c i a s	Policiales	¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4
			¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4
	Deportes		¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	3
			¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4
	Sociales		¿Cree usted que el contenido social que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4
			¿Cree usted que el contenido social que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4
	Política		¿Cree usted que el contenido político que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	3
			¿Cree usted que el contenido político que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4
	Espectáculo		¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	3	4	4	4
			¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el WhatsApp transforma en sensacionalista?	4	4	4	4
Percepción en los estudios	Impacto		¿Qué es lo que más le atrae de las noticias en redes sociales?	4	4	4	4
			¿Cree usted que el contenido en WhatsApp y Facebook tiene información veraz?	4	4	4	4
	Credibilidad		¿Cree usted que el contenido de las noticias en facebook influye en su quehacer diario?	4	4	4	4
			¿Cree usted que el contenido de las noticias en WhatsApp influye en su quehacer diario?	3	4	4	4
	Difusión del medio		¿Cree usted que las noticias difundidas en redes sociales son de fácil entendimiento?	4	4	4	4
			¿Cree usted que las noticias difundidas en facebook son de fácil entendimiento?	4	4	4	4
	Alcance del medio		¿Cree usted que las noticias difundidas en WhatsApp son de fácil entendimiento?	4	4	4	4
			¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en redes sociales?	4	4	4	4
	Frecuencia		¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en facebook?	4	4	4	4
			¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en WhatsApp?	4	4	4	4



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del experto:

Especialidad:

Grado Académico:

“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”

Período de validación	DIMENSIÓN		ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	
	Período de validación en redes sociales	Seguimiento de noticias	Policiales	¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4
¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?				4	4	4	4	
Deportes		Policiales	¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	3	
			¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4	
Sociales		Sociales	¿Cree usted que el contenido social que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4	
			¿Cree usted que el contenido social que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4	
Política		Política	¿Cree usted que el contenido político que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	3	
			¿Cree usted que el contenido político que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4	
Espectáculo		Espectáculo	¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	3	4	4	4	
			¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el WhatsApp transforma en sensacionalista?	4	4	4	4	
Percepción en los estudiantes		Impacto	Impacto	¿Qué es lo que más le atrae de las noticias en redes sociales?	4	4	4	4
				¿Cree usted que el contenido en WhatsApp y Facebook tiene información veraz?	4	4	4	4
	Credibilidad	Credibilidad	¿Cree usted que el contenido de las noticias en facebook influye en su quehacer diario?	4	4	4	4	
			¿Cree usted que el contenido de las noticias en WhatsApp influye en su quehacer diario?	3	4	4	4	
	Difusión del medio	Difusión del medio	¿Cree usted que las noticias difundidas en redes sociales son de fácil entendimiento?	4	4	4	4	
			¿Cree usted que las noticias difundidas en facebook son de fácil entendimiento?	4	4	4	4	
	Alcance del medio	Alcance del medio	¿Cree usted que las noticias difundidas en WhatsApp son de fácil entendimiento?	4	4	4	4	
			¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en redes sociales?	4	4	4	4	
	Frecuencia	Frecuencia	¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en facebook?	4	4	4	4	
			¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en WhatsApp?	4	4	4	4	



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del experto:

Especialidad:

Grado Académico:

“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”

Período de percepción en redes sociales	DIMENSIÓN		ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	
	S e g m e n t o s d e n o t i c i a s	Policiales		¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4
			¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4	
Deportes			¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	3	
			¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4	
Sociales			¿Cree usted que el contenido social que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4	
			¿Cree usted que el contenido social que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4	
Política			¿Cree usted que el contenido político que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	3	
			¿Cree usted que el contenido político que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?	4	4	4	4	
Espectáculo			¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?	3	4	4	4	
			¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el WhatsApp transforma en sensacionalista?	4	4	4	4	
Percepción en los estudios		G	Impacto	¿Qué es lo que más le atrae de las noticias en redes sociales?	4	4	4	4
				¿Cree usted que el contenido en WhatsApp y Facebook tiene información veraz?	4	4	4	4
	Credibilidad		¿Cree usted que el contenido de las noticias en facebook influye en su quehacer diario?	4	4	4	4	
			¿Cree usted que el contenido de las noticias en WhatsApp influye en su quehacer diario?	3	4	4	4	
	Difusión del medio		¿Cree usted que las noticias difundidas en redes sociales son de fácil entendimiento?	4	4	4	4	
			¿Cree usted que las noticias difundidas en facebook son de fácil entendimiento?	4	4	4	4	
	Alcance del medio		¿Cree usted que las noticias difundidas en WhatsApp son de fácil entendimiento?	4	4	4	4	
			¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en redes sociales?	4	4	4	4	
	Frecuencia		¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en facebook?	4	4	4	4	
			¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en WhatsApp?	4	4	4	4	



Consentimiento informado

ANEXO

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA EL PARTICIPANTE DE LA

INVESTIGACIÓN

Yo,....., acepto de manera voluntaria colaborar en la aplicación del cuestionario para un estudio sobre “Influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023”, realizado por los investigadores: Damaris Elita Lopez Tejada, Flavia Vanesa Pardavé Girbau y William Iulians, bachilleres de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL.

