

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



**LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA ANTE LA
INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4° AÑO DE
COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 2023**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA

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

TESISTAS:

ARIAS QUINTANA RODOLFO DEAN

CHUCO PORRAS YESELI YADIRA

RONQUILLO MARTÍNEZ ORIANA NICOLE

ASESORA:

Dra. ORBEGOSO FERNANDEZ FANNY LOURDES

HUÁNUCO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedico a mi madre por haberme dado todo su comprensión y dedicación para culminar mi carrera profesional.

Rodolfo

A mis hermanos y padres por su permanente apoyo e incansable paciencia en la formación de mis estudios.

Yeseli

A mi abuelo por sus sabios consejos de impulso y permanente superación.

Oriana

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento a nuestros colegas de estudio de la promoción de las aulas universitarias, luego también queremos agradecer, a nuestros maestros de formación de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, a nuestros amados padres quienes impulsaron nuestra formación académica.

También, agradecemos a los empresarios e instituciones quienes confiaron en nosotros y nos permitieron realizar las respectivas prácticas profesionales en nuestra carrera, brindándonos constante apoyo.

Finalmente, un especial agradecimiento a quien en vida fue Teófilo Abimael Torres Osorio, un extraordinario ser humano que estuvo con nosotros en los momentos de estrés y alegría durante este largo y retador camino. Su apoyo, confianza, soporte y cariño han sido invaluable. Un abrazo hasta el cielo.

RESUMEN

El principal objetivo del trabajo de investigación fue: determinar de qué manera la alfabetización mediática influye ante la infoxicación digital en los estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023. Asimismo, sobre el aspecto metodológico de este trabajo de investigación contó con una población de 143 estudiantes de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales y una muestra determinada de 30 estudiantes del 4° año. La elección de la muestra fue en base a una determinación no probabilística. Es de tipo aplicada ya que se utilizó conocimientos nuevos en el grupo muestral, mientras que el diseño corresponde al preexperimental con un enfoque cuantitativo. La técnica de recolección de datos para el presente trabajo fue la encuesta y el instrumento empleado fue el cuestionario para la variable dependiente del estudio. Así también, el procesamiento de datos fue realizado con la ayuda del programa estadístico SPSS versión 25 y el programa Excel 2013 y fueron presentados a través de tablas y figuras estadísticas. Los resultados obtenidos inicialmente del procesamiento de la información recabada indicaron que la alfabetización mediática se relaciona significativamente con la infoxicación digital y cómo esta influye sobre ella. Luego se planteó una propuesta experimental basada en talleres y reuniones centradas en la alfabetización mediática como solución ante la infoxicación digital. Finalmente, se aplicó una prueba de salida para determinar los efectos de la alfabetización mediática ante la infoxicación digital en los estudiantes del 4° año de la Escuela Profesional de Comunicación Social. 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 preexperimental.

El tiempo de realización en la aplicación del estudio tuvo una duración de 8 talleres de aprendizaje durante un mes, en los horarios establecidos los días miércoles a las 5:00 p.m. y viernes a las 7:00 p.m., obteniéndose posteriormente el procesamiento de la información con los resultados de nivel alta de significancia. En los resultados

obtenidos realizados a los estudiantes, se pudo conocer que los sujetos de estudio presentan un cambio significativo debido a la alfabetización mediática. Por consiguiente, pudimos abordar en nuestras conclusiones que sí existe influencia de la alfabetización mediática ante la infoxicación digital en los estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.

Palabras clave: Alfabetización mediática, infoxicación digital, hiperconexión y cultura audiovisual.

ABSTRACT

The main objective of the research work was: to determine how media literacy influences the infoxication of the students of the 4th year of Social Communication UNHEVAL 2023. Likewise, on the methodological aspect of this research work, it had a population of 150 students of the Professional Career of Social Communication Sciences of the Faculty of Social Sciences and a determined sample of 30 4th year students, their choice of the sample was based on a non-probabilistic determination. The type to which the study belongs was of a basic substantive nature, and belonging to an explanatory level, while the design corresponds to the experimental quantitative approach, the survey for work was the survey and the instrument used was the questionnaire for the two variables. study. Likewise, data processing was carried out with the help of the statistical program SPSS version 25 and the Excel 2013 program and were presented through statistical tables and figures. The results initially obtained from the processing of the information collected indicated that media literacy is significantly related to digital infoxication. how this significantly influences, then an experimental proposal based on media literacy workshops. Finally, an exit test was applied to determine the influence effects of media literacy on the 4th year students of the Professional School of Social Communication. 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 presented them in tables and figures, in the same way it helped us to calculate the means through the t of Student for our work of an experimental nature and pre-experimental variant.

The completion time in the application of the study lasted 6 learning workshops for a month at their established schedule on Mondays and Tuesdays, subsequently obtaining the processing of the information with the results of a high level of significance in the results obtained, carried out on the students, from which it was possible to obtain that these study subjects present a significant change in the sensational influence of social networks on the students' thinking, therefore we can address in our conclusions what influence of media literacy in the face of digital infoxication in students of the 4th year of Social Communication UNHEVAL 2023.

Keywords: Media literacy, digital infoxication, hyperconnection and audiovisual culture.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO.....	III
RESUMEN.....	IV
ABSTRACT.....	VI
ÍNDICE	VII
ÍNDICE DE TABLAS	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
INTRODUCCIÓN	XII
CAPÍTULO I.....	15
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	15
1.1. Fundamentación del problema de investigación.....	15
1.2. Formulación del problema de investigación general y específicos.....	17
1.2.1. Problema General.....	17
1.2.2. Problemas Específicos.....	17
1.3. Formulación del objetivo general y específicos.....	17
1.3.1. Objetivo general	17
1.3.2. Objetivos específicos	17
1.4. Justificación.....	18
1.4.1. Justificación Teórica.....	18
1.4.2. Justificación Práctica	18
1.5. Limitaciones.....	19
1.6. Formulación de hipótesis generales y específicas.....	19
1.6.1. Hipótesis general.....	19
1.6.2. Hipótesis específicas.....	19
1.7. Variables	19
1.8. Definición teórica y operacionalización de variables	20
CAPÍTULO II	21
MARCO TEÓRICO.....	21
2.1. Antecedentes	21
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	21

2.1.2. Antecedentes nacionales.....	26
2.1.3. Antecedentes locales.....	35
2.2. Bases teóricas.....	35
2.2.1. Alfabetización mediática: variable x.....	35
2.2.2. Infoxicación digital: variable y.....	40
2.3. Bases conceptuales.....	43
2.4. Bases epistemológicas.....	46
CAPÍTULO III.....	47
METODOLOGÍA.....	47
3.1. Ámbito.....	47
3.2. Población y selección de muestra.....	47
3.1.1. Población.....	47
3.1.2. Muestra.....	48
3.3. Nivel y tipo de estudio.....	49
3.3.1. Nivel de estudio.....	49
3.3.2. Tipo de estudio.....	50
3.4. Diseño de investigación.....	50
3.5. Métodos, técnicas e instrumentos.....	51
3.5.1. Método.....	51
3.5.2. Técnicas.....	51
3.5.3. Instrumentos.....	51
3.6. Validación de los instrumentos.....	52
3.7. Confiabilidad del instrumento.....	52
3.8. Procesamiento de datos.....	53
3.9. Tabulación y análisis de datos.....	54
3.10. Consideraciones éticas.....	54
CAPÍTULO IV.....	56
RESULTADOS.....	56
4.1. Análisis descriptivo.....	56
CAPÍTULO V.....	62
DISCUSIÓN.....	62

CONCLUSIONES	64
RECOMENDACIONES	66
REFERENCIAS	67
ANEXOS.....	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	20
Tabla 2 Población de estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social	47
Tabla 3 Muestra de estudiantes del 4° año de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social	48
Tabla 4 Relación de expertos	52
Tabla 5 Alfa de Cronbach	53
Tabla 6 La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023	56
Tabla 7 Infoxicación digital en los estudiantes del 4° año de la E.P de Ciencias de la Comunicación Social	58
Tabla 8 La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023	59
Tabla 9 Percepción del periodismo sensacionalista que se da en redes sociales	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Población de estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social	48
Figura 2 Muestra de estudiantes del 4° año de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social	49
Figura 3 Cuestionario sobre la infoxicación digital	57
Figura 4 Cuestionario sobre la infoxicación digital	60

INTRODUCCIÓN

Tomando en consideración el concepto de alfabetización mediática ante la infoxicación digital, en la actualidad se han unido diferentes medios de comunicación sumados a las nuevas tecnologías, por consiguiente, vivimos en una era totalmente digitalizada como respuesta a las necesidades de los tiempos modernos de la humanidad. Estos mecanismos y herramientas han permitido a los seres humanos comprender las verdaderas funciones que tienen y desarrollan los medios de comunicación, además se comprende cómo se genera la información en la sociedad, también identifican rápidamente los códigos que tiene un mensaje y finalmente ayuda a desarrollar la capacidad de interpretar toda la información que se da a cada instante.

La alfabetización mediática según Andrea, (2016), en su trabajo la alfabetización mediática y aprendizaje, sustenta que las transformaciones que se han dado en la sociedad en la actualidad gracias a las tecnologías digitales y los nuevos medios, ofrecen destacados e importantes retos y desafíos a la educación global, donde el centro universitario o la escuela ha dejado de ser el espacio protagónico de aprendizaje, donde se generaba el nuevo conocimiento; es ahora donde las tecnologías nuevas permiten que se amplíen y diversifiquen los conocimientos, es por ello que en la actualidad hay que examinar las habilidades y aprendizajes que se deben proponer para actuar y participar en los nuevos escenarios mediáticos y digitales.

Buscando sus orígenes de la alfabetización mediática nos remitimos a Tornero, (2017), en su trabajo los orígenes de la alfabetización mediática y fundamentos teóricos, se pone puntos de vista que la alfabetización mediática es la materia elemental que enseña a generar conciencia crítica frente a los medios que han introducido formas de pensamiento que muchas veces escapan a la realidad social que tiene la sociedad y que han dominado a los seres humanos, también se encuentran los medios impresos y otras formas de comunicación, pero sobre todo los que tienen mayor empoderamiento, en los últimos tiempos es el internet, que parece que es muy desconocida en el entorno social y educativo. No solamente se tiene el concepto que la alfabetización mediática es un proceso de transformaciones digitales, sino que contempla los nuevos medios de comunicación dentro de los diferentes y múltiples contextos históricos, además de los

culturales, sociales y económicos de la alfabetización. Gradualmente se ha convertido en la rutina del uso de mecanismos digitales que modifican la comunicación interpersonal en relación simbiótica entre forma, contenido y sobre todo el contexto. Por otro lado, la interconexión por las redes globaliza y expande la comunicación, mientras que el desarrollo de las competencias propias de la alfabetización se hace mucho más compleja en el tiempo.

Es por eso por lo que los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL, no se escapan a la constante información que asimilan de las redes sociales, ellos por su naturaleza de jóvenes que van en busca de la información se ven envueltos en la infoxicación digital que de alguna forma no desglosan la información o peor aún no diferencian el verdadero contexto de la información.

Habiendo tenido conocimiento acerca del fenómeno de estudio se priorizó por realizar el presente trabajo de investigación, con el objetivo de analizar y poder alcanzar algunas sugerencias y alternativas de solución a la problemática observada. Por esta razón, el objetivo central del trabajo fue determinar de qué manera la alfabetización mediática influye ante la infoxicación digital en los estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023. Asimismo, el problema planteado que nos condujo este trabajo fue ¿De qué manera la alfabetización mediática influye ante la infoxicación digital en los estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023? Finalmente, la hipótesis fue “La alfabetización mediática influye de manera positiva ante la infoxicación digital en los estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023”. Lo que al final fue contrastada en el desarrollo estadístico de los resultados.

El trabajo que se presenta metodológicamente consideró trabajar con una muestra de 30 estudiantes del 4° año de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL, los que fueron determinados de una manera no probabilística, mientras que la investigación fue de tipo aplicada, contando con un diseño preexperimental de enfoque cuantitativo. Asimismo, para el trabajo se utilizó la técnica de la encuesta, mientras que los instrumentos fueron los cuestionarios para cada una de las variables.

Los resultados obtenidos preliminarmente como producto de los datos e indicadores muestran que existe influencia de la alfabetización mediática ante la infoxicación digital en los estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023 y se rechazó la hipótesis nula H_0 .

El trabajo de investigación que se presenta está debidamente organizado en cinco capítulos de acuerdo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco. La secuencia de la organización temática de esta investigación fue de la siguiente manera:

Capítulo I: Trata sobre los problemas de investigación, integradas por: la descripción del problema, delimitación del problema, formulación problema (general y específico), objetivos generales y específicos, hipótesis y/o sistema de hipótesis, variables, justificación e importancia, y las limitaciones.

Capítulo II: Referido al marco teórico, que integra: los antecedentes, bases teóricas, definiciones conceptuales.

Capítulo III: Referido al marco metodológico, que integra: tipo de investigación, diseño y esquema de investigación, población y muestra, la definición operativa de los instrumentos de recolección de datos, técnicas de recojo, procesamiento y presentación de datos.

Capítulo IV: Referido a los resultados obtenidos, en ella se tiene en cuenta el análisis e interpretación de resultados y la prueba de hipótesis.

Capítulo V: Finalmente, presentamos las conclusiones, sugerencias y referencias bibliográficas.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Fundamentación del problema de investigación

La información en los últimos años se ha venido incrementando considerablemente debido a los avances tecnológicos, aunado a esto la libertad de creación de contenidos, no tiene límites llegando a saturar al consumidor, la problemática nos muestra un cambio abrupto de la era analógica a un escenario digital.

El término “infoxicación” surge de la unión de las palabras Información + Intoxicación, refiere actualmente a la idea de la sobrecarga de información que recibe un usuario, en especial de internet, en todas sus formas puede causar la sensación de no poder abarcar ni gestionarla, y por lo tanto llegar a generar una gran angustia, los problemas derivados de la sobreinformación, puede afectar el rendimiento personal y profesional Villaroel, (2015). p. 72

Para la Organización Mundial de la Salud OMS (2020) Describe que durante mucho tiempo se ha usado la palabra infoxicación, refiriéndose al exceso de información errónea por parte de los medios digitales y la rápida transmisión que se da de persona a persona.

En el Perú, surgió el concepto de infoxicación y dio alusión al impacto de los medios de comunicación tradicionales de nuestra sociedad; ahora cualquier persona en cualquier parte del país y del mundo puede publicar en internet, algún contenido, creando abundancia de información debido a la alta cantidad y velocidad de contenidos que se publica en la web, generando una sobrecarga de información en la población y provocando malestar en el aspecto biopsicosocial Torres (2019).

Igualmente existen universidades en el Perú que opinan que la infoxicación perjudica a la sociedad. Referente a esto, la Pontificia Universidad Católica del Perú-PUCP (2015), menciona que las personas más propensas a sufrir de este mal son aquellas que reciben abundante información al día, una persona está infoxicada cuando no puede absorber más información, cuando le es complicado leer pausadamente y lee

sin lograr entender, estos son algunas de las señales de las personas que sufren de este mal, no muchos se dan cuenta, porque ven como algo normal estar pendiente del teléfono, estar pendiente de las novedades que sale en las redes sociales, o en la TV y las consecuencias son preocupantes para algunos investigadores de nuestro país.

La alfabetización mediática como medio de solución hacia el problema de la infoxicación, busca destacar la importancia en tener conocimiento de los medios y como ellas funcionan; estando en la era digital y el uso masivo de redes sociales determinan un vertiginoso incremento de contenidos generando confusión en las personas.

La UNESCO (2011), conceptualiza que la alfabetización mediática enfatiza la habilidad para entender las funciones de los medios, evaluar cómo se desempeñan aquellas funciones y comprometerse racionalmente con los medios para la autoexpresión.

Según Tobías (2022) la alfabetización mediática constituye hoy en día uno de los grandes objetivos de las políticas educativas y comunicativas y al mismo tiempo subrayamos la idea de que alcanzar esta alfabetización es, actualmente un objetivo crucial al mismo tiempo, una condición para el desarrollo de sociedades libres y democráticas.

Podemos afirmar que más que una producción excesiva, es la comprensión de la audiencia frente a la transmisión de contenidos digitales. Hay una gran variedad de programación que hasta la actualidad prevalece el consumo sin medir el efecto que esta tiene en la persona.

Lo fundamental a entender es darse cuenta de que como es necesario tener información de calidad que aporte al desarrollo, también todo lo que existe o discurre tenga un control; de manera que la alfabetización mediática pueda aminorar el impacto de la gran cantidad de información.

1.2. Formulación del problema de investigación general y específicos

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la alfabetización mediática influye ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cuál es el nivel de consumo de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023?
- ¿Cuáles son las causas de la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023?
- ¿Cómo la alfabetización mediática mitiga la creación de contenido basura y el exceso de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023?

1.3. Formulación del objetivo general y específicos

1.3.1. Objetivo general

Determinar de qué manera la alfabetización mediática influye ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar el nivel de consumo de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.
- Determinar cuáles son las causas de la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.
- Explicar cómo la alfabetización mediática mitiga la creación de contenido basura y el exceso de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.

1.4. Justificación

Esta tesis permitió tener conocimiento en teoría sobre la alfabetización mediática y cómo está influye ante la infoxicación digital a la que los estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023, se ven expuestos debido a la gran cantidad de información digital que reciben. Así mismo servirá de contenido para futuras investigaciones acerca de este tema. También permitió conocer, la repercusión que existe entre la alfabetización mediática y la infoxicación digital. Para así lograr los objetivos de estudio, se aplicó el cuestionario.

