



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“Relación del uso de Facebook y el consumo de noticias en estudiantes de quinto de secundaria de la I.E.P. San José, Chimbote, 2019”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Lopez Carranza, Cesar Alonso (orcid.org/0000-0001-5457-4139)

ASESOR METODOLÓGICO:

Mgtr. Cardoza Sernaqué, Manuel Antonio (orcid.org/0000-0001-6738-0683)

ASESOR TEMÁTICO:

Mgtr. Flores Sifuentes, Dennis Herman (orcid.org/0000-0002-5052-1408)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

CHIMBOTE – PERÚ

2019

## **Dedicatoria**

A mi madre, Guadalupe.

Por darme la oportunidad de tener una carrera culminada con la que podré alcanzar un futuro prometedor; porque a pesar de los problemas, me apoyó e impulsó a salir adelante junto a los miembros de mi familia, quienes, a su vez, me animaron y apoyaron en todo el proceso de educación.

A mis docentes, Shirley, Dennis, Marcelo y Manuel.

Por forjar mi educación, así como a mis compañeros, por sus ánimos y perseverancia.

César Alonso López Carranza.

## **Agradecimiento**

A mis asesores.

El metodológico Manuel Cardoza por su paciencia y exigencia, al temático Dennis Flores, así como también al director de escuela, Mgtr. Marcelo Linares; además de los expertos que dieron credibilidad a mi trabajo de investigación.

A mi familia y amigos.

Quienes fueron el motivo por el que seguí esforzándome.

César Alonso López Carranza.

## Índice

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del jurado .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MÉTODO .....	16
2.1. Tipo y diseño de investigación .....	16
2.2. Operacionalización de variables .....	17
2.3. Población, muestra y muestreo .....	19
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	19
2.5. Procedimiento .....	20
2.6. Métodos de análisis de datos .....	20
2.7. Aspectos éticos .....	21
III. RESULTADOS .....	22
IV. DISCUSIÓN .....	29
V. CONCLUSIONES .....	32
VI. RECOMENDACIONES .....	33
REFERENCIAS .....	34
ANEXOS .....	40
Anexo 1: Matriz de consistencia .....	40
Anexo 2: Instrumentos, ficha técnica y validaciones .....	42
Anexo 3: Base de datos .....	58
Anexo 4: Otros anexos que complementan la investigación (fotografías) .....	62

## Resumen

El presente estudio: Relación del uso de Facebook y el consumo de noticias en estudiantes de quinto de secundaria - I.E.P. San José, Chimbote - 2019, tiene como objeto determinar la relación entre las variables por lo cual se aplicó dos cuestionarios sobre una población total de 81 alumnos.

El método se caracterizó por el empleo del enfoque cuantitativo, siguiendo un diseño no experimental y, por tratarse de dos variables, se consideró el nivel correlacional. La técnica de recolección aplicada fue la encuesta y, como instrumentos se aplicaron dos cuestionarios de preguntas con cinco respuestas de opción única; cabe precisar que, ambos instrumentos fueron revisados y aprobados por juicio de expertos; aunque se requirió un trabajo de campo con muestras piloto para ver la confiabilidad (Alfa de Cronbach).

Los resultados revelaron una tendencia positiva en el caso de uso de Facebook (76,54%) y una regularidad en el consumo de noticias con un 54.32%. Finalmente se concluyó que existe una relación positiva entre el uso de Facebook y el consumo de noticias en estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019; dado que se obtuvo un valor de correlación ascendente a 0,367 (según prueba Rho de Spearman), dicho resultado fue consistente dado que, se obtuvo una significancia de 0.001, lo cual es inferior al parámetro 0.05.

**Palabras clave:** Facebook, redes sociales, consumo de noticias, información y medios.

## **Abstract**

The present study is entitled Relationship of the use of Facebook and the consumption of news in students of fifth year of high school – I.E. San José, Chimbote - 2019, with the purpose of determining the relationship between the variables in which two questionnaires were applied on a total population of 81 students.

The present investigation followed the quantitative approach, its design was non-experimental and, since these were two variables, it was considered correlational. The appropriate technique for both variables was the survey, in each case a questionnaire with five unique option answers was prepared; It should be noted that both instruments were reviewed and approved by expert judgment; although a field work with pilot samples was required to see the reliability (Cronbach's Alpha).