Me han informado:

Acerca del objetivo de la investigación es: Conocer la influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023.

La información obtenida será trabajada con fines de investigación, manteniendo siempre mi anonimato.

Mi participación es voluntaria, que mis respuestas serán confidenciales y que su uso será estrictamente para fines investigativos.

Cualquier duda puedo contactar al siguiente correo:

En señal de conformidad, firmo el presente en la localidad de Obas, provincia de Yarowilca región de Huánuco a los... días del mes de de año 2023

Huella



Firma del participante

DNI N°



Instrumento

Cuestionario

Datos informativos:

Tesis “Influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023”

Introducción, Los resultados son anónimos y reservados, la información que se obtiene se empleará estrictamente para el trabajo de investigación, por lo consiguiente, se solicita sinceridad al momento de marcar su respuesta, ya que permitirá mejorar aspectos importantes sobre la influencia del periodismo sensacionalista en la percepción de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E “Ramiro Priale”, marcando la respuesta se tomará en cuenta la siguiente escala.

- a. Totalmente de acuerdo 1
- b. De acuerdo 2
- c. Poco de acuerdo 3
- d. En desacuerdo 4
- e. Totalmente en desacuerdo 5

N°	Percepción de los estudiantes	Escala de medición				
		1	2	3	4	5
	Periodismo sensacionalista en redes sociales					
1	¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el facebook transforma la noticia en sensacionalista?					
2	¿Cree usted que el contenido policial que se difunde en el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?					
3	¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?					
4	¿Cree usted que el contenido deportivo que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?					
5	¿Cree usted que el contenido social que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?					
6	¿Cree usted que el contenido social que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?					
7	¿Cree usted que el contenido político que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?					
8	¿Cree usted que el contenido político que difunde el WhatsApp transforma la noticia en sensacionalista?					
9	¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el facebook transforma la noticia en sensacionalista?					

10	¿Cree usted que el contenido del espectáculo que difunde el WhatsApp transforma en sensacionalista?					
	Percepción en los estudiantes					
11	¿Qué es lo que más le atrae de las noticias en redes sociales?					
12	¿Cree usted que el contenido en WhatsApp y Facebook tiene información veraz?					
13	¿Cree usted que el contenido de las noticias en facebook influye en su quehacer diario?					
14	¿Cree usted que el contenido de las noticias en WhatsApp influye en su quehacer diario?					
15	¿Cree usted que las noticias difundidas en redes sociales son de fácil entendimiento?					
16	¿Cree usted que las noticias difundidas en facebook son de fácil entendimiento?					
17	¿Cree usted que las noticias difundidas en WhatsApp son de fácil entendimiento?					
18	¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en redes sociales?					
19	¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en facebook?					
20	¿Cuántas veces a la semana ve las noticias en WhatsApp?					

20x1=20 20x2=40

Baja 20 -27

Media 28-35

Alta

UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN”
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
“Año de la unidad la paz y el desarrollo”

UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZAN”



HUÁNUCO – PERÚ

MAYO 2023

TALLER DE PERIODISMO INFORMATIVO

I. DATOS REFERENCIALES

1.1. NOMBRE DEL TALLER DE PERIODISMO

Influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E de Huancachupa.

1.2. GÈNERO

Informativo – Opinión

1.3. FORMATO

Informativo

1.4. MEDIO

Redes sociales, Facebook y WhatsApp

1.5. FRECUENCIA DE EMISIÓN

Miércoles y viernes

1.6. DURACIÓN

8 sesiones

1.7. HORARIO

1 hora, los días miércoles y viernes

2:15 pm a 3: 45 pm

1.8. PERIODO

08 de mayo – 31 mayo

1.9. PÚBLICO OBJETIVO

Público en general: Jóvenes y Adultos.

1.10. NOMBRES DE LOS BACHILLERES:

LOPEZ TEJADA DAMARIS ELITA

PARDAVÉ GIRBAU FLAVIA VANESA

SANTIAGO SOTO WILLIAM IULIANS

1.11. ASESOR:

Mg. BERROSPI CASTILLO VICTOR JAVIER

II. REFERENCIA

El periodismo sensacionalista genera un concepto distorsionado de la información, confundiendo desde su verdadera esencia de la información.