1.4.1. Justificación Teórica

Son teóricos quienes dan el soporte científico al planteamiento del problema partiendo de antecedentes sobre aspectos, elementos, características y descripciones de cómo está construido el problema del estudio La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023. Se abordó aspectos técnicos para estudiar sus dimensiones e indicadores. Luego al concluir el producto que se traduce en los resultados que fueron evidenciados en una propuesta o alternativa didáctica que permitió conocer la alfabetización mediática ante la infoxicación digital.

1.4.2. Justificación Práctica

El trabajo que presentamos es de nivel de estudiantes de pregrado, y su justificación práctica 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 y rasgos de la alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023. 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 planteó sugerencias prácticas y sencillas que permitirán mejorar las condiciones de los estudiantes.

1.5. Limitaciones

No existió limitaciones determinantes en la realización del presente trabajo de investigación. Asimismo, contamos con un tiempo determinado para cumplir con los objetivos trazados durante el tiempo establecido en nuestro cronograma de actividades 2023 para su ejecución, resaltamos de igual modo que el estudio es autofinanciado y que medianamente se cuenta con una bibliografía específica sobre el tema, sobre todo por tratarse de un estudio orientado al contexto de la capital regional de Huánuco.

1.6. Formulación de hipótesis generales y específicas

1.6.1. Hipótesis general

La alfabetización mediática influye de manera positiva ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.

1.6.2. Hipótesis específicas

Hi: El nivel de consumo de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023 es alto.

Hi: El exceso de información disponible es una causa de la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.

Hi: La alfabetización mediática mitiga la creación de contenido basura y el exceso de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.

1.7. Variables

- Alfabetización mediática: variable x
- Infoxicación digital: variable y

1.8. Definición teórica y operacionalización de variables

Tabla 1
Operacionalización de variables

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Variable 1 VI Taller Alfabetización mediática	Taller de Alfabetización mediática	Se desarrolló un taller con 8 reuniones en forma presencial	Taller de infoxicación digital	Talleres y reuniones: 1 ¿Qué es la infoxicación? 2 ¿Por qué nos intoxicamos digitalmente? 3. Formas de evitar la infoxicación digital 4. Origen de la infoxicación digital 5. Perjuicios que genera la infoxicación digital 6. Causas y consecuencias de la infoxicación digital 7. Fake news y desinformación 8. Ética en la información digital	Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario Escala de medición Ordinal
Variable 2 VD Infoxicación digital	Según Cornella (2000), en su trabajo sobre la infoxicación, transfiere conocimientos que estamos viviendo una sociedad sometidos a una tecnología que evoluciona constantemente que en cierta medida mejora las condiciones, pero cuando se abruma genera desorden que ocasionan enfermedades en los individuos.	Se aplicó un cuestionario	Hiperconexión Consumo Causas de la infoxicación	Simultaneidad. Uso de internet. Explosión informativa. Información política. Información científica. Noticias. Creación constante de contenido. Cultura informacional Aumento exponencial de canales de recepción de información.	

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Luego de realizar la búsqueda de investigaciones que se relacionen con nuestras variables, encontramos diversos documentos (revistas, artículos, tesis), que sirvieron como antecedentes y permitieron dar un sustento sólido al trabajo.

2.1.1. Antecedentes internacionales

Para Criollo (2021) quien realizó esta investigación Circulación de información relacionada con la salud en Colombia: el caso de la infodemia en redes sociales, en la pandemia POR COVID-19, con el propósito de examinar las dinámicas de circulación de información sobre la pandemia por COVID-19 en las redes sociales en Colombia, durante el año 2020 y el primer semestre de 2021. Para ello, esta investigación identificó y describió las características de los contenidos, factores internos de las plataformas y comportamiento de las personas en redes que intervienen en la circulación de información y la aparición del fenómeno de la infodemia. Esta investigación se desarrolló en dos fases: en la primera se realizó una revisión documental, un rastreo de 141 piezas circulantes en redes sociales, además de la adaptación y aplicación de un modelo semiótico sobre una muestra de 12 piezas de las obtenidas en el rastreo; la segunda, se enfocó en la realización de entrevistas semi estructuradas a diversos actores que participaron en la producción y circulación de mensajes sobre la pandemia por COVID-19 en Colombia.

Como resultado se identificaron diversos desórdenes de la información que componen la infodemia en Colombia, incluyendo: desinformación (difusión de información no rigurosa que omite datos, es insuficiente o contiene falsedades para lograr un efecto; tiene diferentes formatos entre ellos las noticias falsas) fake news (noticias falsas elaboradas

deliberadamente para difundir información incorrecta, generalmente para conseguir objetivos personales, políticos o económicos), sobreinformación (sobrecarga de información que en muchas ocasiones es repetitiva y abrumadora) infoxicación (el efecto producido por la sobreinformación, generalmente expresado a través de ansiedad y angustia, más la incapacidad de analizar y discernir) y otros factores como las percepciones, las reinterpretaciones de los contenidos, los sesgos cognitivos y las emociones que determinan las interacciones de las personas a través de las plataformas.

- Esta investigación permitió identificar que la información circulante en redes sociales debe ser un aspecto importante para incluir en los sistemas de vigilancia epidemiológica y social, debido a que aporta conocimiento asociado a rasgos de comportamiento, creencias y conflictos; por lo tanto, se sugiere establecer métodos y estrategias para hacer un monitoreo permanente de estos contenidos, de forma que se conviertan en insumo para la toma de decisiones en salud.

Según Heredia (2020), realizó un trabajo sobre La influencia de la sobrecarga de información y el uso problemático de internet en el bienestar de los adultos. Este estudio de métodos mixtos investigó el impacto de la sobrecarga de información y la adicción a Internet en el bienestar psicológico, el rendimiento laboral y el rendimiento académico de los adultos. Se utilizaron cinco estudios empíricos para medir la influencia de la sobrecarga de información y la adicción a Internet en el bienestar a través de un enfoque holístico. Estos estudios también controlaron posibles factores que podrían influir o interferir en el proceso de bienestar.

Los resultados revelaron hallazgos interesantes: la influencia de la sobrecarga de información y la adicción a Internet en el bienestar negativo previsto de los estudiantes universitarios, y las diferencias culturales entre la muestra de Kuwait y el Reino Unido no fueron significativas. Sin embargo, la influencia de la sobrecarga de

información y la adicción a Internet fue significativamente diferente entre estudiantes y trabajadores. El impacto de los diferentes usos de Internet en los trabajadores también fue significativamente diferente al de los estudiantes. El estudio del diario reveló diferencias significativas entre las puntuaciones de bienestar de los usuarios de Internet problemáticos y los usuarios de Internet no problemáticos, aunque las horas dedicadas a Internet y las actividades en Internet fueron similares.

- La tesis proporciona un enfoque integral para comprender la influencia de la sobrecarga de información y la adicción a Internet en el bienestar de los adultos, lo que puede proporcionar planes de intervención y soluciones en universidades y lugares de trabajo.

Portales (2019) realizó un estudio sobre la alfabetización mediática y nuevos entornos digitales, con el objetivo de explorar la adquisición de competencias mediáticas y audiovisuales de los jóvenes, vinculadas al consumo y uso que hacen del teléfono móvil en diferentes contextos, tanto dentro como fuera del entorno educativo formal. Haciendo uso de una metodología mixta, cuantitativa y cualitativa, desde el diseño experimental; la población correspondió en dos centros educativos públicos de la provincia de Barcelona; la Escola Guinardó en Barcelona y el IES Torre de Palau en Terrassa; se utilizó encuestas, observaciones directas y grupos de discusión como instrumentos para ambas variables de estudio.

El autor tuvo como principal resultado, donde destacan la necesidad de una alfabetización mediática más centrada en los lenguajes cada vez más multimodales, así como el uso del teléfono móvil como herramienta educativa para este fin. A partir de los resultados y discusión nos hacemos la pregunta ¿qué aporta esta investigación al campo ya establecido de la alfabetización mediática?

- Para responder a esta respuesta elaboramos las siguientes conclusiones, que se pueden resumir a partir de los cuatro objetivos

específicos de esta investigación: OE1) estado del arte sobre la apropiación tecnológica y audiovisual actual por parte de jóvenes; OE2) las últimas aportaciones y discursos vinculados a la alfabetización mediáticas, así como el rol del lenguaje audiovisual en ellos; OE3) los procesos de adquisición de competencias a través de la socialización con las TIC; finalmente, OE4) la reacción de los centros educativos y posibles vías de trabajo, que se complementan en las recomendaciones que esta investigación propone.

Jologua (2019) estudió la Alfabetización mediática como instrumento para promover la esfera pública, en Georgia. Tuvo como objetivo comprender si la educación en alfabetización mediática podría considerarse como un instrumento potencial para la promoción de la esfera pública. El diseño metodológico se basa en un modelo puramente cualitativo y se realiza en forma de estudio de caso en el país de origen de los autores, Georgia. Para ello se realizó entrevistas semiestructuradas con un grupo de estudiantes de escuelas georgianas, así también con un grupo de profesores de escuelas georgianas, se han implementado como la principal herramienta metodológica para la recolección y análisis de datos. El objetivo principal de las entrevistas fue indagar las opiniones de los estudiantes participantes y de los profesores participantes sobre los cambios en las percepciones de los alumnos sobre el papel y los efectos de los medios de comunicación después de las intervenciones de alfabetización mediática.

- Con base en el análisis de resultados, el estudio concluyó que la educación en alfabetización mediática puede ser discutida como un potencial promotor de la esfera pública si se implementa de una manera efectiva. El estudio sugirió además recomendaciones para futuras investigaciones en una escala más amplia de participantes, ya que el alcance de la tesis se limita a un solo grupo de estudiantes de la escuela y un grupo de profesores de la misma nacionalidad.

Covacho (2017) investigó sobre La educación mediática: propuesta metodológica para el desarrollo de la competencia mediática en la práctica educativa. El objetivo fue analizar, determinar y evaluar aspectos inherentes a una Educación Mediática que, desde un punto de vista interdisciplinar, y gracias a prácticas inter metodológicas contribuya a la adquisición y mejora de las competencias mediáticas del alumnado. La metodología tiene un enfoque mixto; con una población de 58 expertos en educación mediática.

- El principal resultado de la investigación con el uso de las prácticas Inter metodológicas 2.0 que han servido de dinámicas posibilitan que el alumnado adquiera, en general, competencias mediáticas fundamentales para promover su aprendizaje a través de su empoderamiento; en líneas generales los resultados de las encuestas mostraron que la experiencia fue estimada por el alumnado como muy positiva, ya que las valoraciones medias otorgadas, sea a su propia actividad como a las dinámicas han alcanzado calificaciones altas.

Gálvez (2017), en su estudio sobre La alfabetización mediática en el ecosistema de datos abiertos: evaluación de la competencia digital de los futuros maestros de educación primaria en Madrid, España. Tuvo como objetivo general analizar el grado de alfabetización digital y la educación mediática que poseen los futuros docentes de Educación Primaria para consumir, interiorizar y transmitir de manera crítica, la información que, generada a partir de datos abiertos, es distribuida por los medios de comunicación a través de productos interactivos multimedia. El proceso de estudio se ha llevado a cabo con una metodología combinada, que incorpora al estudio cuantitativo a través de cuestionario, un estudio cualitativo, con entrevistas directas, y un análisis documental y normativo.

Finalmente, los resultados del autor muestran que, Se considera validada la H1, dado que sí se ofrecen las condiciones y recomendaciones necesarias para que el alumnado alcance las competencias para llevar a cabo procesos de lectura críticos y

responsables de este tipo de productos. Del mismo modo se considera verídica la H4, ya que, con el fin de confirmar la opinión de la mayoría de los docentes responsables del diseño de las asignaturas, quienes afirman que, sí se tiene en cuenta el aprendizaje informal a la hora de planificar las asignaturas.

- El estudio concluyó ofreciendo la situación actual de la Mención como agente formativo en los procesos de alfabetización mediática de los futuros docentes en Educación Primaria, así como el tratamiento ofrecido a la información basada en datos abiertos y a las competencias necesarias para su uso desde un punto de vista crítico e independiente.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Pecho y Zambrano (2022) investigaron sobre las mujeres baby boomers y fake news en facebook: análisis sobre la alfabetización mediática y desconfianza hacia medios de comunicación convencionales. Con el objetivo de conocer las razones que llevan a las mujeres limeñas baby boomers a involuntariamente compartir fake news en Facebook, en el contexto de la pandemia de la COVID-19. El estudio realizado es cualitativo fenomenológico, con una técnica de codificación descriptiva. La población se conformó de mujeres, de 65 a 74 años; que tienen y usan Facebook; comparte publicaciones en su muro de Facebook; necesitan de las redes sociales para comunicarse con sus familiares y/o amigos; que viven en Lima metropolitana.

- Finalmente, esta investigación sobre fake news es el análisis del comportamiento, previo y posterior, del segmento con mayor proyección de crecimiento en Facebook, los baby boomers y en especial, las mujeres quienes presentan menor confianza por las noticias, al compartir una noticia falsa en la red social Facebook. Fake news que han infestado las redes sociales en la pandemia la COVID-19.

Según Mamani, (2022), investigó sobre la infodemia y estrés en el contexto COVID 19 en estudiantes de la facultad de enfermería.UNSA. Su objetivo es determinar la relación entre el Consumo de Información sobre COVID 19 y el nivel de estrés de las estudiantes de la Facultad de Enfermería. UNSA. Arequipa. 2021. En cuanto a la metodología la presente investigación es de tipo descriptivo, con diseño correlacional y de corte transversal. El método utilizado fue la encuesta virtual, la técnica es el cuestionario, y para la recopilación de información se utilizó varios instrumentos validados como son: la Guía de Entrevista Individual, el Cuestionario sobre Usos y Gratificaciones, el Cuestionario sobre Consumo de Información sobre COVID 19 y la Escala de Percepción Global del Estrés para Universitarios; con una muestra conformada por 69 estudiantes de segundo año de la Facultad de Enfermería de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, con matrícula vigente 2021B, seleccionadas bajo criterios de inclusión y exclusión.

El resultado de la validación de los datos recolectados se obtuvo que el medio de información sobre COVID 19 al que más recurren los estudiantes de segundo año de la Facultad de Enfermería es Google. En cuanto a la frecuencia de uso de redes sociales observamos que el 95,6% de la población estudiada utiliza sus redes sociales diariamente, con un promedio de uso de más de 2 horas de uso diario para información sobre COVID 19 (WhatsApp). En cuanto a la determinación del nivel de estrés, el 84.1% de la población estudiada presentó un nivel moderado de estrés (estrés positivo), y un 62.3% un nivel de distrés alto (estrés negativo), que sumado al porcentaje de personas que presentó un distrés moderado sumarían un 89,8% de la población con distrés de moderado a severo.

- Finalmente, al relacionar las variables de estudio y validar la información mediante pruebas estadísticas de asociación (valor de $p < 0.05$), se concluye que: si existe relación VIII entre el estrés negativo o distrés y el nivel de consumo de información sobre

COVID 19 en estudiantes que usaron como fuente de información a profesionales de la salud y a Google, por lo tanto, en esos casos se acepta la hipótesis.

Tipo y Ramos (2022) realizaron una investigación sobre la preocupación y percepción del miedo ante la infodemia en el contexto de la covid-19 en pobladores de Puno. Teniendo como objetivo determinar la asociación entre la preocupación y percepción del miedo ante la infodemia en el contexto de la Covid-19 en pobladores de Puno, 2021. Con una metodología tipo correlacional, con diseño no experimental, de corte transversal, la población fue de 84 595 personas y el tamaño de muestra 383 de 18 a 75 años de edad, con muestreo no probabilístico tipo bola de nieve. Como técnica, la encuesta y dos instrumentos EPCov-19 (Escala de Preocupación de Covid-19) y la “Escala de percepción del miedo o exageración ante las noticias del coronavirus difundidas por medios de comunicación”, cuya confiabilidad de Alpha de Cronbach es de 0,86 y 0.92 respectivamente.

- Teniendo como resultado la Chi-cuadrada fue de 0.000 a un nivel de significancia de 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, además, se encontró 53.0% de preocupación y 62.4% de percepción de miedo o exageración frente a las noticias del coronavirus en un nivel medio respectivamente, concluyendo, que existe asociación entre la preocupación por la Covid-19 y la percepción del miedo ante la infodemia de la Covid-19.

Huaman y Romero (2022) realizaron una investigación sobre el Consumo informativo mediático y estabilidad emocional en tiempos de pandemia por covid-19 en adolescentes del 3^a grado del colegio nacional de ciencias y artes la victoria de Ayacucho, Huancavelica. Con el objetivo de determinar asociación entre el consumo informativo mediático y estabilidad emocional en tiempos de pandemia por COVID-19 en adolescentes del 3^o grado del C.N. La Victoria de Ayacucho, Huancavelica 2021. La investigación fue

del tipo básica; nivel correlacional; método científico, método deductivo y método inductivo; diseño no experimental, transaccional; la muestra estuvo conformada por 98 estudiantes. Para la medida de la variable consumo informativo mediático se empleó un cuestionario, para la variable estabilidad emocional se empleó la técnica de escala psicométrica cuyo instrumento es la escala. En la prueba de hipótesis se localizó asociación entre el consumo informativo mediático y estabilidad emocional en momentos de COVID-19 en adolescentes con un valor de 0.220 que indica una correlación positiva baja, además la significancia bilateral resultó “p” = 0,029 para un grado de significancia de 5%. Descriptivamente el 31,6% (31) tuvo un consumo medio de información mediático presentando una estabilidad emocional promedio; un 22,4% (22) tuvo un alto consumo de información mediático presentando una estabilidad emocional promedio; el 16,3% (16) tuvo un consumo medio de información mediático presentado una estabilidad emocional alta; el 13,3% (13) tuvo un alto consumo de información mediático presentando una estabilidad emocional alta; el 7,1% (7) tuvo un bajo consumo de información mediático presentado una estabilidad emocional promedio; el 3,1% (3) tuvo un consumo medio de información mediático presentando una estabilidad emocional bajo.