The results revealed a positive trend in the case of using Facebook (76.54%) and a regularity in the consumption of news with 54.32%. Finally it was concluded that there is a positive relationship between the use of Facebook and the consumption of news in students of fifth year of high school of the I.E. San José, Chimbote - 2019; given that a correlation value of 0.367 was obtained (according to Spearman's Rho test), this result was consistent given that a significance of 0.001 was obtained, which is lower than the 0.05 parameter.

**Keywords:** Facebook, social networks, consumption of news, information and digital media.

## I. INTRODUCCIÓN

La red social Facebook es la plataforma utilizada actualmente por los medios periodísticos para difundir contenido noticio a sus usuarios. La tendencia de usar este medio, parte por ser el de mayor acogida debido a la interacción que permite realizar sus funciones. Asimismo, esta red social permite transmitir información de manera inmediata al público, quien determina su interés hacia ella.

Merino (2015, párr. 3) sostiene que la información es necesaria para la vida de las personas porque requieren saber lo que ocurre en el entorno, los acontecimientos, hechos importantes, actividades, desastres y mucha más variedad de temáticas; esto hace que el individuo se sienta considerado al estar al tanto de cada hecho público.

Al hablar de información, se puede direccionar a diferentes perspectivas, pero, es necesario mencionar la definición básica de este concepto, pues es una herramienta que se brinda y recibe constantemente involucrando conocimientos adquiridos. (Ríos, 2014, p. 146)

Además, la misma información varía estacionalmente, y con esta, los procesos que involucran su transmisión. Hablar de ese término involucra (en el ámbito comunicacional), una amplia diversidad de asociaciones, la más común aquí es la noticia, una palabra muy utilizada en diversos escenarios con grupos sociales.

La noticia es aquel hecho actual, trascendente y con relevancia social que se produce a cada momento y es emitida por diferentes medios para llegar a la mayor cantidad de consumidores posibles; esto se remonta desde los primeros tiempos del periodismo, cuando la noticia se cubría y pasaba una serie de pasos para su publicación impresa en periódicos que se mostraban y vendían en los centros de las ciudades.

Pues sí, se empezó su propagación por los medios impresos, pero con el avance de la tecnología se han ido adaptando nuevas maneras de transmitir las; como la radio, la televisión, revistas y lo que actualmente se utiliza más: la internet. Este medio, desde su aparición y adaptación, ha revolucionado totalmente el mundo de la tecnología, y a

su vez, las modalidades de comunicación, pues su facilidad de acceso e inmediatez hace que cada vez más personas se unan a utilizarlo como instrumento y recurso imprescindible para la vida diaria.

En consecuencia, el uso de los medios de comunicación tradicionales para el consumo de noticias se ha ido sustituyendo por las redes sociales, principalmente por Facebook; pues ahí se puede difundir y adquirir información, donde el usuario puede realizar diferentes funciones interactivas, mismas que pueden viralizar a las noticias.

Hoy en día, la internet ha tomado un lugar muy importante en la vida de las personas; pues con ella, uno se sumerge al mundo virtual en el que puede encontrar una gran cantidad de información de todo tipo, puede indagar y hasta interactuar; por eso, el escritor y sociólogo Castells observa preocupado esta realidad, pues deduce que las sociedades se estructuran cada vez más en torno a una oposición bipolar entre la red y el yo.

Y si hablamos sobre la era de la información, como lo hizo el autor mencionado anteriormente, sería recomendable también hablar sobre el nativo digital; pues el autor San Román (2015, p.15) en su publicación *El Clickómano*, lo trata describiéndolo como la persona que desde que nació, tuvo acceso a la tecnología digital y por eso tiene una mayor capacidad de procesamiento de información real y virtual; aquí en Latinoamérica, los nativos digitales son aquellos que han nacido en la segunda mitad de la década de los ochenta.

Entrando ya en el tema central, las redes sociales se han convertido prácticamente en una herramienta de uso diario del ser humano, pues la mayoría de personas consideran como parte de su rutina diaria para “actualizarse”, y enterarse de lo que acontece.

Facebook es la red social más utilizada en el mundo; según el ranking realizado por Multiplicalia (2019), este año la mencionada red alcanzó los 2 271 millones de usuarios, consagrándose nuevamente en la preferida por los internautas, siendo muy influyente para las personas que han nacido con tecnología como los jóvenes y las generaciones actuales.