III. OBJETIVOS

3.1 Objetivos General:

Conocer la influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023.

3.2 Objetivos Específicos:

O. E.1.

Conocer la influencia del periodismo sensacionalista del facebook en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023.

O. E.2.

Conocer la influencia del periodismo sensacionalista del WhatsApp en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023.

IV. METAS

Realizar el 100 % de las sesiones de periodismo sensacionalista

V. PÚBLICO OBJETIVO

Estudiantes del 5 ° año de educación secundaria de la I.E Ramiro Priale Priale.

VI. JUSTIFICACIÓN

El periodismo sensacionalista en los últimos años ha generado un concepto falso de conocer los hechos y sucesos que se dan diariamente, es por eso que los estudiantes tienen que conocer cómo se realizan las informaciones desde su estructura y origen.

VII. ESTRUCTURA

La estructura es dar a conocer lo que se realiza las informaciones en las redes sociales.

Bloque	Sección	Descripción de secuencia y sección	TP	TT
I		Presentación de plantillas del programa	30''	30''
		Presentación del programa y conductores	2'	2':30''
		Presentación de las informaciones	2'	4':30''
		Presentación de titulares de la información	2'	6':20''
		Pausa comercial	10''	6':30''
		Desarrollo de las notas, enlaces, entrevistas	10'	16':30''
		Nota 01:	3'	19':30''
		Comentarios	2'	21':30''
		Nota 02:	3'	24':30''
		Comentarios	2'	26':30''
		Nota 03	3'	29':30''
		Comentarios	2'	31':30''
		Pausa publicitaria	3'	34':30''
II		Nota 04	3'	37':30''
		Comentarios	2'	39':30''
		Nota 05	3'	42':30''
		Comentarios	2'	44':30''
		Nota 06	3'	47':30''
		Comentarios	2'	49':30''
		Nota 07	3'	52':30''
		Comentarios	2'	54':30''
		Nota 08	3'	57':30''
		Comentarios	2'	59':30''
		Despedida y créditos del equipo de producción	30''	60'

VIII. MATERIALES, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

7.1 Recursos Materiales:

- ✓ USB, CD, etc.

7.2 Recursos Técnicos:

- ✓ Laptop, computadora, internet, celulares, grabadoras, etc.

IX. CRONOGRAMA Y SECUENCIA DE ACTIVIDADES

15/05

Director: JIMMY TORRES C. www.delpais.com.pe LIMA-PERU

DEL PAÍS

EL DIARIO DE LAS GRANDES MAYORÍAS

Año: 20 N° 5,379 LUNES 15, MAYO DEL 2023 Precio: S/ 1.00

PBO con Phillip Butters
Lunes a Sábado 6am a 10am

PBO RADIO 91.9 FM

DESPILFARRO DE DINERO SOLO PARA LOS FUNCIONARIOS DE CONFIANZA EN ESSALUD

S/ 9,500 DE PREMIO A "SOBONES"



Un mal que se está propagando en todo el Estado con gerentes nombrados en régimen de Pedro Castillo

GREMIOS DE ESSALUD QUIEREN TAMBIÉN EL BONO PARA SUS AFILIADOS Y LA RENUNCIA DEL PRESIDENTE ARTURO ORELLANA QUIEN ESTÁ DENUNCIADO EN LA FISCALÍA



17/05

LA RAZÓN

www.larazon.pe / Año XVIII / N° 8798 • Director: CARLOS LINARES HUARINGA • LIMA, MIÉRCOLES 17 DE MAYO DEL 2023 • PRECIO: S/ 1.00

PBO RADIO
91.9 FM
Phillip Butters
Lunes a Sábado 6am a 10am

CONGRESO VOTARÁ NORMA QUE HACE JUSTICIA A MILITARES Y POLICÍAS

PROYECTO RESPALDA PAGO A FF.AA. Y PNP DE MONTO NO PERCIBIDO EN PENSIONES

SON DE AP FISCAL DENUNCIA A 4 CONGRESISTAS POR RED CRIMINAL EN CASO 'LOS NIÑOS'



CORTE SUPREMA ACLARA QUE LA PROTESTA ES UN DELITO Y QUE NO ESTÁ RECONOCIDA EN LA CONSTITUCIÓN

GOLPE JUDICIAL A VIOLENTISTAS



» Fallo se tumba discurso de radicales y señala que "no existe el derecho a protestar"

» Sala presidida por César San Martín afirma que manifestaciones atentan contra libertad de ciudadanos

» Respalda labor de FF.AA. y PNP en restablecimiento del orden

PRESOS VENEZOLANOS SECUESTRAN PERSONAL DEL INPE DURANTE MOTÍN

CASAS SE HUNDEN EN CHANCAY POR OBRAS DEL MEGAPUERTO

OTÁROLA: AMLO Y PETRO SON MEDIOCRES COMO CASTILLO

VINAGRE DEL FIRME

Una ayudita en su cocina



VINAGRE DEL FIRME ES ENVASADO EN NUESTRA MODERNA FÁBRICA, GARANTIZANDO UN VINAGRE DE GRAN CALIDAD, PURO, DELICIOSO Y LIMPIO.