- En conclusión, existe una relación significativa baja entre el consumo informativo mediático y estabilidad emocional en tiempos de pandemia por COVID-19 en adolescentes del 3° grado del C.N. La Victoria de Ayacucho, Huancavelica 2021.

Según Ostojin (2021) realizó una investigación sobre la ciudadanía digital en los tiempos de infodemia. Teniendo como objetivo generar conciencia sobre la importancia de la ciudadanía digital entre los adolescentes de 16 y 17 años de un centro educativo particular en Piura.

- Según los resultados, la confianza ha sido un elemento importante para el desarrollo de las actividades planificadas y participación en

las mismas durante las 06 semanas de piloto. Mayor nivel de confianza, la participación e interacción entre los estudiantes aumenta en las actividades.

Navarro (2021) investigó la influencia de la educomunicación en las competencias del área de comunicación para estudiantes del 5° de secundaria de la institución educativa Alejandro Velasco Astete de San Jerónimo – Cusco. Con el objetivo de conocer el grado de influencia de la educomunicación en las competencias del área de Comunicación para estudiantes del 5° de Secundaria de la institución educativa Alejandro Velasco Astete de San Jerónimo – Cusco, 2019 – La unidad de análisis estuvo compuesta por 142 estudiantes, 73 varones y 69 mujeres, que cursaban el 5° de secundaria en la institución educativa Alejandro Velasco Astete del distrito de San Jerónimo. Basados en las características de la población y sustentados en Mejía (2005) se determinó, para conveniencia y confiabilidad del trabajo de investigación, que el tamaño de muestra sea el total de la población de estudio o unidad de análisis. En cuanto a las técnicas para la recolección de información se privilegiaron, en primer lugar, la técnica de análisis documental; en segundo lugar, la encuesta con el cuestionario como su respectiva herramienta de aplicación, finalizando con las técnicas de análisis e interpretación de la información mediante el uso de software aplicativo.

El resultado obtenido de la información recabada se infiere que los aspectos educomunicativos instrumental y dialógico, así como las competencias del área de Comunicación, son altos.

- El grado de correlación general es de 0.595, con lo cual el trabajo investigativo permite aceptar la hipótesis alterna, concluyendo que la educomunicación influye significativamente en las competencias del área de Comunicación para estudiantes del 5° de Secundaria de la institución educativa Alejandro Velasco Astete del distrito de San Jerónimo.

Según Rojas (2021) realizó una investigación sobre la infodemia del discurso político de un candidato presidencial, Lima. Su objetivo es analizar la infodemia del discurso político de un candidato presidencial. La metodología que utilizó tiene un enfoque cuantitativo de tipo aplicada, su diseño se basa en estudio de caso; y es descriptivo e interpretativo, teniendo como técnicas entrevista y observación, como instrumentos guía de entrevista y ficha de observación donde se va a llevar a cabo en presente investigación. Se tomó el discurso político del candidato presidencial, Yonhy Lezcano para determinar en qué consiste su mensaje referente a la pandemia, para ello, se basa en la entrevista que tuvo este candidato en el programa Al estilo Juliana en la fecha del 22 de abril del 2021, en la cual mencionó información sobre tratamientos y medidas para prevenir la Covid-19.

El resultado de la investigación da a conocer sobre la intención de información, el contenido del mensaje y la expresión del discurso.

- Es así como se concluyó que en base al objetivo general que la infodemia del discurso político tiene como intención de generar noticia, el contenido de un mensaje manipulado y mediante la expresión comunica y transmite conmoción.

Según Chávez (2020) realizó un estudio sobre la infoxicación digital en tiempo de covid-19 en el distrito de Tumbes, Perú, con el objetivo de identificar los Indicadores de la infoxicación digital. La metodología tiene un enfoque cuantitativo, de tipo de estudio descriptivo, de diseño No experimental, estudio transversal, prospectivo, microsociológico, utilizando como instrumento de investigación el cuestionario, el cual se aplicó a 60 pobladores del distrito de Tumbes entre las edades de 20 a 39 años.

En la investigación se logró identificar los principales medios de comunicación que genera un “alto” nivel de infoxicación digital, como lo son los medios: Radiales, Impresos, Digitales y Audiovisuales, ya que son consumidos por la población de estudio, generando intranquilidad y credibilidad sobre la información que se brinda, pero

el medio que más infoxicación genera es el Audiovisual, ya que los programas transmiten constantemente información y cifras sobre los casos de COVID-19.

- En conclusión, la presente investigación de la variable de estudio se identificó que existe un “alto” nivel de infoxicación en los pobladores del distrito de Tumbes, lo que señala que existe la falta de conocimiento sobre el tema, y el uso inadecuado de la información que se brindan a través de los medios de comunicación, más aún en tiempo de COVID-19, donde crean en la población una psicosis. Obteniendo como resultado el nivel de infoxicación del tipo de información de comunicación que reciben los usuarios del distrito de Tumbes es “muy alto”, identificando a la información privada y externa como los principales indicadores del problema, como lo es el COVID-19, en un inicio se dio a conocer en el extranjero y creó el temor en las personas, al igual que la privada hay información que las entidades no dejan conocer a la población creando la mala información y suposiciones, asimismo la información que se difunden mediante los medios de comunicación debe ser de manera responsable, ya que la población quiere conocer información fidedigna.

Para Borea (2019) Investigó la educación mediática en la formación docente en el Perú. Teniendo como objetivo diagnosticar el estado actual de la educación mediática en la formación de futuros docentes en el Perú con la finalidad de plantear propuestas en este ámbito. La metodología que se utilizó es mixta.

- En conclusión, el trabajo de investigación partió de la convicción de que la misión docente es la más importante en cualquier sociedad. De los docentes depende, en buena medida, que las personas podamos sentirnos parte de un mundo, imaginar proyectos de vida y que contemos con capacidades suficientes para solventarlos. A pesar

de esto, el camino profesional de los docentes está lleno de dificultades materiales y simbólicas. El sistema educativo me he referido sobre todo al peruano, aunque se pueda extrapolar a muchos otros tiene una serie de precariedades, como la poca legitimidad de la carrera docente o el paradigma transaccional del que aún está impregnado mucha de su formación. Sí he señalado estas precariedades es para denunciarlas, no para usarlas como excusa de lo que no funciona. La educación mediática, en este contexto difícil, no debería apuntar a convertirse en un tecnicismo en el currículo, otra asignatura en el plan de estudios o, citando a Pink Floyd, another brick in the wall. Por el contrario, debe ser valorada como oportunidad para repensar la escuela y para aportar sentido crítico a la formación de ciudadanos, pero sobre todo procurar su bienestar. Los medios de comunicación pueden también ser herramienta de cambio y de esperanza si aprendemos a leerlos y usarlos con actitud crítica y responsabilidad.

Huaman y Hermelinda (2020) investigaron sobre gestión de calidad y alfabetización mediática en una escuela estatal de educación inicial, UGEL 02- Lima metropolitana. Tiene como objetivo determinar la relación existente entre la gestión de calidad y alfabetización mediática en una escuela estatal de educación inicial, UGEL 02- Lima metropolitana 2019. El tipo de la investigación fue descriptivo correlacional, con un diseño no experimental, enfoque cuantitativo, de corte transversal y un muestreo censal. La población estuvo conformada por 42 docentes de la escuela estatal inicial perteneciente a la jurisdicción educativa de la UGEL 02. La muestra fue censal, ya que se ha considerado a la totalidad de las unidades de análisis que formaron la población, vale decir 42 docentes.

Los resultados indicaron que existe una relación positiva alta entre la gestión de calidad y la alfabetización mediática, demostrado con un $r = 0,737$ y con una alta significancia de 95%.

Luego de haber realizado el análisis correspondiente, las resultantes permitieron llegar y obtener las afirmaciones que se detallan a continuación:

- Primera: La gestión de calidad y alfabetización mediática en una escuela estatal de educación inicial, UGEL 02- Lima metropolitana – 2019, con un coeficiente de correlación es $r = 0.737$, esto quiere decir que existe una correlación alta y positiva.
- Segunda: Existe una relación entre la gestión de calidad y lenguaje en una escuela estatal de educación inicial, considerando el coeficiente de correlación $r = 0.482$, se refiere a una relación positiva moderada.
- Tercera: Se llega a concluir que la relación entre la calidad de servicio y tecnología en una escuela estatal de educación inicial, considerando el valor del coeficiente de correlación $r = 0.718$, este resultado hace referencia a que existe una conexión de manera alta y positiva.
- Cuarta: Se concluye que se relacionan la gestión de calidad y procesos de interacción en una escuela estatal de educación inicial, mostrando un coeficiente de relación $r = 0.651$, se afirmó de la existencia de relación positiva moderada.
- Quinta: Se concluye que se relacionan la gestión de calidad y producción y difusión en una escuela estatal de educación inicial con un coeficiente de relación $r = 0.481$, esto quiere decir que la relación es una positiva moderada.
- Sexta: Que, entre gestión de calidad e ideología y valores en una escuela estatal de educación inicial, si están relacionadas considerando un coeficiente de correlación $r = 0.483$ se afirma que hay una relación de manera positiva y moderada.
- Séptima: También se concluye que la gestión de calidad y estética en una escuela estatal de educación inicial, se encuentran relacionadas,

con un valor del coeficiente $r = 0.456$ indicó una relación positiva moderada.

2.1.3. Antecedentes locales

Debido a una exhaustiva búsqueda de antecedentes locales no se encontró alguna investigación con nuestras variables. Nuestra investigación será el pilar para futuras investigaciones a nivel local, y marcará un precedente en este tipo de trabajos.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Alfabetización mediática: variable x

Según la UNESCO (2011) la alfabetización mediática ayuda a entender los distintos medios de comunicación, y poder reconocer las funciones que estas tienen en el entorno, partiendo desde ahí al análisis crítico de los contenidos que se difunden sabiendo reconocer el tipo de contenido y el mensaje que esta llega a transmitir.

Los distintos tipos de alfabetizaciones como estudio de los medios en pleno siglo XXI ha permitido orientar competencias necesarias para el desarrollo de una asignatura como tal “educación mediática” que vendría hacer integrada en el espacio escolar, con el fin del reconocimiento de las nuevas tecnologías en la utilización como medio de búsqueda de información ayudando a desarrollar sus capacidades de manera correcta. Alfonso et, al (2012) p.31. Lo que destaca en la alfabetización mediática es su capacidad de analizar los distintos medios en base a sus contenidos, esta converge una nueva forma de ver la enseñanza en la era digital repercutiendo su aplicación en las distintas edades.

En contexto la alfabetización de los medios no es meramente un aspecto técnico el de entender la función y comprensión del por qué los actores mediáticos otorgan competencias para decodificar aquella comunicación de imagen y audiovisual, esta necesita entender el aspecto cultural, social,

económico, de lo que en verdad depende los medios; el cambio de estas formas de comunicación se han venido modificando por la implementación de códigos mediante la tecnología haciendo que la comunicación sea más rápida en crear contenidos mediáticos. Garro (2020).

Lo que se manifiesta en la revista comunicar 38 (2012) que la solución también depende de una alfabetización crítica en lo que por años no se ha desarrollado debido a políticas en la forma de educar como también por la capacidad de los educadores que es necesario que puedan hacer entender a todo un conjunto sin llegar a confundir con contenidos complejos y poco entendibles , desde esa mirada la alfabetización mediática necesita primero educar a los que ven y no solo aceptar argumentos de lo que se escucha y percibe. Kendall et al. (2011).

Principios de alfabetización mediática

- El equilibrio entre la libertad de expresión y de información y el derecho a la información y la transparencia.
- El equilibrio entre los diferentes flujos comunicativos dominantes, tanto el desarrollo de contenidos como el desarrollo tecnológico. Este equilibrio lingüístico, cultural, y geográfico requerirá nuevas reglas, un nuevo respeto por la alteridad y nuevos puentes de cooperación entre las culturas.
- El equilibrio entre los valores de propiedad intelectual y los de uso, entre los beneficios privados y los colectivos o comunes. Solo así el imperante derecho a la difusión podrá ser complementado con la interacción. La nueva esfera pública internacional sólo puede basarse en la participación armónica de todos, excluyendo flujos informativos exclusivamente verticales Pérez & Tapio (2012) p.156.

Las cinco competencias básicas según la UNESCO

Se centra en la alfabetización mediática e informacional, comprensión, pensamiento crítico, creatividad, consciencia intercultural y ciudadanía— pueden ser dignas herederas de los aspectos clave de la educación para los

medios del siglo pasado. Estas competencias estarían más relacionadas con la «competencia social y ciudadana» o con la «competencia cultural y artística» que con «el tratamiento de la información y competencia digital». Ignacio, (2012) p.34

Alfabetización preocupada

Karbaum y Torres (2020) “Alfabetización preocupada es la cual busca combatir el daño que la televisión, la radio, la prensa y las redes sociales ocasionan en la población” (p.17).

Debido a la creciente creación de contenido y el solo consumo el que se presenta en las redes y medios de comunicación han permitido visualizar de manera más clara que la creación de contenidos tienen distintos fines, desde la propia voz inexperta y grabándose con un aparato tecnológico.

Lo que nos debería preocupar es el mensaje a donde orienta cada material audiovisual que termina desorientando a la misma población, la posición de los medios es mantener entretenido al individuo vaya que lo lograron, donde la gente prefiere estar en un celular padeciendo un Homo Fabulations.

Alfabetización constructiva

Karbaum y Torres (2020) “alfabetización constructiva”, Es educar y construir para que podamos no solo utilizar los medios, sino comprenderlos. Más aún, esta alfabetización nos permitirá crear, con un propósito comunicativo incluido, contenidos mejorados para difundirlos en los medios o en canales de difusión gratuitos como Facebook, Instagram, Tik Tok, entre otros.

Manipulación de los medios a la población

Para Ferrés (2010), manipular es un término que se refiere a la transformación de cualquier ente, como pueden ser los materiales utilizados en la fabricación de un producto. Asimismo, cuando en la elaboración de una

noticia o cualquier mensaje se utilizan ideas procedentes de alguna fuente de información personal o documental, se está haciendo una manipulación, lo que implica que dichas ideas pierdan la naturaleza con la que fueron dichas o escritas, pues fue necesario maniobrarlas para configurar un discurso nuevo.

Según Pérez (2017) Las personas creemos, o queremos creer, que lo que pensamos es decisión propia y que no estamos influenciados por nada ni nadie, pero lo cierto es que la publicidad está estudiada y preparada para apelar directamente a las emociones de las personas a través de sonidos, imágenes y discursos atractivos. Así lo confirma el hecho de que, en bastantes ocasiones, los anuncios no se centran en mostrar el producto que ofrece, sino en exponer al receptor de su mensaje escenas que vayan directas a sus emociones. Un ejemplo de ello son los anuncios navideños de lotería donde los valores que se visualizan son de solidaridad, generosidad, valor de la familia y la amistad, unión y alegría entre otros, cuando el trasfondo es que se consuma ese producto.

Cultura audiovisual

Estamos en un momento de grandes cambios. Uno de ellos afecta directamente a este libro, necesitado de actualizarse por la rápida sucesión de novedades tecno-lógicas que no solo dejan obsoletos equipos y sistemas, sino que cambian sustancialmente los métodos de trabajo y consiguen que los profesionales, en este caso de los medios de comunicación, deban estar en constante reciclaje y estudio de las nuevas herramientas para no quedarse atrás en esta carrera en la que se ha convertido el trabajo en dichos medios. El segundo cambio viene obligado por la implantación del nuevo marco de estudio de la asignatura “Cultura Audiovisual”, que se desdobra en dos. Castillo (2017).

Cada vez más estamos sumergidos en un mundo audiovisual altamente tecnificado por un sinnúmero de medios y soportes. Las cámaras de vigilancia nos rodean por doquier en plazas, edificios públicos, supermercados o centros comerciales. Las redes sociales bullen con millones de vídeos e imágenes

subidas por sus usuarios. Las nuevas formas de cine y televisión nos acercan a un mundo en tres dimensiones que casi puede tocarse. La llegada de internet ha propiciado nuevas vías y campos para la experimentación audiovisual, permitiendo compartir y generar toda una «cultura digital» y también nuevos peligros que afectan a la privacidad y a la libre circulación y utilización responsable o ética del material propio y ajeno.

Zapata y Arias (2008) Producción Contextual Colaborativa: Es también conocida como escritura colaborativa, aunque este concepto tiene su anclaje en la narrativa. A su vez la escritura colaborativa distingue entre Hiperficción explorativa e Hiperficción constructiva, marcando un claro nexo con la literatura. La producción textual colaborativa es una modalidad de trabajo que se basa en la actitud altruista de los colaboradores con el fin de contribuir a incrementar y mejorar el conocimiento. El concepto de PTC puede ser aplicado a cualquier proceso de creación textual, ya sea literatura o proyectos grupales, discusión en foros.

Exploración del público objetivo

Karbaum y Torres (2020) El conocimiento de nuestro receptor o público objetivo es una práctica que debe ser habitual, tal como es en el marketing para proyectar una posible respuesta y garantizar la efectividad del mensaje, las grandes empresas transnacionales realizan millonarias campañas publicitarias siguiendo modelos basados en estrategias de recolección de datos cualitativos como el focus group o las entrevistas a profundidad.

La creación del mensaje

Utilización de diversos géneros: el mensaje debe mezclar géneros que consideren la realidad (documental o formatos periódicos los cuales dotan de credibilidad a la narración y a la dramatización, y otros que aporten una carga emotiva a la historia creada o ficción.