Es bueno precisar que los nativos digitales son una generación que compone un alto porcentaje de la población y se caracteriza por influir entre su público, por crear su propio contenido, por resistirse a lo común; pues son gente autodidacta y forjadores de su futuro en consideración con la tecnología sumergida; también se les considera como generaciones “y” y “z”. (Corporación Colombia Digital, 2014, p. 47)

Sin embargo, la generación “z” es la que está tomando relevancia en la actualidad, pues sus maneras de comunicarse son cada vez más adaptadas a la tecnología reciente, y su manifestación es más notoria en las redes sociales. Esta generación comprende el rango de personas nacidas entre el 2001 al 2010; precisamente por eso es que se trabajó como población con personas de 15, 16, 17 y 18 años de edad, lo que hace efectiva la investigación.

Por otro lado, estas personas han modificado las maneras de consumir noticias, pues con la presencia de las redes sociales y su orientación a la comunicación interactiva social (Jones, 2003, p. 27); ha hecho que se utilicen estos medios para recibir información de manera atractiva, llamando su atención.

Fue necesario tomar en cuenta los trabajos realizados previamente a éste, para identificar la contribución, por lo que se comenzó con los de nivel internacional.

Cardoso (2014), en Chile, analizó el uso que los estudiantes de periodismo le otorgan a la red social Facebook como fuente de noticias en el consumo de medios digitales; donde se utilizaron cuestionarios como instrumentos de recolección de datos y estadísticas descriptivas. La investigación concluyó que los encuestados prefieren leer noticias desde las páginas web; sin embargo, también Facebook porque en sus páginas actualizan información y esto hace que se reciba de manera inmediata y cómoda para enterarse del acontecer importante. Así que se consideró por la relación que tiene con la variable de estudio y la meta de demostrar el uso de Facebook para consumir contenidos noticiosos.

Catalina-García, García y Montes (2015), de la Universidad Rey Juan Carlos, ubicada en España, analizaron el hábito del joven con relación al consumo de noticias en

internet, donde es notoria la presencia de las redes sociales. Este trabajo es de enfoque cuantitativo en el que se usaron recursos estadísticos; entonces se aplicó la técnica de encuesta para esperar los resultados de finalidad en los denominados nativos digitales, quienes engloban la población de estudio. La investigación concluyó que los jóvenes, prefieren el uso de internet para actualizarse con las noticias pero que también consideran importante el uso de los medios tradicionales para su recepción. Además, la televisión y los medios digitales son las herramientas más predominantes en el uso para consumo de información.

En Costa Rica, Siles, Campos y Segura (2018) estudiaron la interacción de los usuarios frente al contenido noticioso publicado en Facebook. Se utilizó un enfoque mixto donde se analizaron las redes sociales y su contenido en siete sitios informativos. El estudio concluyó que los usuarios consumen noticias de temáticas no públicas como sucesos importantes, actividades, deportes, etc y que, además, los usuarios se están inclinando a utilizar cada vez más las redes sociales para informarse de hechos noticiosos, lo que pone en manifiesto que los medios tradicionales pueden ir pasando a la historia con el paso de los años.

A nivel nacional, Manrique y Hernández (2015) estudiaron la influencia de medios digitales periodísticos en la identidad cultural de los jóvenes y el cambio que la adaptación de un diario impreso a digital puede generar en el desarrollo cultural de la población de estudio. La investigación fue correlacional causal y de enfoque mixto; pues se aplicó una encuesta y el análisis de contenido para obtener los datos de la muestra total de 70 jóvenes. El estudio concluyó que los encuestados prefieren los medios digitales periodísticos para el consumo de información noticiosa debido a su fácil acceso y espontaneidad en la que llega cada publicación.

Arapa y Mendoza (2017) analizaron la participación ciudadana en los Cibermedios Frase Corta y HBA Noticias de la Ciudad de Arequipa; emplearon un enfoque mixto, donde aplicaron de instrumentos, encuestas a los estudiantes de las carreras de Comunicación Social y Ciencias de la Comunicación con preguntas de acuerdo a los indicadores; así como también, se aplicaron entrevistas a los representantes de dichos cibermedios. La investigación concluyó la información con la confirmación de la

hipótesis planteada, el periodista ciudadano sí participa en dichos medios digitales. Seguido, los resultados principales arrojaron que la interacción es trascendental para la participación de los usuarios, y que los medios tecnológicos facilitan la interacción de los usuarios.

En Lima, Collantes (2017), en la Universidad César Vallejo, estudiaron la relación del uso de la red social Twitter como recurso periodístico y el tratamiento informativo de los periodistas asignados al Congreso de la República; analizando la manera de hacer periodismo a partir de las nuevas herramientas comunicativas digitales desde el lenguaje hasta las teorías de comunicación. Es por eso que se encuestó a 30 periodistas, de donde los resultados arrojaron (mediante la prueba de chi cuadrado), que sí hay una relación entre las variables de estudio.