HOY ESCRIBEN ANDRÉS ROMAÑA, ALDO MARIÁTEGUI Y RICHARD ARCE

Perú 21

DIRECTORA: CECILIA VALENZUELA
AÑO XX N° 7579
MIÉRCOLES 17 DE MAYO DEL 2023



5/2.00

SIENTA PRECEDENTE PARA EVITAR EL VANDALISMO

Corte Suprema considera como delito las protestas violentas

PÁG. 5

GOBIERNO PERUANO CRITICA INJERENCIA DE MANDATARIOS QUE DEFIENDEN AL GOLPISTA PEDRO CASTILLO

GUSTAVO PETRO
COLOMBIA





ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR
MEXICO



“CAIMANES DEL MISMO POZO”

/// Pág. 5

Más del 56% de lo perdido por corrupción se robó en regiones y municipios

MALAS AUTORIDADES SE ENBOLSICARON S/24,419 MILLONES /// Pág. 8

Se hunden 18 viviendas y un tramo de la Panamericana en Chancay

CONCESIONARIO CHINO ASUME RESPONSABILIDAD/// Pág. 14

Al caballazo quieren elegir al candidato de Cerrón como defensor

ADELANTAN VOTACIÓN PARA HOY /// Pág. 6

23/05

[#MagalyTVLaFirme](#) | Dice que su relación con Jonathan Maicelo "no es amor al chanco, sino a los chicharrones".



atv.pe

Milena Zárate sobre Samantha Batallanos: "Es el tipo de chica que se arrima al árbol que más sombra le da" - ATV

[#MagalyTVLaFirme](#) | La popular 'Urraca' no dudó en opinar acerca de los recientes incidentes protagonizados por 'La Reina del Totó'.



atv.pe

Magaly Medina sobre Yahaira Plasencia: "Últimamente solo da qué hablar por sus escándalos" - ATV

31/05

www.trome.com facebook.com/tromepe @tromepe

¡JUNTA Y PEGA!

LUDO
trome
ANIVERSARIO

MÁS DE 300 MIL SOLES
¡HOY GRATIS CARTILLA Y CUPONES!

20 PREMIOS DE 20 MIL SOLES
10 PREMIOS DE 10 MIL SOLES
50 PREMIOS DE 5 MIL SOLES
2500 GET CARDS DE 100 SOLES

AÑO 21
Nº 7891
MIÉRCOLES 31
DE MAYO DEL
2023
S/ 1.00
VIA AEREA S/ 1.20

GANA S/200 EN UN SOLO INTENTO
¡GANA S/200 EN UN SOLO INTENTO!

¡KILLA TERMINÓ LA RELAJÓN

¡GATO SACÓ SUS CHIVAS DE CASA DE ALE

LAPULLA EN ROSTRO GOLSA DORA
VOLVIÓ A ANOTAR PARA EL TRIUNFO 3-2 DEL CAGLIARI SOBRE PALERMO

SALATIEL MARRUFO
FUE LIBERADO AYER DE CASTRO CASTRO LUEGO DE CONFIRMAR QUE REPARTIÓ MILLONES PARA PROFESOR Y SU FAMILIA

CAJERO DE CASTILLO CANTA POR PLATA SUCIA
DINERO FUE ENTREGADO POR SADA GORAY PARA SOBORNOS EN MINISTERIO DE VIVIENDA

NIÑA DE 11 GRAVE POR RETO VIRAL EN COLEGIO
TOMÓ PASTILLAS Y TIENE MUERTE CEREBRAL

Página 8

PADRES

SUMILLA: Solicito permiso para aplicar el cuestionario del proyecto de Investigación.

**SEÑOR DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA RAMIRO PRIALE
PRIALE**

Damaris Elita Lopez Tejada, identificado con D.N.I. N°71640888, ex alumna de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL con domicilio real y procesal, en el jirón Prolongación Leoncio Prado 151 de esta ciudad; ante Usted con el debido respeto me presento y digo:

Que, habiendo considerado aplicar el proyecto de investigación “Influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023” de la localidad de Huancachupa, Solicito permiso para aplicar el cuestionario del proyecto de investigación en lo estudiantes del 5 año.

POR LO TANTO;

Solicito a Usted, Señor director, acceder mi pedido por ser de justicia.