Elegir personajes que se identifiquen con el público objetivo: Se debe incluir como protagonistas de nuestras producciones audiovisuales a personas

representativas del grupo receptor para dotar la credibilidad del enunciado y generar identificación en el espectador. Karbaum y Torres (2020)

2.2.2. Infoxicación digital: variable y

Las causas por las que se origina son personales y variadas. Sucede en función de las variables características o circunstanciales de las personas.

- **Inexperiencia o Inseguridad.** Cuando tenemos que conversar sobre temas desconocidos o incómodos, lo primero que hacemos es buscar información en las fuentes que están a nuestro alcance, pero no profundizamos en ellas debido a la escasez de tiempo, incurriendo solamente en el consumo de estas fuentes de manera cuantitativa.
- **El estrés.** Es una característica de casi todas las personas, debido a que durante el día deben realizar un sinnúmero de tareas específicas, es por ello que no dedican el tiempo necesario para examinar lo que leen, lo que les impide profundizar en la lectura, y la solución a la que el cerebro recurre, muchas veces sin darnos cuenta, es una lectura ligera.
- **Fuentes de mala calidad de información.** Cuando buscamos información muchas veces no elegimos correctamente las fuentes digitales a consultar. Muchas de ellas ofrecen artículos y blogs confusos, otras nos ofrecen información incompleta, lo que nos conlleva a buscar otros recursos para completar nuestra investigación.
- **Falta de criterio en nuestras búsquedas de información.** Siempre debemos practicar una actitud autocrítica, desconfiando de nuestra exactitud para buscar o usar las palabras correctas. Debemos evitar la costumbre de buscar la información completa que necesitamos en una sola fuente, blog, o página web. En lugar de repetir las mismas palabras, se debe ser más asertivo y eficaz, fragmentando la búsqueda y examinando las respuestas de manera más precisa, con las palabras correctas.
- **Exceso de precaución.** Tener precaución no está mal, lo malo es almacenar demasiada información solo por miedo a no volver a

encontrarla, lo que al final nos puede llevar a que esta sea imposible de consultar. Por ejemplo, puede ser que cada día leas los periódicos digitales viendo si encuentras algo de tu interés o una noticia relevante, pero cuando culminas de leer y no hay nada, te darás cuenta que has perdido tiempo valioso, y no encontrar lo que esperas puede generar estrés e infoxicación.

- **Querer saber de todo.** La sociedad siempre quiere estar informada, las personas quieren aprender mucho más, saber de muchas cosas del mundo y lo que pasa en él, las personas quieren incrementar sus conocimientos, de ahí comienza la frase “la información es poder”. Pero siempre hay que tener cuidado, porque si se incurre en esta práctica con mucha frecuencia se puede terminar infoxicado. Es necesario recordar que no siempre es imprescindible conocer de todo, es más, es imposible llegar a ello.
- **Por falta de recursos digitales.** El desconocimiento de la existencia de los diferentes recursos digitales que facilitan muchas tareas cotidianas, puede llevar a que éstas se realicen de manera manual, rutinaria y tediosa, pudiendo causar infoxicación en la persona. Duro (2018), p.1.

Ramos (2022) menciona que: la sobrecarga de información puede llevar a la "ansiedad por la información", que es la brecha existente entre la información que se entiende y la información que creemos que debe entenderse.

Lo cierto es que, existen casi tantas causas de infoxicación como piezas de información tenemos a nuestra disposición. Sin embargo, las razones más comunes de la sobrecarga de información moderna son las siguientes.

- La creación constante de grandes volúmenes de información nueva.
- La creciente presión para crear y competir en el suministro de información, lo que lleva a un claro efecto de cantidad sobre calidad en la mayoría de los alrededores.
- La facilidad para crear, duplicar y compartir información en Internet.
- El aumento exponencial de los canales de recepción de información: radio, televisión, prensa escrita, prensa online, sitios web, correo electrónico,

telefonía móvil, canales RSS, redes sociales, podcasts, canales de vídeo, foros, grupos de discusión, etc.

- El cada vez mayor peso de los datos históricos de que disponemos.
- Una cultura de la información en la que prima la rapidez con la que se publican las noticias (muchas veces sin contrastar), por el mero hecho de obtener clics y una ventaja competitiva. Esta urgencia afecta a la calidad de la información.
- El gran volumen de información conflictiva, contradictoria y sencillamente inexacta.
- Falta de estructura o relación entre las piezas de información.
- Ausencia de metodologías por parte del usuario para procesar, comparar y evaluar rápidamente las fuentes de información.
- Dificultad o incapacidad para discernir la información relevante entre el ruido informativo.
- La incapacidad para detectar las fuentes de autoridad. Ramos (2022), p.9

Asistimos a esta era digital en donde cada vez más jóvenes y adultos se encuentran “enchufados” constantemente a sus dispositivos móviles. Pareciera que nos alejamos más de los que se encuentran a nuestro alrededor y nos colisionamos con un mundo que no tiene barreras y que despliega nuestros sentidos a una enorme cantidad de información que resulta confusa y difícil de procesar. Nos “intoxicamos” día a día con búsquedas vastas, poco selectivas y que creemos confiables; nos olvidamos de que la información no resulta formación; consumimos imágenes, artículos, blogs, spaces y monografías, como si se tratase de un delicioso pastel. Miles de calorías informativas traducidas a caracteres que nos engordan por las grandes nubes de informática consumidas diariamente Aguaded (2014)

Visentin & Torvalds (2008) Argumentan que el término "infoxicación" nace de la unión de dos palabras "información" por las aglomeraciones de esta en diferentes medios digitales e "intoxicación" por la asfixia que está causa en

cada individuo que la recibe, lo que en consecuencia trae pérdida de atención ante situaciones de comunicación comunes, así mismo aísla al individuo de la información veraz e imposibilita la comprensión de la información.

Al respecto (Aguaded, 2014) expresa: que la sociedad está frente a una “hiperconexión compulsiva” y una “sobreinformación global”, a una obsesión por la comunicación perpetua vacía de contenidos... Lo cual se ha hecho realidad en la vida de todas las personas. La velocidad con que circula la información, además, afecta una instancia fundamental: la “reflexión” (Bona, 2005).

2.3. Bases conceptuales

Alfabetización mediática

La educación mediática permite que las personas desarrollen la capacidad de acceder a la información y desarrollar un pensamiento crítico frente a los contenidos de los medios de comunicación, facilitando la elección de una información veraz y de calidad. Asimismo, brinda la posibilidad de producir contenidos en y a través de los medios de comunicación. CONCORTV (2022)

Se denomina sobrecarga informativa, infoxicación o infobesidad a un concepto generalmente usado en conjunto con varias formas de comunicación por computadora tales como el correo electrónico.

Consumo de información

Entendemos consumo de información como la acción de buscar y recuperar datos e información con la finalidad de dar respuesta a una necesidad o interés informativo. (Martínez. 2003).

Cultura audiovisual

Cuando se hace referencia a la Cultura Audiovisual se habla de la cultura adquirida por las personas mediante su exposición a los medios

audiovisuales y la apropiación que hagan del lenguaje utilizado por ellos, y la lectura e interpretación de los mensajes recibidos a través de los mismos, de acuerdo con sus intereses, creencias, necesidades, educación y en general con su contexto. Ruíz (2005)

Hiperconexión

Nadie duda de que Internet ha revolucionado el mundo de las relaciones interpersonales y otros aspectos de nuestra cotidianidad: hoy en día es posible ir de compras con un solo click desde nuestro smartphone, estudiar desde la comodidad de nuestro propio hogar con nuestro ordenador e incluso recibir sesiones de psicoterapia con un psicólogo que se encuentra a miles de kilómetros de distancia de nosotros. Gracias a la oferta tecnológica es posible trabajar, estudiar, divertirse e incluso conocer pareja haciendo uso de la conexión a Internet. García (2018)

Infoxicación

El fenómeno de la infoxicación tiene lugar cuando la información recibida por el usuario es mucho mayor de la que es capaz de procesar con consecuencias negativas. Es, pues, lo mismo que el information overload. Es estar siempre “on”, recibir centenares de informaciones cada día, a las que no se puede dedicar tiempo. Es no poder profundizar en nada, y saltar de una cosa a otra. Es el “working interruptus”. Es el resultado de un mundo en donde se prima la exhaustividad (“todo sobre”) frente a la relevancia (“lo más importante”). Gómez (2016).

La alfabetización mediática

Según Ministerio de educación, cultura y deporte (2011) Conocida como alfabetización mediática y digital, que implica la capacidad de comprender, analizar, evaluar y sobre todo crear mensajes por los diversos medios de comunicación incluyendo los medios impresos, electrónicos y digitales.

Alfabetización informativa

Para Sales (2018) Se centra en la capacidad de buscar, acceder y evaluar información en diferentes fuentes y formatos mediáticos, esto implica saber cómo discernir entre información veraz y desinformación.

Alfabetización en medios impresos

Se refiere a la comprensión de periódicos, revistas y otros medios impresos, incluyendo la capacidad de analizar artículos, editoriales y contenido impreso.

La alfabetización en ética mediática

Implica entender los principios éticos y morales que guían la producción y consumo de medios, así como la capacidad de tomar decisiones éticas al interactuar con los medios y crear contenidos.

La alfabetización en medios interactivos

Esto se refiere a la capacidad de interactuar con medios digitales de manera activa, como participar en juegos en línea, blogs, comentarios y comunidades en línea, comprendiendo las dinámicas de participación en línea.

La alfabetización en medios culturales

Se refiere a la capacidad de analizar y comprender cómo los medios influyen en la cultura, la identidad y la sociedad en general.

Cantidad de información: La cantidad abrumadora de información disponible en línea puede dificultar la capacidad de una persona para consumir y procesar toda la información relevante

Diversidad de fuentes: La infoxicación digital proviene de una variedad de fuentes, incluidos sitios web, redes sociales, foros y más, lo que puede aumentar la confusión

Fatiga de la información: La constante exposición a la información puede llevar a la fatiga de la información, lo que disminuye la capacidad de concentración y procesamiento de la información

Estrés y ansiedad: La infoxicación digital puede causar estrés y ansiedad debido a la presión de mantenerse informado y a la sobreexposición a noticias negativas

Pérdida de privacidad: La cantidad de información personal que compartimos en línea puede aumentar el riesgo de pérdida de privacidad y el acceso no autorizado a nuestros datos

Efectos en la salud mental: La infoxicación digital puede contribuir al agotamiento mental, la adicción a las redes sociales y otros problemas de salud mental

Falta de habilidades de alfabetización digital: La falta de habilidades para evaluar críticamente la información en línea puede aumentar la vulnerabilidad a la infoxicación digital.

2.4. Bases epistemológicas

La ciencia ha construido sus conocimientos sobre la base de la filosofía y particularmente sobre el cimiento de la epistemología y está centrada y vinculada en la comunicación, es por ello la importancia de comprender los diversos elementos que componen e interviene durante la alfabetización digital y en cada uno de los procesos.

Filosóficamente la alfabetización digital se define como el proceso crítico de la comprensión de los mensajes comunicativos de los medios de comunicación y que se encargan de estudiar todos los principios, métodos fundamentales y extienden del saber y conocimiento de ser humano, por ello es fundamental la estructura de la filosofía que ubica y conceptualiza a cada uno de estos elementos

Todo lo que el hombre conoce es gracias a la visión filosófica que le proporciona la epistemología, concepto que se toma como válido para tomar en consideración de la comunicación como ciencia, sobre su base de esta misma, mientras que la epistemología se encarga de estudiar a la comunicación sobre la base de la cultura, el descubrimiento de los nuevos conocimientos que el hombre ha adquirido sobre la base de su situación económica, la situación industrial y sobre la base de su comunicación, diferenciando la raíz filosófica, entrelazada con la misma realidad.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. **Ámbito**

El trabajo se realizó en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL, y se trabajó con los estudiantes del 4° año de esta carrera profesional, ya que son estudiantes que están más próximos a la información y el alcance del estudio realizado. Además, por la naturaleza de la carrera de comunicación Social requieren de estar permanentemente en el trabajo de redes sociales.

3.2. **Población y selección de muestra**

3.1.1. **Población**

Quezada (2019). La población en el trabajo de investigación científica se considera al conjunto de todos los individuos (personas, objetos, animales) que aporten información sobre el fenómeno que se estudia representa una colección completa de elementos (sujetos, objetos, fenómenos o datos) que poseen algunas características comunes. Es el conjunto de elementos más grande del cual se puede tomar una muestra representativa para el experimento científico en lo cual constituye un conjunto de elementos que forma parte del grupo de estudio.

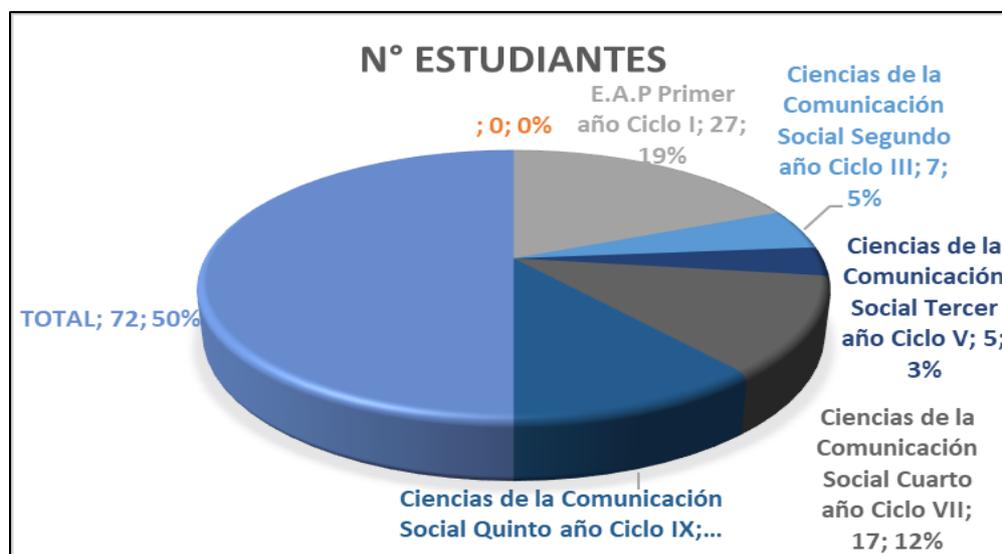
Para la presente investigación hemos tomado como población a los 143 estudiantes de esta Escuela Profesional desde el primer ciclo hasta el décimo ciclo de estudios.

Tabla 2
Población de estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social

E.A. P	Años académicos	Ciclos	N° Estudiantes		Total
			Varones	Mujeres	
Ciencias de la Comunicación Social	Primer año	Ciclo I Ciclo II	27	25	52
	Segundo año	Ciclo III Ciclo IV	7	5	12
	Tercer año	Ciclo V Ciclo VI	5	8	13
	Cuarto año	Ciclo VII Ciclo VIII	17	15	32
	Quinto año	Ciclo IX Ciclo X	16	18	34
TOTAL			72	71	143

Figura 1

Población de estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social



3.1.2. Muestra

La muestra constituye una selección al azar de una porción de la población. La muestra por otro lado consiste en un grupo reducido de elementos de dicha población o universo, del cual se tomó a 30 estudiantes del 4° año de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

De acuerdo con lo que menciona Carrasco (2009) acerca del muestreo no probabilístico, no todos los elementos de la población tienen la probabilidad de ser elegidos para formar parte de la muestra, por ello no son tan representativos.

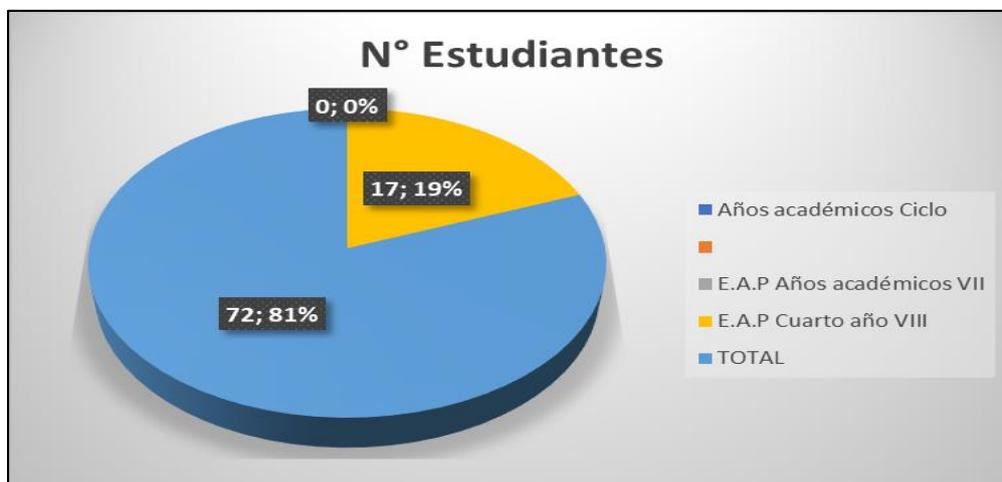
Para llevar a cabo el presente estudio se aplicó el muestreo no probabilístico, sin norma, intencional y circunstancial.

Tabla 3

Muestra de estudiantes del 4° año de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social

E.A. P	Años académicos	Ciclo	N° Estudiantes		Total
			Varones	Mujeres	
	Cuarto año	VII VIII	17	15	32
TOTAL			17	15	32

Figura **2**
Muestra de estudiantes del 4° año de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social



3.3. Nivel y tipo de estudio

3.3.1. Nivel de estudio

El estudio se desarrolló por medio de una investigación de tipo aplicada nivel explicativo, debido a que se tuvo como fin la recopilación de datos para estructurar y robustecer la base de conocimiento que se puede ubicar, ya que se buscó para conocer el nivel de las variables sujetos de estudio, lo mismo que fue de un diseño preexperimental por la sencilla razón de haber buscado medir el grado de influencia de la alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes.