A nivel local, García (2019), identificaron los factores que determinan la lectoría del medio digital Chimbote en Línea; así que se analizó la calidad, confianza e indicadores de desarrollo del medio a través de sus lectores; es por eso que se aplicó una encuesta a la muestra constituida por 289 usuarios del portal que habitan en Chimbote y Nuevo Chimbote. El resultado principal del trabajo demostró que el factor más importante es la confianza; así mismo, se concluyó con que dicha plataforma presenta un bajo desarrollo, que sus usuarios son mayormente jóvenes y que tienen un alto nivel de confianza.

Ávila y Zarabia (2017), analizaron el tratamiento informativo de las notas deportivas del Diario de Chimbote, utilizando un enfoque mixto de tipo descriptivo, considerando como técnica el análisis de contenido y el análisis de forma. Los resultados que se demostraron fueron que el Diario de Chimbote se destaca por presentar una extensión de contenido mediano y por tener como propósito el transmitir información relevante y verídica.

Una parte muy importante para este proyecto, fue la teoría, pues de ella se desprendieron los puntos necesarios para el diseño del instrumento y la secuencia del trabajo completo.

Por eso, fue necesario identificar y definir las variables y sus implicancias. Por ejemplo, Facebook. Fernández (2015) define a Facebook como una red social de gran impacto donde la población mundial puede retroalimentarse con información y agruparse. Debido a las interpretaciones hechas por los mismos internautas, Facebook logró llegar en todo lugar de la Tierra que tenga acceso a Internet.” (p.6)

Para Monleon-Getino (2015), la internet es una red, una telaraña en la vida actual de las personas, es la visión futura del presente por la tecnología que refiere. Pues es un medio social digital que permite la interacción de la población entre ella misma y con el mundo entero, pues tampoco es creíble, pero la internet se ha vuelto indispensablemente necesario para todo, en el trabajo, en la educación, en la salud y hasta en la práctica diaria misma. (p.06)

Morán, Serví y Alquicira (2015) describieron en la revista mexicana Seguridad, cultura de prevención; que la internet es más que todo un negocio, y eso ha sido lo que ha impulsado su desarrollo. (parr.06) El comienzo de las comunicaciones globales se dio en inicio de los sucesos más importantes para la humanidad, la competencia y sus implicancias son el motivo de su crecimiento y la proliferación de su uso.

En el estudio de Van (2019), se indicó que gran parte de autores coinciden en que una red social es un espacio cibernético que tiene el fin de conceder a sus usuarios la relación, comunicación, el hecho de compartir contenido y de conformar comunidades; así como también, un instrumento que permite el cumplimiento de democracia participativa de la información que convierte a los individuos en receptores y en creadores de materia. (p.33)

Una definición muy resaltante es la de Arcila, et al. (2017), quienes consideran a la red social como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. Por lo que es Facebook la red social que más representación y prestigio tiene en la actualidad, por cumplir los parámetros indicados por los autores. (p. 12)

Facebook es la red social más importante a nivel mundial, pues sus funciones permiten interconectar a todas las personas.

Van (2019) señala que, con el simple hecho de pertenecer a esta red social, el aumento de la concentración de la sociedad no es contribuido, pero sí aporta en su solidificación, siendo descrito como la mayor serie de información aprovechable, la extensión de ocasiones de asociación de contactos y la probabilidad continua de ampliarla.

Jacobson, Gruzd & Hernández. (2019, p.21) en su artículo llamado *Journal of Retailing and Consumer Services*, mencionan que las redes sociales juegan un rol importante en las personas, pues generan un impacto en ellas que redirecciona acciones y decisiones.

González (2016) afirma que los adolescentes chilenos se manifiestan en Facebook con un lenguaje improvisado con gramáticas y ortografía adecuadas por ellos mismos. Al mismo tiempo, determinan que son los mismos jóvenes quienes suministran sus relaciones de amistad en Facebook, teniendo a la imagen como elemento central.

Por otro lado, dicha red social es multiplataforma, ya que se puede acceder a ella mediante diversos dispositivos como son: computadora, teléfono móvil, tablet, laptop, entre otros; pero lo que más destaca es que más del 95% de los usuarios se conectan desde el teléfono móvil, siguiéndole el ordenador. (González, 2018, parr. 15).