Cayhuayna, 27 de abril de 2023

Damaris Elita Lopez Tejada
Bachiller

Registro fotográfico N° 01

Estudiantes participando del taller de periodismo sensacionalista



Leyenda: Realizado por el grupo de investigadores 2023

Registro fotográfico N° 02

Estudiantes participando del taller de periodismo sensacionalista



Leyenda: Realizado por el grupo de investigadores 2023

Registro fotográfico N° 03

Estudiantes participando del taller de periodismo sensacionalista



Leyenda: Realizado por el grupo de investigadores 2023

Registro fotográfico N° 04

Reunión de consolidación de la información



Leyenda: Realizado por el grupo de investigadores 2023

Registro fotográfico N° 05

Reunión de consolidación de la información



Leyenda: Realizado por el grupo de investigadores 2023

Registro fotográfico N° 06

Reunión de consolidación de la información



Leyenda: Realizado por el grupo de investigadores 2023

SUMILLA: Solicito permiso para aplicar el cuestionario del proyecto de Investigación.

SEÑOR DIRECTOR DE LA I.E RAMIRO PRIALE PRIALE

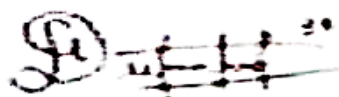
Damaris Elita Lopez Tejada, identificado con D.N.I. N° 71640888, estudiante de la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social, con domicilio real y procesal, en el jirón Prolongación Leoncio Prado de esta ciudad; ante Usted con el debido respeto me presento y digo:

Que, habiendo considerado aplicar el proyecto de Investigación "Influencia del periodismo sensacionalista de las redes sociales en la percepción de los estudiantes del 5° año de secundaria de la I.E de Huancachupa 2023".de la localidad de Huancachupa, para los estudiantes del 5° año de dicha Institución Educativa, de acuerdo con el proyecto de Tesis de Pre grado; Solicito aplicar el cuestionario a los estudiantes del 5° año. Solicitud que alcanzamos,-confiados por alcanzar su atención.

POR LO EXPUESTO:

Solicito a Usted, Señor director, acceder mi pedido por ser de justicia.

Cayhuayna, 03 de mayo de 2023



Damaris Elita Lopez Tejada
Bachiller





ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, distrito de Pillco Marca del miércoles 28 de junio de 2023, a horas 10.00 a.m., en cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos, se reunieron de manera presencial, los miembros integrantes del Jurado examinador de la Sustentación de Tesis colectiva denominada "INFLUENCIA DEL PERIODISMO SENSIONALISTA DE LAS REDES SOCIALES EN LA PERCEPCION DE LOS ESTUDIANTES DEL 5TO AÑO DE SECUNDARIA DE LA I.E DE HUANCACHUPA 2023", presentado por los bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Damaris Elita LOPEZ TEJADA, Flavia Vanesa PARDAVÉ GIRBAU y William Iulians SANTIAGO SOTO, aprobado con Resolución N° 187-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 17 de mayo de 2023, procediendo a dar inicio el acto de sustentación para obtener el Título Profesional de Licenciados en CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, siendo los Miembros del Jurado Calificador los siguientes docentes:

Mg. Jhon Paul TRUJILLO VALER	PRESIDENTE
Dr. Melchor Guillermo VICENTE MALLQUI	SECRETARIO
Mg. Julio Cesar QUIROZ ALVARADO	VOCAL
Mg. Frederik Luis Eloy JARA TORREJON	ACCESITARIO

Que, con Resolución N°095-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 27 de marzo de 2023, se nombró asesor de tesis al Mg. Víctor Javier Berrospi Castillo de los bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Damaris Elita LOPEZ TEJADA, Flavia Vanesa PARDAVÉ GIRBAU y William Iulians SANTIAGO SOTO.

El acto de sustentación se dio inicio a las 10.00 a.m. del día 28 de junio del dos mil veintitrés. Este proceso se da en base al Reglamento de Grados y Títulos, vigente para la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

Se concluyó dicho proceso y en base al Reglamento de Grados y Títulos, de los Bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Damaris Elita LOPEZ TEJADA, Flavia Vanesa PARDAVÉ GIRBAU y William Iulians SANTIAGO SOTO, obtuvieron el siguiente calificativo:

APROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

17 (Diecisiete)

DESAPROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

Los bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Damaris Elita LOPEZ TEJADA, Flavia Vanesa PARDAVÉ GIRBAU y William Iulians SANTIAGO SOTO, obtuvieron el resultado cualitativo siguiente:

BUENO.

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas: 11 a.m. en fe de lo cual firmamos.