En cuanto al nivel de estudio, Hernández et al (2010) “Los estudios explicativos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. Los estudios explicativos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. Los estudios correlacionales tienen como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías

o variables en un contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio relaciones entre tres, cuatro o más variables. Los estudios explicativos, al evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, miden cada una de ellas (presuntamente relacionadas) y, después, cuantifican y analizan la vinculación. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba.

La utilidad principal de los estudios explicativos estudia las causas y sus efectos de un problema, es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable al conocer el comportamiento de otras variables vinculadas. Es decir, intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o casos en una variable, a partir del valor que poseen en la o las variables relacionadas”. (p.53”)

El presente proyecto de investigación es explicativo ya que se van a explicar las causas del fenómeno de estudio y las características, conceptos y propiedades de la alfabetización mediática con el fin de determinar cómo influye ante la infoxicación digital en estudiantes del 4º año de Comunicación Social UNHEVAL 2023, para ello se someterá a prueba la hipótesis de la investigación.

3.3.2. Tipo de estudio

Explicativo Hurtado (2002), Detalla que la investigación explicativa tiene como objetivo la descripción precisa al problema de estudio, así como también del proyecto en sí, en este tipo de investigación se hace un diagnóstico para detallar el escenario a investigar y obtener el resultado en sus distintos niveles.

3.4. Diseño de investigación

Hernández et al (2010) diseño preexperimental, los diseños de investigación preexperimental recolectan datos en determinados momentos. Su propósito es intervenir en la primera variable, para obtener resultados modificados, describir variables y analizar su interrelación en un momento dado. Estos diseños describen

relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado.

El trabajo de tesis corresponde a un diseño experimental en su variante preexperimental, ya que permitió determinar la influencia que existe entre dos variables, que es la alfabetización mediática y la infoxicación digital en los estudiantes del 4° año de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL 2023.

Esquema de prueba – posprueba con un solo grupo

$$GE = O_1 - X - O_2$$

Donde:

O1: Variable – Alfabetización mediática

O2: Variable – Infoxicación digital

X: Las reuniones o talleres realizados

3.5. Métodos, técnicas e instrumentos

3.5.1. Método

Método: Deductivo

3.5.2. Técnicas

Encuesta: Con esta técnica se realizó la encuesta a través de preguntas por escrito a la muestra de estudio sobre la programación de “La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL 2023.

3.5.3. Instrumentos

Cuestionario: Se construyó tomando en cuenta la variable dependiente del estudio, las dimensiones e indicadores en estudio y se aplicó a los estudiantes del 4° año de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL 2023

3.6. Validación de los instrumentos

Según Hernández (2006). La validez de un instrumento de medición se evalúa sobre las bases de todos los tipos de evidencia. Cuando mayor evidencia de validez de contenido, de validez de criterio y validez de constructo tenga un instrumento de medición, éste se acercará más a representar la (s) variables(s) que pretende medir. Por lo que la validación de los instrumentos se realizó por los pasos detallados por Hernández.

- Validación del contenido del cuestionario: El instrumento fue validado adecuadamente por expertos con grado de doctor y magíster, y la mayoría son docentes de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.

Tabla 4
Relación de expertos

N°	Apellidos y Nombres	Porcentaje de Aceptación
01	TRUJILLO VALER Jhon Paul	98 %
02	ASCA MAUTINO Mariela Dency	98%
03	ROSALES CÓRDOVA Jhonel Nabor	98 %
04	ACEVAL CIENFUEGOS Himbler Jacyson	98%
TOTAL		98 %

3.7. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento, en este caso del cuestionario, fue hecha en base al coeficiente de alfa (α) de Cronbach con los datos que fueron recogidos previamente de una muestra piloto. El coeficiente obtenido deberá ser óptimo e indicar que la consistencia interna de la prueba es el adecuado Muñiz (2003).

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

Donde:

K = Número 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 5
Alfa de Cronbach

Estadístico de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,755	30

Estadístico de fiabilidad programa Excel.

K	8
$\sum V_i$	1.45
Vt	4.27
SECCIÓN 1	1.143
SECCIÓN 2	0.661
ABSOLUTO S ²	0.661
α	0.755

Varianza:

ESTADÍSTICO														
VARIANZA	0.252631581	0.239473681	0.168042105	0.252631581	0.197368042	0.239473681	0.09941521							

3.8. Procesamiento de datos

Una vez determinado la validez y confiabilidad del instrumento de recolección, se procedió con la aplicación de los instrumentos, realizando los siguientes procesos:

- Se contactó con los estudiantes del 4º año de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL.
- Se explicó el objeto del estudio y se solicitó el consentimiento informado de los encuestados

- c) Se entregó el cuestionario de investigación en dos momentos, explicando la forma correcta de responder.

3.9. Tabulación y análisis de datos

La información obtenida se presentó ordenadamente mediante tablas y figuras, se empleó análisis lógicos y estadísticos para comprobar la teoría empleadas de acuerdo con las variables, para lo cual se utilizó las técnicas siguientes:

- Clasificación de los datos
- Procesamiento de datos (elaboración de la tabla de distribución de frecuencias, utilizando el Microsoft Excel)
- Cálculo de estadígrafos (media, mediana y moda)
- Diseños de gráficos estadísticos (gráficos de barras compuestas)
- Análisis e interpretación de la información (análisis frecuencias y porcentual)

El análisis de datos estadísticos se realizó aplicando la estadística descriptiva e inferencial. Después se organizaron, resumieron, presentaron y describieron los datos a través de tablas y figuras mediante barras de frecuencia en Microsoft Excel los datos obtenidos de las variables en estudio. Así, se pudo sacar conclusiones y recomendaciones, siempre teniendo en cuenta la veracidad y fiabilidad de los datos adquiridos y procesados.

3.10. Consideraciones éticas

Según Noreña et al (2014) Sustenta que los trabajos de investigación científica tienen que seguir una línea en el marco de las consideraciones éticas. Tomando estas razones, el trabajo desarrollado se alinea a los criterios que se puntualizan a continuación:

- a) Se enmarco con las normas de moral y ética en el desarrollo del presente estudio.
- b) Se respetó la privacidad de información de los estudiantes de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social y se reservó el nombre de las personas encuestadas.

- c) El encuestado tuvo pleno conocimiento sobre la utilización de la información que suministraron para el presente estudio, que se mostró también en la parte de las instrucciones del cuestionario.
- d) En la influencia y el procesamiento de datos se realizó en forma legal y honesta, del mismo modo se reconoció el trabajo previo de otros investigadores, a los cuales se citó y se referenció.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

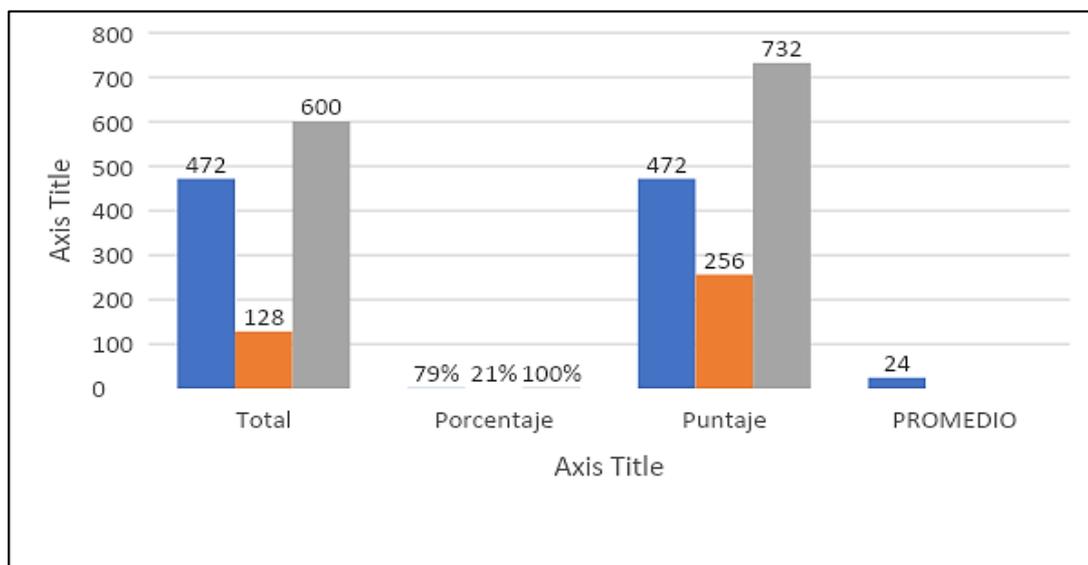
El estudio realizado en esta parte del informe de la tesis, mostró en base al cuestionario ejecutado y planteado a los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales. El análisis estadístico que se realizó por medio del programa SPSS versión 25, resultados que se detalla en párrafos más adelante con relación al comportamiento de las variables de estudio.

Tabla 6

La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.

Primer Cuestionario

N°	Item	No (0)	Si (1)	Total
Hiperconexión				
1	¿Qué significa alfabetización mediática?	26	4	30
2	¿Qué es desinformación?	22	8	30
3	¿Cuál de las siguientes no es una forma de medios de comunicación?	24	6	30
4	¿Por qué es importante la alfabetización mediática en la sociedad actual?	25	5	30
5	¿Cuál de las siguientes estrategias es útil para evaluar la credibilidad de una fuente de información en línea?	24	6	30
6	¿Cuál de las siguientes afirmaciones es cierta sobre el sesgo mediático?	23	7	30
7	¿Cuál de las siguientes habilidades no es un componente importante de la alfabetización mediática?	22	8	30
Consumo				
8	¿Cuál es un ejemplo de un medio de comunicación tradicional?	21	9	30
9	¿Qué significa el término fake news en el contexto de la alfabetización mediática contemporánea?	24	6	30
10	¿Cuál es uno de los principales objetivos de la alfabetización mediática?	23	7	30
11	¿Cuál es uno de los posibles impactos negativos de la hiperconexión en la sociedad?	27	3	30
12	¿Cuál de estos medios ha contribuido significativamente a la hiperconexión en los últimos años?	26	4	30
13	¿Qué estrategia puede ayudar a combatir la infoxicación?	25	5	30
14	¿Cuál de los siguientes no es un síntoma común de la infoxicación?	26	4	30
Causas de la infoxicación				
15	¿Qué papel juega la sobrecarga de información en la infoxicación?	24	6	30
16	¿Cuál es el factor clave que puede agravar la infoxicación?	23	7	30
17	¿Cuál es una de las principales causas de la infoxicación?	21	9	30
18	¿Qué papel juegan las redes sociales en la infoxicación digital?	24	6	30
19	¿Qué contribuye a la infoxicación en la era digital?	20	10	30
20	¿Qué estrategia puede ayudar a los estudiantes a gestionar mejor la infoxicación digital?	22	8	30
Total		472	128	600
Porcentaje		79%	21%	100%
Puntaje		472	256	732
PROMEDIO				24

Figura 3*Cuestionario sobre la infoxicación digital***Interpretación**

Los resultados que se obtuvieron en la tabla 5 y figura 3, se puede apreciar, que el 79 % del total de 30 estudiantes encuestados, desconocieron de la infoxicación digital, resultados que se tuvo luego de haber procesado las respuestas de los 20 ítems del cuestionario planteado, asimismo, el 21 % de estudiantes consultados mediante el cuestionario muestran un grado de conocimiento sobre la implicancia de la infoxicación digital que se presenta en las redes digitales en estos últimos tiempos en jóvenes estudiantes, en resumen, se puede deducir que del total de estudiantes encuestados, un poco más de la mayoría, desconocen sobre la infoxicación digital específicamente en las dimensiones de Hiperconexión, consumo y causas de la infoxicación en los estudiantes del 4 año de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, acción que nos permitió tener información sobre el grado de referencia sobre el nivel de conocimiento que tiene los estudiantes sobre la infoxicación digital, luego de haber conocido los resultados, se tomó en consideración esta información, para implementar acciones de mejora y revertir la situación inicial de los estudiantes sobre el fenómeno de estudio.

BAREMO

Tabla **7**
Infoxicación digital en los estudiantes del 4° año de la E.P de Ciencias de la Comunicación Social

Infoxicación digital	Puntaje
Baja	20-27
Media	28-35
Alta	36-42

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

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

$V = 3$

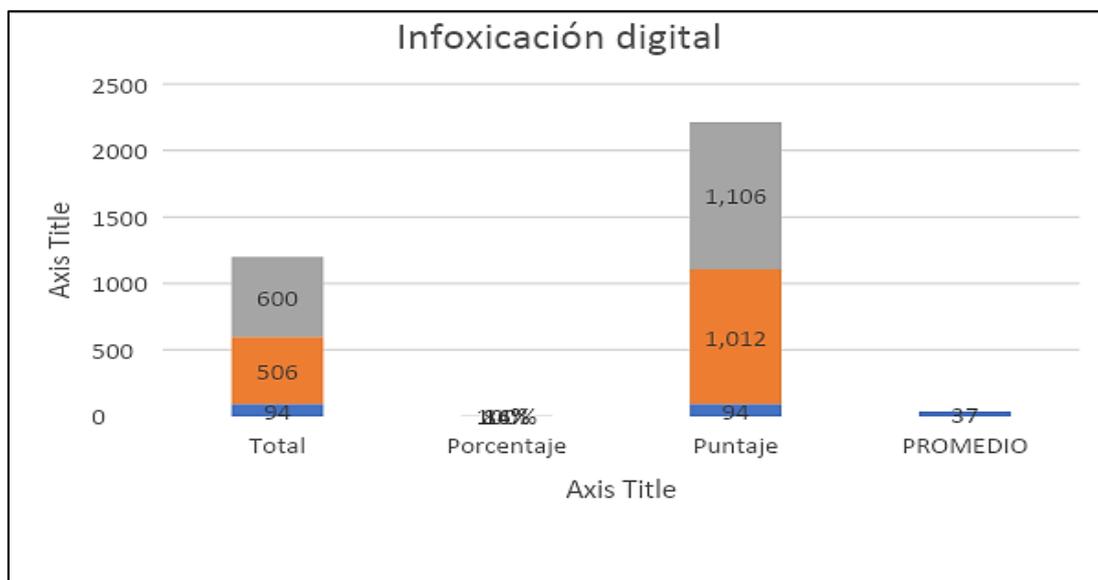
Luego de haber aplicado el primer cuestionario a los estudiantes del 4° año, se pudo registrar en la ponderación un promedio de 24, según estos datos encontrados y el Baremo establecido, se aborda que los estudiantes encuestados no tienen mucha información sobre la infoxicación digital que se presentan en las redes sociales.

Tabla **8**
La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023

Segundo cuestionario

N°	Ítem	No (0)	Si (1)	Total
Hiperconexión				
1	¿Qué significa alfabetización mediática?	7	23	30
2	¿Qué es desinformación?	8	22	30
3	¿Cuál de las siguientes no es una forma de medios de comunicación?	5	25	30
4	¿Por qué es importante la alfabetización mediática en la sociedad actual?	3	27	30
5	¿Cuál de las siguientes estrategias es útil para evaluar la credibilidad de una fuente de información en línea?	2	28	30
6	¿Cuál de las siguientes afirmaciones es cierta sobre el sesgo mediático?	4	26	30
7	¿Cuál de las siguientes habilidades no es un componente importante de la alfabetización mediática?	5	25	30
Consumo				
8	¿Cuál es un ejemplo de un medio de comunicación tradicional?	8	22	30
9	¿Qué significa el término fake news en el contexto de la alfabetización mediática contemporánea?	7	23	30
10	¿Cuál es uno de los principales objetivos de la alfabetización mediática?	4	26	30
11	¿Cuál es uno de los posibles impactos negativos de la Hiperconexión en la sociedad?	5	25	30
12	¿Cuál de estos medios ha contribuido significativamente a la hiperconexión en los últimos años?	6	24	30
13	¿Qué estrategia puede ayudar a combatir la infoxicación?	3	27	30
14	¿Cuál de los siguientes no es un síntoma común de la infoxicación?	4	26	30
Causas de la infoxicación				
15	¿Qué papel juega la sobrecarga de información en la infoxicación?	5	25	30
16	¿Cuál es el factor clave que puede agravar la infoxicación?	6	24	30
17	¿Cuál es una de las principales causas de la infoxicación?	3	27	30
18	¿Qué papel juegan las redes sociales en la infoxicación digital?	4	26	30
19	¿Qué contribuye a la infoxicación en la era digital?	2	28	30
20	¿Qué estrategia puede ayudar a los estudiantes a gestionar mejor la infoxicación digital?	3	27	30
Total		94	506	600
Porcentaje		16%	84 %	100 %
Puntaje		94	1,012	1,106
PROMEDIO		37		

Figura 4
Cuestionario sobre la infoxicación digital



Interpretación

Los resultados que se obtuvieron encontraron en la tabla N° 07 y figura N°04 tal como se aprecia y deduce, que el 16 % del total de 30 estudiantes consultados, desconocieron sobre la infoxicación digital, resultados que se tiene luego de haber procesado las respuestas de los 20 ítems del cuestionario planteado, asimismo, el 84 % de estudiantes consultados mediante el cuestionario mostraron un grado de conocimiento sobre la implicancia de la infoxicación digital que se presenta en las redes digitales en estos últimos tiempos en jóvenes estudiantes del 4 año de Ciencias de la Comunicación Social, en resumen se puede deducir que del total de estudiantes encuestados un poco más de la mayoría, lograron conocer y entender sobre la infoxicación digital y sus implicancias que pueden generar a los jóvenes estudiantes, específicamente en las dimensiones de Hiperconexión, consumo y causas de la infoxicación en los estudiantes del 4 año de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, acción que nos permitió tener información sobre el grado de referencia sobre el nivel de conocimiento que tiene los estudiantes sobre la infoxicación digital, luego de conocer estos resultados deducimos que fueron producto de las acciones y actividades de talleres de socialización en los jóvenes estudiantes sobre el fenómeno de estudio.