Arcila, et al. (2017, p.11), describen además que Facebook es una red social que permite una interconexión masiva a partir de sus dimensiones: Consumo de red social, relaciones sociales y seguidos.

En cuanto al consumo de Facebook; Jong, et al. (2014), menciona en su escrito que existen seis motivos por los que los estudiantes utilizan la red social Facebook, los cuales son la conservación de relaciones, distraerse en ratos libres, integrar comunidades en red, entretenerse, actualizarse y conseguir compañeros. A todo esto, cabe resaltar que la cuarta más importante fue la interacción entre usuarios pertenecientes a la institución educativa.

Refiriéndose a las finalidades (relación social, colaboración laboral y rutina), según el estudio de Arteaga, Cortijo y Javed (2014, p. 21), la razón final fue la primera, sin menospreciar las otras. Cheung, Chiu y Lee (2014, p. 33), mientras tanto, reconocieron la preservación de relaciones, el progreso social y la diversión entre los más notables.

Otro punto importante que se tuvo que tratar de todas maneras es lo concerniente a la generación millennial, pues es la que se está haciendo notar en la actualidad.

Álvarez y De Haro (2017) explican en su aporte cultural que los millennials son la progenie que cuenta con Internet desde la primera etapa de su crecimiento; tomándolo como referente de gran información y que muestra su preeminencia por las materias digitales, pero en esa comunidad generacional se aprecian significativas distinciones entre los de menos y más edad. El pasar del tiempo será el encargado de sentenciar si los millennials menores se asemejarán en ascendente medida más a los millennials mayores, o si la brecha diferencial se intensificará cada vez más. (p. 79).

Son formas de comunicación que afectan a la vida de los ciudadanos y a la labor profesional de los periodistas, quienes han encontrado en estas herramientas nuevos recursos informativos para elaborar sus noticias (Beckett y Deuze, 2016, p.54).

El papel de las emergentes redes sociales en Internet ha llegado a las redacciones de los principales medios, con el fin de redimensionar el papel del medio como gestor y mediador de contenidos en la Red.

Los medios de comunicación han adoptado las redes sociales como una forma de distribuir noticias y conectar con el público, a través de 9 funcionalidades interactivas (botón “Me gusta”, comentar, compartir) para que los usuarios puedan compartir y recomendar contenidos informativos (Beckett y Deuze, 2016, p.77).

Los medios se han dado cuenta que la inmersión de usuarios en estas redes y el tiempo de permanencia en ellas sigue creciendo, por lo que, más que intentar atraer a esas audiencias, llegan a donde ellas se encuentran (Arcila, et al., 2017, p.45).

Según el estudio de Lightspeed Research (2017), Facebook se está transformando en una herramienta de destino de noticias. El 15% de los usuarios encuestados acceden a Facebook para enterarse de noticias durante la semana. La red social está empezando a transformarse en una fuente de noticias para quienes buscan actualizaciones en línea. Sólo el 38% dice que la televisión es su principal fuente de noticias y en Internet se ha vuelto popular con un 29%. Por el momento los consumidores jóvenes son más propensos a recurrir a las redes sociales para sus noticias.

El debate sobre temas de actualidad puede considerarse algo inherente a todas las redes sociales. Según Igartua y Rodríguez (2016), los usuarios de Facebook se unen a grupos para debatir las cuestiones, temas y actividades que son importantes para ellos. Se convierten en seguidores de los famosos, marcas, personalidades públicas y empresas (p.22).

Cruz y Suárez (2016, p.19), señalan que el papel que asumen las redes sociales como soporte de consumo de noticias entre el público joven es significativo, pues el 77,4% de los encuestados ocupa Facebook como soporte informativo.

El mismo autor señala que el hecho de que los jóvenes le presten menos atención a las noticias de medios tradicionales no se debe a la indiferencia, sino a que no quedan satisfechos con la manera en que está dispuesta la información. Este factor explicaría que los jóvenes se orienten hacia otros soportes como las redes sociales, debido a sus características de presentar contenido multimedia y de generar interactividad social.

La teoría de usos y gratificaciones consta en que las personas consumen los medios de comunicación porque buscan obtener un resultado, mejor dicho, una respuesta. Bosch y Currin (2014) sostienen que esta teoría es muy importante, además se relaciona mucho con la actualidad por el impacto de la internet en la sociedad. Además, se ha vuelto importante en la vida laboral porque, todo ordenador necesita de dicha red para optimizar verdaderamente su uso, en la educación es igual, el rol que tiene es decisivo para alcanzar la información necesaria que servirá como carpeta de estudio y material para el alumnado.