PRESIDENTE



SECRETARIO (A)



VOCAL



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, distrito de Pillco Marca del miércoles 28 de junio de 2023, a horas 10.00 a.m., en cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos, se reunieron de manera presencial, los miembros integrantes del Jurado examinador de la Sustentación de Tesis colectiva denominada "INFLUENCIA DEL PERIODISMO SENSIONALISTA DE LAS REDES SOCIALES EN LA PERCEPCION DE LOS ESTUDIANTES DEL 5TO AÑO DE SECUNDARIA DE LA I.E DE HUANCACHUPA 2023", presentado por los bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Damaris Elita LOPEZ TEJADA, Flavia Vanesa PARDAVÉ GIRBAU y William Iulians SANTIAGO SOTO, aprobado con Resolución N° 187-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 17 de mayo de 2023, procediendo a dar inicio el acto de sustentación para obtener el Título Profesional de Licenciados en CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, siendo los Miembros del Jurado Calificador los siguientes docentes:

Mg. Jhon Paul TRUJILLO VALER	PRESIDENTE
Dr. Melchor Guillermo VICENTE MALLQUI	SECRETARIO
Mg. Julio Cesar QUIROZ ALVARADO	VOCAL
Mg. Frederik Luis Eloy JARA TORREJON	ACCESITARIO

Que, con Resolución N°095-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 27 de marzo de 2023, se nombró asesor de tesis al Mg. Víctor Javier Berrospi Castillo de los bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Damaris Elita LOPEZ TEJADA, Flavia Vanesa PARDAVÉ GIRBAU y William Iulians SANTIAGO SOTO.

El acto de sustentación se dio inicio a las 10.00 a.m. del día 28 de junio del dos mil veintitrés. Este proceso se da en base al Reglamento de Grados y Títulos, vigente para la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

Se concluyó dicho proceso y en base al Reglamento de Grados y Títulos, de los Bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Damaris Elita LOPEZ TEJADA, Flavia Vanesa PARDAVÉ GIRBAU y William Iulians SANTIAGO SOTO, obtuvieron el siguiente calificativo:

APROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

17 (diecisiete)

DESAPROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

Los bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Damaris Elita LOPEZ TEJADA, Flavia Vanesa PARDAVÉ GIRBAU y William Iulians SANTIAGO SOTO, obtuvieron el resultado cualitativo siguiente:

BUENO

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas: 11 a.m. en fe de lo cual firmamos.



PRESIDENTE



SECRETARIO (A)



VOCAL



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, distrito de Pillco Marca del miércoles 28 de junio de 2023, a horas 10.00 a.m., en cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos, se reunieron de manera presencial, los miembros integrantes del Jurado examinador de la Sustentación de Tesis colectiva denominada "INFLUENCIA DEL PERIODISMO SENSIONALISTA DE LAS REDES SOCIALES EN LA PERCEPCION DE LOS ESTUDIANTES DEL 5TO AÑO DE SECUNDARIA DE LA I.E DE HUANCACHUPA 2023", presentado por los bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Damaris Elita LOPEZ TEJADA, Flavia Vanesa PARDAVÉ GIRBAU y William Iulians SANTIAGO SOTO, aprobado con Resolución N° 187-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 17 de mayo de 2023, procediendo a dar inicio el acto de sustentación para obtener el Título Profesional de Licenciados en CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, siendo los Miembros del Jurado Calificador los siguientes docentes:

Mg. Jhon Paul TRUJILLO VALER	PRESIDENTE
Dr. Melchor Guillermo VICENTE MALLQUI	SECRETARIO
Mg. Julio Cesar QUIROZ ALVARADO	VOCAL
Mg. Frederik Luis Eloy JARA TORREJON	ACCESITARIO

Que, con Resolución N°095-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 27 de marzo de 2023, se nombró asesor de tesis al Mg. Víctor Javier Berrospi Castillo de los bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Damaris Elita LOPEZ TEJADA, Flavia Vanesa PARDAVÉ GIRBAU y William Iulians SANTIAGO SOTO.

El acto de sustentación se dio inicio a las 10.00 a.m. del día 28 de junio del dos mil veintitrés. Este proceso se da en base al Reglamento de Grados y Títulos, vigente para la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

Se concluyó dicho proceso y en base al Reglamento de Grados y Títulos, de los Bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Damaris Elita LOPEZ TEJADA, Flavia Vanesa PARDAVÉ GIRBAU y William Iulians SANTIAGO SOTO, obtuvieron el siguiente calificativo:

APROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

17 (diecisiete)

DESAPROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

Los bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Damaris Elita LOPEZ TEJADA, Flavia Vanesa PARDAVÉ GIRBAU y William Iulians SANTIAGO SOTO, obtuvieron el resultado cualitativo siguiente:

BUENO

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas: 11 a.m. en fe de lo cual firmamos.