BAREMO**Tabla****9***Percepción del periodismo sensacionalista que se da en redes sociales*

Infoxicación digital	Puntaje
Baja	20-27
Media	28-35
Alta	36-42

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

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

Luego de haber aplicado el cuestionario de salida a los estudiantes del 4° año, se pudo registrar en la ponderación un promedio de 37, según estos datos encontrados y el Baremo establecido, se aborda que los estudiantes encuestados tienen mucha información sobre la infoxicación digital que se presentan en las redes sociales.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

El trabajo que se desarrolló tuvo como objetivo determinar de qué manera la alfabetización mediática influye ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023, en las redes sociales. De la información extraída luego de procesar la información del trabajo de investigación, se puede concluir y deducir que sí existe influencia de la alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023. Abordando la hipótesis establecida en el estudio, ya que los objetos de estudios sujetos a evaluación en sus dos etapas, una en la prueba de entrada, que arrojaron resultados que no registraron conocimiento de la infoxicación digital en las redes sociales y que luego a ello se aplicó un conjunto de actividades de talleres para conocer sobre la comunicación digital y su influencia en la infoxicación digital que se presentan en las redes sociales. Posterior a la realización de las exposiciones sobre la infoxicación digital en la ejecución de los 8 talleres para conocer La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023, se pudo evidenciar una mejora, posterior a la evaluación, se pudo tener un resultado de un 84 % altamente significativa, por otro lado, un 16 % no alcanzaron el conocimiento sobre la infoxicación digital en las redes sociales.

En tal razón, se debe destacar que los trabajos de investigación que sirvieron de antecedentes para el trabajo demuestran que algunos grupos de estudio demostraron un crecimiento en el conocimiento y entendimiento de la infoxicación digital en las redes sociales. La ejecución de talleres de fortalecimiento de capacidades a los estudiantes nos permitió contrastar nuestra hipótesis inicial en forma positiva y aceptación de nuestra hipótesis.

Al finalizar el trabajo de investigación para alcanzar los objetivos propuestos, se utilizó el método deductivo, que son propios del método científico, y que tiene como referencia a la observación del fenómeno de estudio y luego la experimentación, el primer proceso ayudo a conocer y tener un panorama sobre el fenómeno y el

problema de estudio, por otro lado la experimentación cuando se aplicó a la variable independiente para el conocimiento de la alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023, y luego ser medido en la segunda variable dependiente, gracias al trabajo de tipo de investigación aplicada, ya que el problema enfocado desde una forma de solucionar los problemas de forma práctica, después de haber empleado un evaluación por los resultados obtenidos, por medio del cuestionario que fue validado en su momento por expertos y utilizado en los estudiantes, se concluye, que si influye en la alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023. su objetivo general es determinar de qué manera la alfabetización mediática influye en la infoxicación de los jóvenes estudiantes.

CONCLUSIONES

En este trabajo de tesis se determinó de qué manera la alfabetización mediática influye ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023, Luego de haber realizado el análisis y posterior la discusión de los resultados en trabajo de investigación, se procedió a realizar las reflexiones, donde se exponen, para tener mayor conocimiento y claridad sobre los objetivo e hipótesis planteadas, en primero orden sobre la metodología empleada en todo el trabajo, también sobre las referencias teóricas en las que alinee nuestro estudio de investigación. Por otro lado al contexto temporal y espacial de fenómeno de estudio.

En el estudio realizado se pudo identificar que, si existe un nivel alto de influencia de la infoxicación digital en los estudiantes del 4 año de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, lo que señala puntualmente que existe la falta de conocimiento sobre el tema y el uso no adecuado de la obtención de la información de los medios de comunicación y las redes sociales.

Al concluir el trabajo de investigación se llegó a determinar de qué manera la alfabetización mediática influye en la infoxicación de los estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023, después de aplicar la prueba de salida de acuerdo a los resultados obtenidos del total de 30 de estudiantes encuestados, el 84 % de estudiantes se encuentran en grado de nivel altamente significativa, por otro lado se pudo apreciar que todavía hay un 16 % del total de encuestados, que les faltó identificar y conocer sobre la infoxicación digital y los efectos que puede ocasionar en los jóvenes estudiantes. Los resultados al cual se abordaron se detallan a continuación:

PRIMERO:

En la primera dimensión de esta tesis, se analizó el nivel de consumo de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023. Después de haber seguido una trayectoria en las distintas fases de la alfabetización mediática se pudo observar el proceso evolutivo en la adquisición de competencias mediáticas. Además, se detectó la falta de conocimiento e información sobre el concepto de la alfabetización mediática, aspectos técnicos, teóricos sobre las destrezas

y habilidades que se requieren, y sobre la necesidad de ampliar el conocimiento desde el aspecto educativos de nivel superior y también a nivel familiar se debe tener en consideración en el manejo de programas educativos sin llegar a cometer excesos en su uso.

SEGUNDO:

En la segunda dimensión de este trabajo de tesis se determinó cuáles son las causas de la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023, Se concluye que el trabajo de investigación realizada tuvo la intención de ayudar a comprender y ampliar los conocimientos sobre las implicancias que tiene la alfabetización mediática ante la infoxicación digital que existe en redes sociales y sus implicancias que tiene en los jóvenes estudiantes de educación superior.

TERCERO

Finalmente, en la tercera dimensión del trabajo de tesis se logró explicar cómo la alfabetización mediática mitiga la creación de contenido basura y el exceso de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023. Los estudiantes del 4 año de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social no asumen en forma consciente de sus propias carencias a obtener nuevos conocimientos, creen tener grandes habilidades en el manejo de las tecnologías, tener competencias para discernir los contenidos y el exceso de información, cosa que en el estudio realizado demuestra todo lo contrario, el desconocimiento sobre la infoxicación digital podría generarle daños perjudiciales a la salud y a su estado emocional.

RECOMENDACIONES

El estudio realizado permitió estructurar cambios significativos en los estudiantes del 4° año de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL. Estas modificaciones en cuanto a su manera de conocer la Alfabetización mediática se generaron como producto de las charlas realizadas en coordinación con los docentes responsables del área. En consecuencia, En base a los resultados encontrados en nuestro trabajo de tesis. Se recomienda:

Primero: A los docentes de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación apertura estrategias para abordar temas relacionados donde cada uno de los estudiantes, conozcan sobre la comunicación digital y sus consecuencias negativas que tiene sobre los estudiantes de nivel superior, promoviendo talleres o reuniones con tema sobre la infoxicación digital y el exceso de información que tiene los estuantes, con la finalidad de reducir los índices de estudiantes jóvenes tienen sobre exceso de información en los medios y redes sociales.

Segundo: A los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, abordar temas en sus trabajos de investigación y publicación de reportajes, documentales y podcast con temas sobre el consumo excesivo de información en las redes sociales, se debe promover mediante las diferentes áreas de la Carrera Profesional, el desarrollo de una cultura del buen manejo de la información en los medios y las redes sociales o por medio de proyectos de sensibilización para el buen uso de la información.

Tercero: Dialogar a nivel familiar en forma permanente sobre los efectos negativos que genera en los adolescentes y niños el consumo innecesario de la información de las redes sociales. Asimismo, enseñar a los jóvenes estudiantes códigos de ética, para el buen uso de los medios de comunicación y de la información que se brindan sobre el manejo de la información y dar a conocer a los ciudadanos sobre la infoxicación digital.

REFERENCIAS

- Andrea, V. B. (2016). Alfabetización mediática y aprendizaje. *Alfabetización mediática y aprendizaje*. Universidad Nacional de Costa Rica, Costa Rica, Costa Rica. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1941/194156028008/html/>
- Carolyn, W. (2011). *Alfabetización mediática e informacional*. Ministerio de Educacional, Lima, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12799/4586>
- Chávez, M. F. (2020). *Infoxicación digital en tiempos de covid-19 en el distrito de Tumbes*. Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes, Perú.
- Cornella, A. (2000). *Como sobrevivir a la infoxicación*. Academia Educacional, Lima, Perú.
- Criollo, D. R. (2021). *Circulación de información relacionada con la salud en Colombia: el caso de la infodemia en redes sociales, en la pandemia por COVID 19*. Universidad nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.
- Gerardo, K. P. (2020). *Alfabetización audiovisual y mediática*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Heredia, N. M. (2020). *Influencia de la adicción a internet en el bienestar personal de los estudiantes universitarios*. Universidad de Granada, Granada España, España.
- Huaman, H. L. (2020). *Gestión de calidad y alfabetización mediática en una escuela estatal de educación inicial, UGEL 02- Lima metropolitana, 2019*. Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Mamani, B. S. (2022). *Infodemia y estrés en el contexto COVID 19 en estudiantes de la Facultad de Enfermería, UNSA, Arequipa, 2021*. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa-, Perú.

- Mateus Borea, J. C. (2019). *Educación mediática en la formación docente en el Perú*. Universidad Pompeu Fabra, Barcelona.
- Ostojin, K. (2021). *Ciudadanía digital en los tiempos de infodemia*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Rojas, L. S. (2021). *Análisis de la infodemia del discurso político de un candidato presidencial*. Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Tipo Mamani, M., & Ramos Machaca Claudia Estefany. (s.f.). *Preocupación y percepción del miedo ante la Infodemia en el contexto de la COVID 19 en los pobladores de Puno, 2021*. Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- Tobías, S. P. (2022). *La alfabetización mediática en la Unión europea: Evaluación del proyecto de formación del profesorado*. Universidad en Comunicación Huelva España 2022, España.
- Tornero, M. (2017). *Orígenes de la alfabetización mediática y fundamentos teóricos en Len Masterman*. Universidad de Sevilla, Sevilla, España.

ANEXOS

ANEXO 01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

LA ALFABETIZACION MEDIATICA ANTE LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4° AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 2023

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE DE ESTUDIO	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	DISEÑO
PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera la alfabetización mediática influye ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023?	OBJETIVO GENERAL Determinar de qué manera la alfabetización mediática influye ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023	HIPÓTESIS GENERAL La alfabetización mediática influye de manera positiva ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.	VI= La alfabetización mediática		8 talleres de fortalecimiento de capacidades a los estudiantes del 4° año de la E.P. Ciencias de la comunicación Social	•Técnica Encuesta •Instrumento Cuestionario	Esquema: Experimental Variante: Preexperimental
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS		Hiperconexión	Simultaneidad. Uso de internet. Explosión informativa.		
P.E.1 ¿Cuál es el nivel de consumo de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023?	O.E.1. Analizar el nivel de consumo de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.	Hi 1: El nivel de consumo de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023 es alto.		Consumo	Información política. Información científica. Noticias.		
P.E.2 ¿Cuáles son las causas de la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023?	O.E.2. Determinar cuáles son las causas de la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023	Hi 2: El exceso de información disponible es una de las causas de la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.	VD=	Causas de la infoxicación	Creación constante de contenido. Cultura informacional		
P.E.3 ¿Cómo la alfabetización mediática mitiga la creación de contenido basura y el exceso de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023?	O.E.3. Explicar cómo la alfabetización mediática mitiga la creación de contenido basura y el exceso de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.	H.E.3: La alfabetización mediática mitiga la creación de contenido basura y el exceso de información de los estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.	Infoxicación digital		Aumento exponencial de canales de recepción de información.		

ANEXO 02 CONSENTIMIENTO INFORMADO



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 de un cuestionario para un estudio sobre **La Alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023**, realizado por los investigadores: Rodolfo Dean Arias Quintana, Yeseli Yadira Chuco Porras y Oriana Nicole Ronquillo Martínez, candidatos a la obtención del título Profesional de licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Me ha informado:

- Acerca del objetivo de la investigación, que es: Determinar de qué manera la alfabetización mediática influye en la infoxicación de los estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023
- Que la información obtenida será trabajada con fines de investigación, manteniendo siempre mi anonimato.
- Que 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 ciudad de Huánuco, a los días del mes de del año



HUELLA
DIGITAL

Firma del participante
DNI:

ANEXO 03 INSTRUMENTOS



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



INSTRUCCIONES: Estimado estudiante, el objetivo de este instrumento es conocer *La Alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023*. Por esa razón se le sugiere contestar con toda la seriedad y veracidad posible. Sus apreciaciones serán completamente confidenciales. Para contestar cada ítem marque con una (x) solo una alternativa, donde usted cree está su opinión o respuesta.

D1: Hiperconexión

1.-¿Qué significa alfabetización mediática?

- a.-Aprender a escribir y leer en un idioma extranjero
- b.-Comprender y utilizar los medios de comunicación de manera crítica y consciente
- c.-Aprender a programar software
- d.-Aprender a manejar la computadora

2.-¿Qué es desinformación?

- a.-Información falsa o engañosa que se difunde intencionalmente
- b.-Información precisa y confiable
- c.-Información que no es importante
- d.-Información noticiosa

3.-¿Cuál de las siguientes no es una forma de medios de comunicación?

- a.-Televisión
- b.-Redes sociales
- c.-Pintura al óleo
- d.-La radio

4.- ¿Por qué es importante la alfabetización mediática en la sociedad actual?

- a.-Porque ayuda a promover la desinformación
- b.-Porque permite a las personas tomar decisiones informadas y críticas
- c.-Porque sólo es relevante para los periodistas
- d.-Porque nos permite estar más ligados a las tecnologías

5.- ¿Cuál de las siguientes estrategias es útil para evaluar la credibilidad de una fuente de información en línea?

- a.-Crear todo lo que se encuentra en internet
- b.-Compartir inmediatamente la información con amigos y familiares
- c.-Verificar la fuente y buscar evidencia adicional

6.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es cierta sobre el sesgo mediático?

- a.-El sesgo mediático no afecta a la sociedad
- b.-Los medios de comunicación pueden mostrar conscientes o inconscientes
- c.-Los medios de comunicación son siempre imparciales
- d.- Los medios de comunicación mayormente son parciales

7.- ¿Cuál de las siguientes habilidades no es un componente importante de la alfabetización mediática?

- a.- Interpretar y analizar mensajes mediáticos
- b.- Crear contenido viral en redes sociales
- c.- Identificar sesgos y manipulación en los medios
- d.- Utilizar herramientas tecnológicas de manera responsable

D2: Consumo

8.- ¿Cuál es un ejemplo de un medio de comunicación tradicional?

- a.- Redes sociales
- b.- Sitios web de noticias en línea
- c.- Periódico impreso
- d.- aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp

9.- ¿Qué significa el término “fake news” en el contexto de la alfabetización mediática contemporánea?

- a.- Noticias veraces y confiables
- b.- Noticias producidas por medios tradicionales
- c.- Noticias falsas o engañosas que se difunden en línea
- d.- Noticias relacionadas con la política internacional

10.- ¿Cuál es uno de los principales objetivos de la alfabetización mediática?

- a.- Promover el analfabetismo digital
- b.- Fomentar el consumo pasivo de medios
- c.- Capacitar a las personas para analizar y comprender los medios de comunicación
- d.- Restringir el acceso a la información en línea

11.- ¿Cuál es uno de los posibles impactos negativos de la hiperconexión en la sociedad?

- a.- Mayor eficiencia en la comunicación
- b.- Mayor acceso a información y recursos globales
- c.- Aislamiento social y adicción a las pantallas
- d.- Mayor colaboración en proyectos globales

12.- ¿Cuál de estos medios ha contribuido significativamente a la hiperconexión en los últimos años?

- a.- La máquina de escribir
- b.- El teléfono fijo
- c.- Las redes sociales
- d.- El fax

13.- ¿Qué estrategia puede ayudar a combatir la infoxicación?

- a.- Consumir información de una sola fuente confiable
- b.- Ignorar por completo la información por línea
- c.- Desarrollar habilidades de evaluación crítica de la información
- d.- Evitar la actualización constante del conocimiento

14.- ¿Cuál de los siguientes no es un síntoma común de la infoxicación?

- a.- Sensación de confusión y ansiedad
- b.- Toma de decisiones informadas y precisas
- c.- Pérdida de tiempo en la búsqueda de la información
- d.- Agotamiento mental debido a la sobreposición a la información

D3: Causas de la Infoxicación

15.- ¿Qué papel juega la sobrecarga de información en la infoxicación?

- a.-Facilita la toma de decisiones informadas
- b.-Contribuye a una mejor comprensión de los temas
- c.-Puede afrontar y dificultar la toma de decisiones
- d.-Aumenta la credibilidad de la información disponible

16.- ¿Cuál es el factor clave que puede agravar la infoxicación?

- a.-Desarrollo de habilidades de la alfabetización mediática
- b.-Selección cuidadosa de fuentes de información confiables
- c.-Búsqueda activa de información en lugar de pasiva
- d.-Dependencia excesiva de las redes sociales y los titulares sensacionalistas

17.- ¿Cuál es una de las principales causas de la infoxicación?

- a.-Falta de acceso a internet
- b.-Exceso de información disponible
- c.-Limitada capacidad de procesamiento cognitivo
- d.-Falta de dispositivos electrónicos

18.- ¿Qué papel juegan las redes sociales en la infoxicación digital?

- a.-Las redes sociales pueden contribuir a la propagación de información errónea y noticias falsas.
- b.-Las redes sociales suelen proporcionar información confiable y verificada.
- c.-Las redes sociales solo se utilizan para fines personales y no están relacionadas con la infoxicación

19.- ¿Qué contribuye a la infoxicación en la era digital?

- a.-Limitad información de fuentes de información
- b.-Desarrollo insuficiente de tecnología de búsqueda
- c.-Uso responsable de las redes sociales
- d.-Abundancia de plataformas en medios digitales

20.- ¿Qué estrategia puede ayudar a los estudiantes a gestionar mejor la infoxicación digital?