Con la teoría expuesta anteriormente, se pudieron desprender las dimensiones de la variable Uso de Facebook, con ayuda de lo estipulado por diferentes autores.

Campos (2013) asocia la dimensión: consumo de la red, con la característica principal de la red, pues los usuarios interactúan por el sentido de pertenencia a la comunidad, para manifestar un aporte, brindar y adquirir conocimientos y comunicación, así como la retroalimentación de información. (p. 19).

Por otro lado, Molina y Toledo (2014, p. 17) indican que la red social maneja dos características secundarias: la primera refiere a la cuantitativa, lo que significa la frecuencia de uso de contacto, añadiendo el medio por el cual se conecta; mientras que la cualitativa refiere al motivo de acceso (los cuales vienen a conformar los indicadores).

Dicho ya en el anterior punto, mediante la dimensión relaciones sociales; el mismo autor (p. 25) resalta este factor como el principal motivo por el que los usuarios utilizan las redes sociales para ejercer lo que en realidad es capaz de hacer el ser humano por su naturaleza: socializar). Por lo que, en su investigación, las autoras desglosaron este punto lo que en este proyecto fueron considerados con indicadores: intereses, contactos, interacción y eficiencia del mensaje.

De acuerdo a la tercera y última dimensión de la primera variable de investigación Seguidos, se manifiesta que, esta función de Facebook, permite que los internautas estén al tanto de los personajes que consideran favoritos por mero gusto, pues siguen su contenido e incluso pueden causar persuasión en seguidores; esta parte se ve explicada en la teoría del doble flujo explicada anteriormente y es el fanatismo el señalado como indicador.

Entrando un poco ya a lo que es la segunda variable, se conceptualizaron algunos términos de gran ayuda para la coagulación de su sistema.

El consumo de noticias se ha modificado hoy en día por ciertos parámetros que fueron impulsados por el avance de la tecnología y las diferentes maneras de comunicar, pero

partiendo desde la definición del término, significa el acceso a contenidos noticiosos que cumplen con los parámetros del periodismo, adaptado al medio del cual se está transmitiendo. (Riquelme, 2016, párr. 7).

Como dimensiones del consumo de noticias desde la perspectiva de Riquelme (2016) son complejas desde cada una sin embargo son accesibles en casos de estudio, estas son las siguientes:

El Interés por las temáticas dispone a los lectores a ser selectos con el tipo de información disponible. Las publicaciones hoy en día son cada vez más especializadas, en ese sentido, se procura detallar o especificar un contenido concreto, las temáticas son especializaciones y en cada caso existe un segmento específico de consumo (Grajales, 2016, p. 7). Como indicadores tiene a: La temática Cultural – educativo, comprende en esencia la tendencia a disponer de la información científica e intelectual divulgada como novedad, se basa en la demanda por el cúmulo de datos basados en las investigaciones producto del progreso científico en todos los campos, inclusive las artes (Delponti y Pestano, 2016, p. 14).

Respecto al indicador Policiales, comprende los temas que involucran a la intervención de efectivos policiales, serenos u otras autoridades afines. Las notas policiales consistente en tomar los casos de accidentes, asesinatos, lavado de dinero, violaciones, robos, reconstrucción de hechos, sentencias, etc. Este tipo de periodismo es exigente en el sentido de cumplir una investigación completa periodística, en donde la violencia y los conflictos son materia prima para elaborar una noticia de esta índole (Gonzales, 2016, p. 41).

En cuanto al indicador Políticos, en este segmento se incluye toda cobertura que tiene que ver o involucre la cobertura de poder político o gobiernos civiles y toda ciencia política. Este es un tema sobre todo de opinión, debido a que se analizan los eventos políticos, además se interpretan y se discuten por los distintos expertos en los medios de noticias. Incluye además el periodismo electoral, la cual se desarrolla dentro de los escenarios de la democracia y el periodismo militar que tiene que ver con el ejército, la seguridad nacional y la inteligencia (Iñigo, Martín, & Puebla, 2015, p. 27).

En lo que refiere al indicador espectáculos, hace referencia a los acontecimientos con los personajes públicos o famosos, artistas o actividades que tengan que ver con diversión entretenimiento público, escándalos, etc (Álvarez, 2017. p. 14).

El interés por el ámbito geográfico dispone a los lectores a poder elegir entre las noticias a nivel mundial o en un aspecto más cercano, como el local o el nacional. En esta dimensión el lector podrá decidir qué noticia leer y enterarse no solo lo que ocurre cerca de él sino en el mundo entero.