PRESIDENTE



SECRETARIO (A)



VOCAL



UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZAN" - HUÁNUCO
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"



CONSTANCIA N° 021-2023-UNHEVAL-FCS-UI

CONSTANCIA DE CONTROL DE TURNITING

LA DIRECCIÓN DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN.

Hace constar que la tesis colectiva denominada: **Influencia Del Periodismo Sensacionalista De Las Redes Sociales En La Percepción De Los Estudiantes Del 5° Año De Secundaria De La I.E De Huancachupa 2023.**, de los bachilleres Damaris Elita Lopez Tejada, Flavia Vanesa Pardavé Girbau y William Iulians Santiago Soto de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales, ha pasado el control Turnitin con un resultado de 32 % de similitud, el mismo que es inferior al límite de 35%, aprobado por la UNHEVAL en el último Reglamento de Grados y Títulos; aprobado con Resolución del Consejo Universitario N° 3412-2022-UNHEVAL, el 24 de octubre del 2022, por lo que se declara **APTA**.

Cayhuayna, 07 de junio de 2023

Dr. Melchor Guillermo Vicente Mallqui
Director de la Unidad de Investigación
Facultad de Ciencias Sociales

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DIGITAL Y DECLARACIÓN JURADA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR UN GRADO ACADÉMICO O TÍTULO PROFESIONAL

1. Autorización de Publicación: (Marque con una "X")

Pregrado	X	Segunda Especialidad		Posgrado:	Maestría		Doctorado
-----------------	---	-----------------------------	--	------------------	----------	--	-----------

Pregrado (tal y como está registrado en **SUNEDU**)

Facultad	CIENCIAS SOCIALES
Escuela Profesional	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
Carrera Profesional	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
Grado que otorga	-----
Título que otorga	LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Segunda especialidad (tal y como está registrado en **SUNEDU**)

Facultad	-----
Nombre del programa	-----
Título que Otorga	-----

Posgrado (tal y como está registrado en **SUNEDU**)

Nombre del Programa de estudio	-----
Grado que otorga	-----

2. Datos del Autor(es): (Ingrese todos los **datos** requeridos **completos**)

Apellidos y Nombres:	LOPEZ TEJADA DAMARIS ELITA						
Tipo de Documento:	DNI	X	Pasaporte		C.E.		Nro. de Celular: 946775273
Nro. de Documento:	71640888				Correo Electrónico: damaris.05.lt@gmail.com		

APELLIDOS Y NOMBRES:	PARDAVÉ GIRBAU FLAVIA VANESA						
Tipo de Documento:	DNI	X	Pasaporte		C.E.		Nro. de Celular: 939320280
Nro. de Documento:	72121488				Correo Electrónico: flapagi2408@gmail.com		

Apellidos y Nombres:	SANTIAGO SOTO WILLIAM IULIANS						
Tipo de Documento:	DNI	X	Pasaporte		C.E.		Nro. de Celular: 997776030
Nro. de Documento:	73644419				Correo Electrónico: lianssotto@gmail.com		

3. Datos del Asesor: (Ingrese todos los **datos** requeridos **completos** según DNI, no es necesario indicar el Grado Académico del Asesor)

¿El Trabajo de Investigación cuenta con un Asesor?: (marque con una "X" en el recuadro del costado, según corresponda)	SI	X	NO				
Apellidos y Nombres:	Mg. BERROSPI CASTILLO VÍCTOR JAVIER			ORCID ID:	https://orcid.org/ 0000-0003-4677-133X		
Tipo de Documento:	DNI	X	Pasaporte		C.E.		Nro. de documento: 22422226

4. Datos del Jurado calificador: (Ingrese solamente los **Apellidos y Nombres** completos según DNI, no es necesario indicar el Grado Académico del Jurado)

Presidente:	Mg. TRUJILLO VALER JHON PAUL
Secretario:	Dr. VICENTE MALLQUI MELCHOR GUILLERMO
Vocal:	Mg. QUIROZ ALVARADO JULIO CESAR
Vocal:	
Vocal:	
Accesitario	Mg. JARA TORREJON FREDERIK LUIS ELOY