- a.-Leer todo lo que encuentren en línea.
- b.-Establecer límites de tiempo para el uso de dispositivos.
- c.-Compartir información sin verificar en las redes sociales.
- d.-Utilizar herramientas de búsqueda avanzada para filtrar información.

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

SEPTIEMBRE- 2023

TALLER DE FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES SOBRE INFOXICACIÓN DIGITAL

I. DATOS INFORMATIVOS:

1.1. Nombre del taller

La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023

1.2. Fechas de ejecución:

Miércoles-viernes

1.3. Duración:

8 charlas de fortalecimiento de capacidades sobre infoxicación digital

1.4. Horario:

1 hora, los días miércoles y viernes

Miércoles 5:00 pm y viernes 7:00 pm

1.5. Periodo

04 de octubre – 27 de octubre

1.6. Público Objetivo

Público en general: Jóvenes y Adultos.

1.7. Nombres de los bachilleres:

Arias Quintana Rodolfo Dean

Chuco Porras Yeseli Yadira

Ronquillo Martínez Oriana Nicole

1.8. Asesor:

Dra. Orbegoso Fernández Fanny Lourdes

II. REFERENCIA

La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023

III. OBJETIVOS

3.1. Objetivos General:

Determinar de qué manera la alfabetización mediática influye ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023

3.2. Objetivos Específicos:

O. E.1. Analizar el nivel de consumo de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.

O. E.2. Determinar cuáles son las causas de la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023

O. E.3. Explicar cómo la alfabetización mediática mitiga la creación de contenido basura y el exceso de información en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.

IV. METAS

Realizar el 100 % de las sesiones (talleres programados) sobre la alfabetización mediática, empoderando a los estudiantes para que se conviertan en consumidores de información más críticos, responsables y conscientes en el mundo digital, reduciendo así los efectos negativos de la infoxicación digital y promoviendo un uso más saludable y constructivo de la tecnología.

V. PÚBLICO OBJETIVO

Estudiantes del 4° año de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social

VI. JUSTIFICACIÓN

La justificación para la implementación de estos talleres radica en la necesidad de equipar a las personas con habilidades y conocimientos necesarios para afrontar los desafíos y riesgos asociados con el exceso de información en el mundo digital, promoviendo un uso más crítico, responsable y reflexivo de los medios digitales.

VII. ESTRUCTURA

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

Secuencia de contenidos

1 ¿Qué es la infoxicación?

2 ¿Por qué nos intoxicamos digitalmente?

3. Formas de evitar la infoxicación digital

4. Origen de la infoxicación digital
5. Perjuicios que genera la infoxicación digital
6. Causas y consecuencias de la infoxicación digital
7. Fake news y desinformación
8. Ética en la información digital

VIII. MATERIALES, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

7.1 Recursos Materiales:

- ✓ USB, CD, Papel bond, Impresiones, lapiceros, huellero y folders.

7.2. Recursos Técnicos:

- ✓ Laptop, computadora, internet, celulares y cámara.



**ANEXO 04
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
VALIDACIÓN POR JUECES EXPERTOS**

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


UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

Título: “La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4 año de Comunicación Social UNHEVAL 2023”
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”

V	DIMENSIÓN	ÍTEMES	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Infoxica- ción digital	Hiperconexión	¿Qué significa alfabetización mediática?				
		¿Qué es desinformación?				
		¿Cuál de las siguientes no es una forma de medios de comunicación?				
		¿Por qué es importante la alfabetización mediática en la sociedad actual?				
		¿Cuál de las siguientes estrategias es útil para evaluar la credibilidad de una fuente de información en línea?				
		¿Cuál de las siguientes afirmaciones es cierta sobre el sesgo mediático?				
	Consumo	¿Cuál de las siguientes habilidades no es un componente importante de la alfabetización mediática?				
		¿Cuál es un ejemplo de un medio de comunicación tradicional?				
		¿Qué significa el término fake news en el contexto de la alfabetización mediática contemporánea?				
		¿Cuál es uno de los principales objetivos de la alfabetización mediática?				
		¿Cuál es uno de los posibles impactos negativos de la hiperconexión en la sociedad?				
		¿Cuál de estos medios ha contribuido significativamente a la hiperconexión en los últimos años?				
	Causas de la infoxicación	¿Qué estrategia puede ayudar a combatir la infoxicación?				
		¿Cuál de los siguientes no es un síntoma común de la infoxicación?				
		¿Qué papel juega la sobrecarga de información en la infoxicación?				
		¿Cuál es el factor clave que puede agravar la infoxicación?				
		¿Cuál es una de las principales causas de la infoxicación?				
		¿Qué papel juegan las redes sociales en la infoxicación digital?				
	¿Qué contribuye a la infoxicación en la era digital?					
	¿Qué estrategia puede ayudar a los estudiantes a gestionar mejor la infoxicación digital?					

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? _____

DECISIÓN DEL EXPERTO: El instrumento debe ser aplicado: SÍ () NO ()

Firma y sello del experto



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Título: “La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4 año de Comunicación Social UNHEVAL2023”

Nombre del experto: Jhon Paul Trujillo Valer Especialidad: Magister en Salud Pública y Gestión Sanitaria Grado Académico: Magister

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

V	DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
I n f o r m a c i ó n	Hiperconexión	¿Qué significa alfabetización mediática?	4	4	4	4
		¿Qué es desinformación?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes no es una forma de medios de comunicación?	4	4	4	4
		¿Por qué es importante la alfabetización mediática en la sociedad actual?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes estrategias es útil para evaluar la credibilidad de una fuente de información en línea?	4	4	4	4
	Consumo	¿Cuál de las siguientes afirmaciones es cierta sobre el sesgo mediático?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes habilidades no es un componente importante de la alfabetización mediática?	4	4	4	4
		¿Cuál es un ejemplo de un medio de comunicación tradicional?	4	4	4	4
		¿Qué significa el término fake news en el contexto de la alfabetización mediática contemporánea?	4	4	4	4
		¿Cuál es uno de los principales objetivos de la alfabetización mediática?	4	4	4	4
g i t a l	Causas de la infoxicación	¿Cuál es uno de los posibles impactos negativos de la Hiperconexión en la sociedad?	4	4	4	4
		¿Cuál es una tecnología que ha contribuido significativamente a la Hiperconexión en los últimos años?	4	4	4	4
		¿Qué estrategia puede ayudar a combatir la infoxicación?	4	4	4	4
		¿Cuál de los siguientes no es un síntoma común de la infoxicación?	4	4	4	4
		¿Qué papel juega la sobrecarga de información en la infoxicación?	4	4	4	4
		¿Cuál es el factor clave que puede agravar la infoxicación?	4	4	4	4
		¿Cuál es una de las principales causas de la infoxicación?	4	4	4	4
¿Qué es la infoxicación política?	4	4	4	4		
¿Qué contribuye a la infoxicación en la era digital?	4	4	4	4		
¿Cuál es una de las principales causas de la infoxicación?	4	4	4	4		

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO (x) En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta?

DECISIÓN DEL EXPERTO: El instrumento debe ser aplicado: SÍ (x) NO ()

Firma y sello del experto
 43503859



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Título: "La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4 año de Comunicación Social UNHEVAL2023"

Nombre del experto: *Maricela Dany Asca Martínez* Especialidad: *Psicología y Negocios*

Grado Académico: *Maestro*

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

V	DIMENSIÓN	ÍTEMS	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
I n f o r m a c i ó n d i g i t a l	Hiperconexión	¿Qué significa alfabetización mediática?	4	4	4	4
		¿Qué es desinformación?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes no es una forma de medios de comunicación?	4	4	4	4
		¿Por qué es importante la alfabetización mediática en la sociedad actual?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes estrategias es útil para evaluar la credibilidad de una fuente de información en línea?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes afirmaciones es cierta sobre el sesgo mediático?	4	4	4	4
	Consumo	¿Cuál de las siguientes habilidades no es un componente importante de la alfabetización mediática?	4	4	4	4
		¿Cuál es un ejemplo de un medio de comunicación tradicional?	4	4	4	4
		¿Qué significa el término fake news en el contexto de la alfabetización mediática contemporánea?	4	4	4	4
		¿Cuál es uno de los principales objetivos de la alfabetización mediática?	4	4	4	4
		¿Cuál es uno de los posibles impactos negativos de la Hiperconexión en la sociedad?	4	4	4	4
		¿Cuál es una tecnología que ha contribuido significativamente a la Hiperconexión en los últimos años?	4	4	4	4
	Causas de la infoxicación	¿Qué estrategia puede ayudar a combatir la infoxicación?	4	4	4	4
		¿Cuál de los siguientes no es un síntoma común de la infoxicación?	4	4	4	4
¿Qué papel juega la sobrecarga de información en la infoxicación?		4	4	4	4	
¿Cuál es el factor clave que puede agravar la infoxicación?		4	4	4	4	
¿Cuál es una de las principales causas de la infoxicación?		4	4	4	4	
¿Qué es la infoxicación política?		4	4	4	4	
		¿Qué contribuye a la infoxicación en la era digital?	4	4	4	4
		¿Cuál es una de las principales causas de la infoxicación?	4	4	4	4
			4	4	4	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO (x) En caso de Si, ¿Qué dimensión o ítem falta?

DECISIÓN DEL EXPERTO: El instrumento debe ser aplicado: SI (x) NO ()

Maricela Dany Asca Martínez
Firma y sello del experto
44235198



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Título: “La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4 año de Comunicación Social UNHEVAL2023”

Nombre del experto: **JHONEL ROSALES CORDOVA** Especialidad: **Ca. COMUNICACION S.** Grado Académico: **MAGISTER.**

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

V	DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
I n f o x i c a c i ó n d i g i t a l	Hiperconexión	¿Qué significa alfabetización mediática?	4	4	4	4
		¿Qué es desinformación?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes no es una forma de medios de comunicación?	4	4	4	4
		¿Por qué es importante la alfabetización mediática en la sociedad actual?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes estrategias es útil para evaluar la credibilidad de una fuente de información en línea?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes afirmaciones es cierta sobre el sesgo mediático?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes habilidades no es un componente importante de la alfabetización mediática?	4	4	4	4
	Consumo	¿Cuál es un ejemplo de un medio de comunicación tradicional?	4	4	4	4
		¿Qué significa el término fake news en el contexto de la alfabetización mediática contemporánea?	4	4	4	4
		¿Cuál es uno de los principales objetivos de la alfabetización mediática?	4	4	4	4
		¿Cuál es uno de los posibles impactos negativos de la Hiperconexión en la sociedad?	4	4	4	4
		¿Cuál es una tecnología que ha contribuido significativamente a la Hiperconexión en los últimos años?	4	4	4	4
		¿Qué estrategia puede ayudar a combatir la infoxicación?	4	4	4	4
		¿Cuál de los siguientes no es un síntoma común de la infoxicación?	4	4	4	4
Causas de la infoxicación	¿Qué papel juega la sobrecarga de información en la infoxicación?	4	4	4	4	
	¿Cuál es el factor clave que puede agravar la infoxicación?	4	4	4	4	
	¿Cuál es una de las principales causas de la infoxicación?	4	4	4	4	
	¿Qué es la infoxicación política?	4	4	4	4	
	¿Qué contribuye a la infoxicación en la era digital?	4	4	4	4	
		¿Cuál es una de las principales causas de la infoxicación?	4	4	4	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO (X) En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? _____

DECISIÓN DEL EXPERTO: El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ()


 Firma y sello del experto
 224 977 47 -



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Título: "La alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4 año de Comunicación Social UNHEVAL2023"

Nombre del experto: *Himber Jauyon Acuña Céspedes* Especialidad: *Línea de la Comunicación Social* Grado Académico: *Maestro*

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

V	DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
I n f o x i c a c i ó n d i g i t a l	Hiperconexión	¿Qué significa alfabetización mediática?	4	4	4	4
		¿Qué es desinformación?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes no es una forma de medios de comunicación?	4	4	4	4
		¿Por qué es importante la alfabetización mediática en la sociedad actual?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes estrategias es útil para evaluar la credibilidad de una fuente de información en línea?	4	4	4	4
		¿Cuál de las siguientes afirmaciones es cierta sobre el sesgo mediático?	4	4	4	4
	Consumo	¿Cuál de las siguientes habilidades no es un componente importante de la alfabetización mediática?	4	4	4	4
		¿Cuál es un ejemplo de un medio de comunicación tradicional?	4	4	4	4
		¿Qué significa el término fake news en el contexto de la alfabetización mediática contemporánea?	4	4	4	4
		¿Cuál es uno de los principales objetivos de la alfabetización mediática?	4	4	4	4
		¿Cuál es uno de los posibles impactos negativos de la Hiperconexión en la sociedad?	4	4	4	4
		¿Cuál es una tecnología que ha contribuido significativamente a la Hiperconexión en los últimos años?	4	4	4	4
	Causas de la infoxicación	¿Qué estrategia puede ayudar a combatir la infoxicación?	4	4	4	4
		¿Cuál de los siguientes no es un síntoma común de la infoxicación?	4	4	4	4
¿Qué papel juega la sobrecarga de información en la infoxicación?		4	4	4	4	
¿Cuál es el factor clave que puede agravar la infoxicación?		4	4	4	4	
¿Cuál es una de las principales causas de la infoxicación?		4	4	4	4	
¿Qué es la infoxicación política?		4	4	4	4	
		¿Qué contribuye a la infoxicación en la era digital?	4	4	4	4
		¿Cuál es una de las principales causas de la infoxicación?	4	4	4	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO (X) En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? _____

DECISIÓN DEL EXPERTO: El instrumento debe ser aplicado: SÍ (X) NO ()


Firma y sello del experto
42016155

ANEXO 05
DOCUMENTO DE AUTORIZACIÓN

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

SEÑOR DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES.

Yeseli Yadira Chuco Porras, identificada con D.N.I. N° 72506873, 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 la URBANIZACIÓN SANTA SERAFINA MZ. B LT.02 - HUÁNUCO; ante Usted con el debido respeto me presento y digo:

Que, habiendo considerado aplicar el cuestionario del proyecto de investigación “la alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.”, Solicito permiso para aplicar el cuestionario del proyecto de investigación en lo estudiantes del VIII Ciclo II semestre del 4 año de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

POR LO TANTO;

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

Cayhuayna, 25 de agosto de 2023

Yeseli Yadira Chuco Porras
Bachiller

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

SEÑOR DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES.

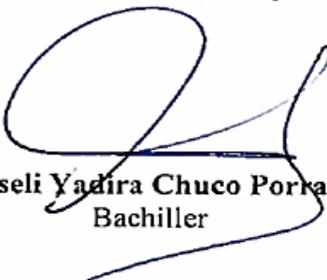
Yeseli Yadira Chuco Porras, identificado con D.N.I. N° 72506873, ex alumna de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL con domicilio real y procesal, en la URBANIZACIÓN SANTA SERAFINA MZ.B LT.02 - HUÁNUCO; ante Usted con el debido respeto me presento y digo:

Que, habiendo considerado aplicar el cuestionario del proyecto de investigación "la alfabetización mediática ante la infoxicación digital en estudiantes del 4° año de Comunicación Social UNHEVAL 2023.", Solicito permiso para aplicar el cuestionario del proyecto de investigación en lo estudiantes del VIII Ciclo II semestre del 4 año de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

POR LO TANTO;

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

Cayhuayna, 25 de agosto de 2023


Yeseli Yadira Chuco Porras
Bachiller



ANEXO 06

APLICACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO PARA DETERMINAR EL ALFA DE CRONBACH

BASE DE DATOS																																	
ENCUEST.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23	
2	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	
3	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25	
4	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27	
5	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28	
6	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26	
7	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25	
8	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	
9	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23	
10	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26	
11	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25	
12	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24	
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27
14	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26	
15	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25
16	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
17	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27
18	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	28
20	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27
ESTADÍSTICO																																	
VARIANZA	0.253	0.24	0.17	0.3	0.197	0.2	0.099																									0	

K	8
ΣVi	1.45
Vt	4.27
SECCIÓN	1.143
SECCIÓN	0.661
ABSOLUTO	0.661
α	0.755

ANEXO 07

REGISTRO FOTOGRÁFICO

Registro fotográfico 1

Presentación de los documentos del trabajo de tesis



Registro fotográfico 2

Primeras reuniones de coordinación con los sujetos de la muestra



Registro fotográfico 3

Desarrollo del cuestionario de ingreso

**Registro fotográfico 4**

Comunicación con los sujetos de la muestra



Registro fotográfico 5

Participación en la exposición de temas relacionados a la infoxicación

**Registro fotográfico 6**

Presenta ante los estudiantes del grupo de trabajo



Registro fotográfico 7

Desarrollo del cuestionario de salida

**Registro fotográfico 8**

Participación en la exposición de temas relacionados a la intoxicación



Registro fotográfico 9

Exposición de temas relacionados a la infoxicación

**Registro fotográfico 10**

Desarrollo de los temas



Registro fotográfico 11
Acopiando información



Registro fotográfico 12
Consolidando información



NOTA BIOGRÁFICA



RODOLFO DEAN ARIAS QUINTANA

Nacido el 24 de diciembre de 1998 en la provincia de Tarma y departamento de Junín, Perú. Realizó sus estudios primarios y secundarios en la ciudad de Tarma, posterior a ello se adentró en el mundo de las ciencias sociales logrando iniciar sus estudios universitarios en ciencias de la comunicación social en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán pasado los 5 años de trayectoria como estudiante universitario logrando graduarse satisfactoriamente; el trabajo practico iniciaría en la creación y gestión de contenidos para redes sociales en la empresa automotores de la amazonia (Hyundai), su interés en saber en cómo funciona los sistemas y redes digitales ayudaron a adentrarse y conocer más aportando mejoras comunicacionales en su labor profesional, posterior brindo servicios como asesor de comunicaciones y redes digitales en fondos colectivos Pandero.