En cuanto al indicador internacional, el lector podrá estar informado de los acontecimientos en otros países que podría afectar al país donde vive, así como los hechos que viven los países vecinos o lejanos (Jiménez, 2016, p. 12).

En cuanto al indicador nacional, el lector podrá enterarse y conocer lo que sucede dentro de su país, lo que acontece en temas políticos, policiales, deportivos, culturales, etc de manera que puede generar opinión y seguimiento a temas importantes que tiene que ver con el desarrollo de su país (Jiménez, 2016, p. 13).

En cuanto al indicador local, el lector o lectores estarán enterados de lo que sucede dentro de su región, localidad o distrito, en este ámbito, el lector podrá asumir riesgos y responsabilidades según los acontecimientos que se dan. Podrá también generar opinión y plantear soluciones a posibles problemas, de manera que haga el seguimiento de la noticia mucho más personal (Jiménez, 2016, p. 14).

En cuanto al interés por la necesidad de la información, los lectores tienen la necesidad de estar enterados lo que acontece a su alrededor, estas personas tienen y sienten la necesidad de conocer la verdad o los problemas que vive la sociedad. En cuanto al indicador necesidad propia, refiere a que el lector siente necesidad de estar enterado lo que acontece en el mundo, en su país o en su distrito, tiene cierta opinión de los hechos y sigue de muy cerca las noticias sobre todo en el ámbito político. (Franco, 2015, p. 20).

Con respecto al indicador necesidad por otras personas, el lector no solo tiene necesidad del consumo de noticias por su persona, sino por el interés de otras cercana o lejana, para estar enterado de temas importantes y así poder acceder a temas de conversación e información con su círculo de familiares o amigos cercanos. (Franco, 2015, p. 21).

En lo que respecta a la valoración de las informaciones noticiosas, el lector les da valor a las notas de prensa emitidas por los diarios tanto escritos como digitales, puesto que se ara el consumidor son noticias relevantes y de interés tanto social como personal. En el indicador actualidad, el lector esta siempre pendiente de las notas actuales, del día, de los acontecimientos recientes que tiene relevancia para él.

En el indicador actualidad, el lector esta siempre pendiente de los hechos o sucesos que acontecen al momento, que sean noticas actuales les atrapa, las notas de actualidad son aquellas que han sucedido recientemente, que no han sido nunca dadas a conocer o talvez sean actualizaciones recientes de notas que en un pasado hayan sido muy importantes y de interés relevante (Franco, 2015, p. 37).

En el indicador novedad, el lector se deja atrapar por la novedad que causa la noticia en lo novedoso que puede parecer para las personas, generalmente las notas de temas políticos o científicos. (Franco, 2015, p. 39). En cuanto al indicador importancia, tiene que ver con las notas referentes a lo importante para la sociedad, son noticias que encierran temas de economía, cultura, política y muchas veces deportes (Franco, 2015, p. 43).

Con respecto a la dimensión credibilidad de la información, es la imagen que proyecta el diario, la ética que emite a los lectores la confianza y la responsabilidad con la que los corresponsales redactan y recolectan la información.

En el indicador confianza en la línea editorial, es la confianza que proyecta el diario con respecto a la información que brinda a los lectores, es aquella opinión que veraz y con fundamento de credibilidad y capacidad de expresión que tiene la columna o línea

editorial y que muestra a través de ella la veracidad de la noticia (Jiménez, 2016, p. 41).

Con la teoría redactada, fue necesario formular el problema como la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación entre el uso de Facebook y el consumo de noticias en los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019? Así mismo, se forjaron algunos motivos que justifican la realización de este trabajo de investigación:

El estudio es relevante porque trata de un tema perenne en los estudiantes de secundaria, pues a esa edad están sumergidos en el mundo tecnológico y en las nuevas formas de comunicarse; por eso, ellos mismos son los beneficiados con este trabajo, porque comprenderán su posición frente al consumo de información de Facebook.

Esta investigación intenta resolver el problema actual que presentan los medios de comunicación tradicionales, describiendo cómo se han sustituido por la red social más usada del mundo.

Además, brinda el beneficio social de su tratamiento a los estudiantes de diferentes centros educativos (secundarios y superiores); además, los padres de familia y docentes tendrán la noción del nivel de uso que tiene Facebook para el consumo de noticias mediante las dimensiones ejecutadas. Por otro lado, servirá como antecedente de estudio para futuras personas que quieran hacer una investigación parecida.