5. Declaración Jurada: (Ingrese todos los **datos** requeridos **completos**)

a) Soy Autor (a) (es) del Trabajo de Investigación Titulado: (Ingrese el título tal y como está registrado en el Acta de Sustentación)
"INFLUENCIA DEL PERIODISMO SENSACIONALISTA DE LAS REDES SOCIALES EN LA PERCEPCION DE LOS ESTUDIANTES DEL 5TO AÑO DE SECUNDARIA DE LA I.E DE HUANCACHUPA 2023"
b) El Trabajo de Investigación fue sustentado para optar el Grado Académico ó Título Profesional de: (tal y como está registrado en SUNEDU)
TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
c) El Trabajo de investigación no contiene plagio (ninguna frase completa o párrafo del documento corresponde a otro autor sin haber sido citado previamente), ni total ni parcial, para lo cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias.
d) El trabajo de investigación presentado no atenta contra derechos de terceros.
e) El trabajo de investigación no ha sido publicado, ni presentado anteriormente para obtener algún Grado Académico o Título profesional.
f) Los datos presentados en los resultados (tablas, gráficos, textos) no han sido falsificados, ni presentados sin citar la fuente.
g) Los archivos digitales que entrego contienen la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado.
h) Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a la Universidad Nacional Hermilio Valdizan (en adelante LA UNIVERSIDAD), cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del Trabajo de Investigación, así como por los derechos de la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causas en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación. De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

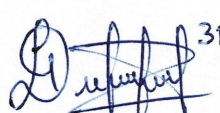





6. Datos del Documento Digital a Publicar: (Ingrese todos los **datos** requeridos **completos**)

Ingrese solo el año en el que sustentó su Trabajo de Investigación: (Verifique la Información en el Acta de Sustentación)			2023			
Modalidad de obtención del Grado Académico o Título Profesional: (Marque con X según Ley Universitaria con la que inició sus estudios)	Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Tesis Formato Artículo	<input type="checkbox"/>	Tesis Formato Patente de Invención	<input type="checkbox"/>
	Trabajo de Investigación	<input type="checkbox"/>	Trabajo de Suficiencia Profesional	<input type="checkbox"/>	Tesis Formato Libro, revisado por Pares Externos	<input type="checkbox"/>
	Trabajo Académico	<input type="checkbox"/>	Otros (especifique modalidad)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palabras Clave: (solo se requieren 3 palabras)	PERIODISMO	SENSACIONALISMO	REDES SOCIALES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tipo de Acceso: (Marque con X según corresponda)	Acceso Abierto	<input checked="" type="checkbox"/>	Condición Cerrada (*)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Con Periodo de Embargo (*)	<input type="checkbox"/>	Fecha de Fin de Embargo:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿El Trabajo de Investigación, fue realizado en el marco de una Agencia Patrocinadora? (ya sea por financiamientos de proyectos, esquema financiero, beca, subvención u otras; marcar con una "X" en el recuadro del costado según corresponda):			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Agencia Patrocinadora:						

El trabajo de investigación en digital y físico tienen los mismos registros del presente documento como son: Denominación del programa Académico, Denominación del Grado Académico o Título profesional, Nombres y Apellidos del autor, Asesor y Jurado calificador tal y como figura en el Documento de Identidad, Título completo del Trabajo de Investigación y Modalidad de Obtención del Grado Académico o Título Profesional según la Ley Universitaria con la que se inició los estudios.

7. Autorización de Publicación Digital:

A través de la presente. Autorizo de manera gratuita a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán a publicar la versión electrónica de este Trabajo de Investigación en su Biblioteca Virtual, Portal Web, Repositorio Institucional y Base de Datos académica, por plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente. Se autoriza cambiar el contenido de forma, más no de fondo, para propósitos de estandarización de formatos, como también establecer los metadatos correspondientes.

<p>Firma: </p>		
<p>Apellidos y Nombres: LOPEZ TEJADA DAMARIS ELITA</p> <p>DNI: 71640888</p>	<p>Huella Digital</p>	
<p>Firma: </p>		
<p>Apellidos y Nombres: PARDAVÉ GIRBAU FLAVIA VANESA</p> <p>DNI: 72121488</p>	<p>Huella Digital</p>	
<p>Firma: </p>		
<p>Apellidos y Nombres: SANTIAGO SOTO WILLIAM IULIANS</p> <p>DNI: 73644419</p>	<p>Huella Digital</p>	
<p>Fecha: 04/07/2023</p>		

Nota:

- ✓ No modificar los textos preestablecidos, conservar la estructura del documento.
- ✓ Marque con una X en el recuadro que corresponde.
- ✓ Llenar este formato de forma digital, con tipo de letra **calibri**, **tamaño de fuente 09**, manteniendo la alineación del texto que observa en el modelo, sin errores gramaticales (*recuerde las mayúsculas también se tildan si corresponde*).
- ✓ La información que escriba en este formato debe coincidir con la información registrada en los demás archivos y/o formatos que presente, tales como: DNI, Acta de Sustentación, Trabajo de Investigación (PDF) y Declaración Jurada.
- ✓ Cada uno de los datos requeridos en este formato, es de carácter obligatorio según corresponda.