En las áreas del conocimiento realizó una investigación grupal titulada “LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA ANTE LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4º AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 2023” logrando satisfactoriamente el grado de licenciado en ciencias de la comunicación.



YESELI YADIRA CHUCO PORRAS

Nació el 22 de julio del 2001 en la provincia de Puerto Inca, departamento de Huánuco, Perú. Realizó sus estudios primarios en la Institución Educativa “Pedro Sánchez Gavidia” de Huánuco y “Cesar Octavio Vergara Tello” de Llata. Posterior a ello, continuó sus estudios secundarios en el Colegio Nacional de Aplicación UNHEVAL de la ciudad de Huánuco. Inició sus estudios superiores en la Escuela Académica Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, graduándose satisfactoriamente tras 5 años de estudio. Su experiencia académica la llevó a interesarse en el área de comunicación para el desarrollo, principalmente en temas de medio ambiente y derechos humanos.

En el área práctica, emprendió el camino de la creación de contenido y manejo de redes sociales. Así mismo, desarrolló labores en el área de imagen institucional y asuntos sociales en entidades estatales y privadas.

En las áreas del conocimiento, realizó una investigación grupal titulada “LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA ANTE LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4º AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 2023” logrando satisfactoriamente el grado de licenciado en ciencias de la comunicación.



ORIANA NICOLE RONQUILLO MARTINEZ

Nacida el 29 de mayo del 2001 en la provincia de Huánuco, departamento de Huánuco, Perú. Realizó sus estudios primarios en la Institución Educativa “Amadeus Mozart” y secundarios en la Institución Educativa “Santa Elizabeth” de la ciudad de Huánuco. Posterior a ello, incursionó en el ámbito de las Ciencias Sociales al comenzar sus estudios universitarios en Comunicación Social en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, tras cinco años de dedicación como estudiante, logró graduarse exitosamente. Toda su trayectoria académica la llevó a interesarse en cursos relevantes sobre periodismo de investigación, explorando temas relacionados con los avances tecnológicos y su influencia en los comunicadores sociales.

En el aspecto práctico, inició administrando redes sociales y creando contenido multimedial para una agencia de turismo, posteriormente se adentró como Imagen Institucional en diversas instituciones públicas.

En las áreas del conocimiento realizó una investigación grupal titulada “LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA ANTE LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4º AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 2023” logrando satisfactoriamente el grado de licenciada en ciencias de la comunicación.



"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"
UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZAN" HUÁNUCO
 LICENCIADA CON RESOLUCION DE CONSEJO DIRECTIVO N° 099-2019-SUNEDU/CD
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DECANATO

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

En la ciudad de Huánuco, distrito de Pillco Marca, el día miércoles 20 de diciembre de 2023 a horas 11.00 a.m. en cumplimiento al Reglamento General de Grados y Títulos, se reunieron de manera presencial en la sala de grados de la Facultad de Ciencias Sociales los miembros integrantes del Jurado examinador de la Sustentación de Tesis colectiva denominada "LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA ANTE LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4° AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 2023", presentado por los bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Rodolfo Dean ARIAS QUINTANA, Oriana Nicole RONQUILLO MARTÍNEZ y Yeseli Yadira CHUCO PORRAS, aprobado con Resolución N°385-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 16 de noviembre de 2023, procediendo a dar inicio el acto de sustentación para obtener el Título Profesional de licenciado (a) en CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, siendo los Miembros del Jurado Calificador los siguientes docentes:

Mg. Victor Javier BERROSPI CASTILLO	PRESIDENTE
Dr. Melchor Guillermo VICENTE MALLQUI	SECRETARIO
Mg. Glizet Teresa DOMINGUEZ MONTALVO	VOCAL
Mg. Frederik Luis Eloy JARA TORREJON	ACCESITARIO

Que, con Resolución Virtual N° 249-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 17 de julio de 2023, se nombró asesor de tesis a la Dra. Fanny Lourdes Orbegoso Fernández de los bachilleres de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social Rodolfo Dean ARIAS QUINTANA, Oriana Nicole RONQUILLO MARTÍNEZ y Yeseli Yadira CHUCO PORRAS.

El acto de sustentación se dio inicio a las 11.00 a.m. del día 20 de diciembre del dos mil veintitrés en base al Reglamento General de Grados y Títulos vigente de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

Se concluyó dicho proceso y en base al Reglamento General de Grados y Títulos, los bachilleres en de Ciencias de la Comunicación Social Rodolfo Dean ARIAS QUINTANA, Oriana Nicole RONQUILLO MARTÍNEZ y Yeseli Yadira CHUCO PORRAS, obtuvieron el siguiente calificativo:

APROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

16 (dieciseis)

DESAPROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

Los bachilleres de Ciencias de la Comunicación Social Rodolfo Dean ARIAS QUINTANA, Oriana Nicole RONQUILLO MARTÍNEZ y Yeseli Yadira CHUCO PORRAS obtuvieron el resultado cualitativo siguiente:

Buena

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas: 12:30 a.m. en fe de lo cual firmamos.

PRESIDENTE

SECRETARIO (A)

VOCAL



"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"
UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZAN" HUÁNUCO
 LICENCIADA CON RESOLUCION DE CONSEJO DIRECTIVO N° 099-2019-SUNEDU/CD
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DECANATO

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

En la ciudad de Huánuco, distrito de Pillco Marca, el día miércoles 20 de diciembre de 2023 a horas 11.00 a.m. en cumplimiento al Reglamento General de Grados y Títulos, se reunieron de manera presencial en la sala de grados de la Facultad de Ciencias Sociales los miembros integrantes del Jurado examinador de la Sustentación de Tesis colectiva denominada "LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA ANTE LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4º AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 2023", presentado por los bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Rodolfo Dean ARIAS QUINTANA, Oriana Nicole RONQUILLO MARTÍNEZ y Yeseli Yadira CHUCO PORRAS, aprobado con Resolución N°385-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 16 de noviembre de 2023, procediendo a dar inicio el acto de sustentación para obtener el Título Profesional de licenciado (a) en CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, siendo los Miembros del Jurado Calificador los siguientes docentes:

Mg. Victor Javier BERROSPI CASTILLO	PRESIDENTE
Dr. Melchor Guillermo VICENTE MALLQUI	SECRETARIO
Mg. Glizet Teresa DOMINGUEZ MONTALVO	VOCAL
Mg. Frederik Luis Eloy JARA TORREJON	ACCESITARIO

Que, con Resolución Virtual N° 249-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 17 de julio de 2023, se nombró asesor de tesis a la Dra. Fanny Lourdes Orbegoso Fernández de los bachilleres de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social Rodolfo Dean ARIAS QUINTANA, Oriana Nicole RONQUILLO MARTÍNEZ y Yeseli Yadira CHUCO PORRAS.

El acto de sustentación se dio inicio a las 11.00 a.m. del día 20 de diciembre del dos mil veintitrés en base al Reglamento General de Grados y Títulos vigente de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

Se concluyó dicho proceso y en base al Reglamento General de Grados y Títulos, los bachilleres en de Ciencias de la Comunicación Social Rodolfo Dean ARIAS QUINTANA, Oriana Nicole RONQUILLO MARTÍNEZ y Yeseli Yadira CHUCO PORRAS, obtuvieron el siguiente calificativo:

APROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

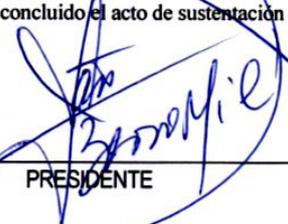
16 (dieciseis)

DESAPROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

Los bachilleres de Ciencias de la Comunicación Social Rodolfo Dean ARIAS QUINTANA, Oriana Nicole RONQUILLO MARTÍNEZ y Yeseli Yadira CHUCO PORRAS obtuvieron el resultado cualitativo siguiente:

Buena

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas: 12:30 a.m. en fe de lo cual firmamos.


 PRESIDENTE


 SECRETARIO (A)


 VOCAL



"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"
UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZAN" HUÁNUCO
 LICENCIADA CON RESOLUCION DE CONSEJO DIRECTIVO N° 099-2019-SUNEDU/CD
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DECANATO

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

En la ciudad de Huánuco, distrito de Pillco Marca, el día miércoles 20 de diciembre de 2023 a horas 11.00 a.m. en cumplimiento al Reglamento General de Grados y Títulos, se reunieron de manera presencial en la sala de grados de la Facultad de Ciencias Sociales los miembros integrantes del Jurado examinador de la Sustentación de Tesis colectiva denominada "LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA ANTE LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4º AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 2023", presentado por los bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social Rodolfo Dean ARIAS QUINTANA, Oriana Nicole RONQUILLO MARTÍNEZ y Yeseli Yadira CHUCO PORRAS, aprobado con Resolución N°385-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 16 de noviembre de 2023, procediendo a dar inicio el acto de sustentación para obtener el Título Profesional de licenciado (a) en CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, siendo los Miembros del Jurado Calificador los siguientes docentes:

Mg. Victor Javier BERROSPI CASTILLO	PRESIDENTE
Dr. Melchor Guillermo VICENTE MALLQUI	SECRETARIO
Mg. Glizet Teresa DOMINGUEZ MONTALVO	VOCAL
Mg. Frederik Luis Eloy JARA TORREJON	ACCESITARIO

Que, con Resolución Virtual N° 249-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 17 de julio de 2023, se nombró asesor de tesis a la Dra. Fanny Lourdes Orbegoso Fernández de los bachilleres de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social Rodolfo Dean ARIAS QUINTANA, Oriana Nicole RONQUILLO MARTÍNEZ y Yeseli Yadira CHUCO PORRAS.

El acto de sustentación se dio inicio a las 11.00 a.m. del día 20 de diciembre del dos mil veintitrés en base al Reglamento General de Grados y Títulos vigente de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

Se concluyó dicho proceso y en base al Reglamento General de Grados y Títulos, los bachilleres en de Ciencias de la Comunicación Social Rodolfo Dean ARIAS QUINTANA, Oriana Nicole RONQUILLO MARTÍNEZ y Yeseli Yadira CHUCO PORRAS, obtuvieron el siguiente calificativo:

APROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

16 (dieciseis)

DESAPROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

Los bachilleres de Ciencias de la Comunicación Social Rodolfo Dean ARIAS QUINTANA, Oriana Nicole RONQUILLO MARTÍNEZ y Yeseli Yadira CHUCO PORRAS obtuvieron el resultado cualitativo siguiente:

Buena

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas: 12:30 a.m. en fe de lo cual firmamos.

PRESIDENTE

SECRETARIO (A)

VOCAL

**UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"**

Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD

Anexo 2:**DECLARACIÓN JURADA**

Yo, ARIAS QUINTANA RODOLFO DEAN, identificado con DNI 72612084, con domicilio en Av. 16 de Noviembre S/N distrito de Ambo, provincia de Ambo, departamento de Huánuco; aspirante al: Título Profesional correspondiente al programa de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

La tesis titulada "LA ALFABETIZACION MEDIATICA ANTE LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4° AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 2023" fue elaborada dentro del marco ético y legal en su redacción. Si en el futuro se detectara evidencias de vulnerabilidad en el sistema de antiplagio mediante actos que lindan con lo ético y legal, me someto a las sanciones a que hubiera lugar.

Huánuco, 17 de Enero del 2024.

Firma

Rodolfo Dean Arias Quintana
DNI N° 72612084



**UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"**

Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD

Anexo 2:**DECLARACIÓN JURADA**

Yo, CHUCO PORRAS YESELI YADIRA, identificada con DNI 72506873, con domicilio en Jr. Juan Boyanovich N° 142, Urb. Santa Serafina Mz. B, lote 2 – Los Carrizales del distrito, provincia y departamento de Huánuco; aspirante al: Título Profesional correspondiente al programa de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

La tesis titulada "LA ALFABETIZACION MEDIATICA ANTE LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4° AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 2023" fue elaborada dentro del marco ético y legal en su redacción. Si en el futuro se detectara evidencias de vulnerabilidad en el sistema de antiplagio mediante actos que lindan con lo ético y legal, me someto a las sanciones a que hubiera lugar.

Huánuco, 17 de Enero del 2024.

Firma

Yeseli Yadira Chuco Porras
DNI N° 72506873



**UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"**

Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD

Anexo 2:**DECLARACIÓN JURADA**

Yo, RONQUILLO MARTINEZ ORIANA NICOLE, identificada con DNI 72938511, con domicilio en Jr. Mayro N° 915 del distrito, provincia y departamento de Huánuco; aspirante al: Título Profesional correspondiente al programa de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

La tesis titulada "LA ALFABETIZACION MEDIATICA ANTE LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4° AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 2023" fue elaborada dentro del marco ético y legal en su redacción. Si en el futuro se detectara evidencias de vulnerabilidad en el sistema de antiplagio mediante actos que lindan con lo ético y legal, me someto a las sanciones a que hubiera lugar.

Huánuco, 17 de Enero del 2024.

Firma

Oriana Nicole Ronquillo Martínez
DNI N° 72938511





UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"

Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD

Anexo 3: Constancia de Originalidad

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD N° 054 SOFTWARE ANTIPLAGIO TURNITIN-EPCCS/FCS-UNHEVAL.

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, emite la presente constancia de Antiplagio, aplicando el Software TURNITIN, la cual reporta un 24 % de similitud , el mismo que es inferior al límite de 35 %, aprobado por la UNHEVAL, con el Reglamento de Grados y Títulos, aprobado según Resolución del Consejo Universitario N° 3412-2022-UNHEVAL, el 24 de octubre del 2022, correspondiente a los interesados Rodolfo Dean Arias Quintana; Yeseli Yadira Chuco Porras y Oriana Nicole Ronquillo Martínez de la tesis: "LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA ANTE LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4° AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 2023".

Considerado como asesora a la Dra. Fanny Lourdes Orbegoso Fernández.

DECLARANDO (APTO)

Se expide la presente, para los trámites pertinentes.

Pillco Marca, 07 de diciembre 2023



Dr. Melchor Guillermo Vicente Mallqui.
Director de la Unidad de Investigación -FCS
UNHEVAL.

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA ANTE
LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIA
NTES DEL 4° AÑO DE COMUNICACIÓN S
OCIAL UNHEVAL 2023.

AUTOR

ARIAS QUINTANA RODOLFO DEAN; CHU
CO PORRAS YESELI YADIRA Y RONQUIL
LO MARTÍNEZ ORIANA NICOLE

RECuento DE PALABRAS

19144 Words

RECuento DE CARACTERES

105573 Characters

RECuento DE PÁGINAS

92 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

659.0KB

FECHA DE ENTREGA

Dec 7, 2023 5:09 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Dec 7, 2023 5:11 PM GMT-5

● **24% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 24% Base de datos de Internet
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



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	<input checked="" type="checkbox"/>	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): (Ingresar todos los datos requeridos completos)

Apellidos y Nombres:	ARIAS QUINTANA RODOLFO DEAN							
Tipo de Documento:	DNI	<input checked="" type="checkbox"/>	Pasaporte	<input type="checkbox"/>	C.E.	<input type="checkbox"/>	Nro. de Celular:	917399829
Nro. de Documento:	72612084				Correo Electrónico:	rodolq98@gmail.com		

Apellidos y Nombres:	CHUCO PORRAS YESELI YADIRA							
Tipo de Documento:	DNI	<input checked="" type="checkbox"/>	Pasaporte	<input type="checkbox"/>	C.E.	<input type="checkbox"/>	Nro. de Celular:	950549305
Nro. de Documento:	72506873				Correo Electrónico:	yessycop22072001@gmail.com		

Apellidos y Nombres:	RONQUILLO MARTINEZ ORIANA NICOLE							
Tipo de Documento:	DNI	<input checked="" type="checkbox"/>	Pasaporte	<input type="checkbox"/>	C.E.	<input type="checkbox"/>	Nro. de Celular:	943981725
Nro. de Documento:	72938511				Correo Electrónico:	nicolenatalgic1905@gmail.com		

3. Datos del Asesor: (Ingresar 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	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
Apellidos y Nombres:	ORBEGOSO FERNANDEZ FANNY LOURDES				ORCID ID:	0000-0002-7630-4305					
Tipo de Documento:	DNI	<input checked="" type="checkbox"/>	Pasaporte	<input type="checkbox"/>	C.E.	<input type="checkbox"/>	Nro. de documento:	08260510			

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

Presidente:	BERROSPI CASTILLO VICTOR JAVIER
Secretario:	VICENTE MALLQUI MELCHOR GUILLERMO
Vocal:	DOMINGUEZ MONTALVO GLIZET TERESA
Vocal:	-----
Vocal:	-----
Accesitario	JARA TORREJON FREDERIK LUIS ELOY


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

a) Soy Autor (a) (es) del Trabajo de Investigación Titulado: (Ingresar el título tal y como está registrado en el Acto de Sustentación)
LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA ANTE LA INFOXICACIÓN DIGITAL EN ESTUDIANTES DEL 4° AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNHEVAL 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 Valdizán (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 ella. 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 Valdizán.

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

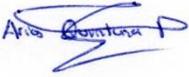
Ingresar solo el año en el que sustentó su Trabajo de Investigación: (Verifique la información en el Acto de Sustentación)			2023
Modalidad de obtención del Grado Académico o Título Profesional: (Marque con X según Ley Universitaria con la que inició sus estudios)	Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>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

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 completa 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.

 Firma:		
Apellidos y Nombres:	ARIAS QUINTANA RODOLFO DEAN	Huella Digital
DNI:	72612084	
 Firma:		
Apellidos y Nombres:	CHUCO PORRAS YESELI YADIRA	Huella Digital
DNI:	72506873	
 Firma:		
Apellidos y Nombres:	RONQUILLO MARTINEZ ORIANA NICOLE	Huella Digital
DNI:	72938511	
Fecha: 17/01/2024		

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.