Mediante esto, se proyecta una posible respuesta a la formulación del problema; dicha hipótesis es que existe relación del uso de Facebook y el consumo de noticias en estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019. Por otro lado, se consideró una hipótesis nula que difiera de la principal: No existe relación entre el uso de Facebook y el consumo de noticias en estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019.

El objetivo general de este trabajo de investigación es Conocer la relación del uso de Facebook y el consumo de noticias en estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019. Los específicos fueron:

Identificar el nivel del uso de Facebook de los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

Identificar el nivel de consumo de noticias de los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

Determinar la relación entre el uso de Facebook y las dimensiones del consumo de noticias de los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

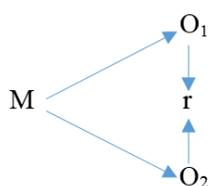
## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

Esta investigación científica se orientó al enfoque cuantitativo, ya que, con la recolección de datos se pretende probar las hipótesis establecidas previamente; también, se confía de la estadística para demostrar los resultados del proyecto (Domínguez, 2015, p. 61). Hernández, et al. (2017), también explican que el enfoque cuantitativo trata de un proceso probatorio, cuyas etapas son seguidas secuencialmente sin saltos ni puentes; y, en la parte metodológica se utilizan recursos estadísticos. (p. 37).

Por otro lado, este trabajo de investigación es de nivel correlacional, ya que se pretende demostrar la relación de la variable uso de Facebook con la variable consumo de noticias (Hernández, Méndez, Mendoza y Cuevas, 2017, p. 36).

Además, es de tipo aplicado ya que utiliza la información existente para ponerla en práctica; también es de nivel descriptivo, pues describe lo observable, mide conceptos y define variables. Cuenta también con un diseño de investigación no experimental – transversal, pues según Hernández (2018), no se manipula la información ni al objeto de estudio con fines específicos de conveniencia. (p. 49)



Donde:

M = Estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José.

O<sub>1</sub> = Observación de la variable uso de Facebook.

O<sub>2</sub> = Observación de la variable consumo de noticias.

R = Correlación entre dichas variables.

## 2.2. Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición
Uso de Facebook.	Se define como un servicio, cuyo uso, permite a los individuos lo siguiente: construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas	La red social Facebook tiene un uso que permite una interconexión masiva capaz de desglosarse a partir de sus dimensiones: Consumo de red social, relaciones sociales y fanatismo, los mismos que se obtienen mediante medición (encuesta).	Consumo de la red social.	Frecuencia.	1	Ordinal  Muy bueno: (84 – 100) Bueno: (68- 83) Regular: (52 – 67) Malo: (36- 51) Muy malo: (20- 35)
				Finalidad informativa.	2	
				Dispositivo de conexión.	3	
			Relaciones sociales.	Intereses.	4	
				Contactos.	5	
				Interacción.	6, 7	
				Eficiencia del mensaje.	8	
			Fanatismo.	Seguidos.	9, 10	

	por otros dentro del sistema (Arcila, et al., 2017, p.11).					
Consumo de noticias.	El acceso a contenidos noticiosos que cumplen con los parámetros del periodismo, adaptado al medio del cual se está transmitiendo. (Riquelme, 2016, párr.2)	Percepciones del hábito de recopilar, seleccionar y leer notas informativas los mismos que se obtienen mediante medición (encuesta).	Interés por las temáticas.	Cultural – educativo.	1	Ordinal Muy bueno: (84 - 100) Bueno: (68- 83) Regular: (52 – 67) Malo: (36- 51) Muy malo: (20- 35)
				Policiales.	2	
				Políticas.	3	
				Espectáculos.	4	
			Interés por el ámbito geográfico.	Internacionales.	5	
				Nacionales.	6	
				Locales.	7	
			Necesidad de información.	Necesidad propia.	8	
				Necesidad por otras personas.	9	
			Valoración de las informaciones noticiosas.	Actualidad.	10	
				Novedad.	11	
				Importancia.	12	
			Por la credibilidad de la información.	Confianza en la línea editorial.	13	

Fuente: Las dimensiones del uso de Facebook se sustentan teóricamente en Arcila, et al. (2017) y de la variable Consumo de noticias de Riquelme (2016) .

### **2.3. Población, muestra y muestreo**

La población de este estudio fue el grupo de estudiantes que cursan el quinto año de secundaria de la Institución Educativa “San José” ubicada en la ciudad de Chimbote; siendo el total un número finito.

En este caso, se trabajó con la muestra censal, puesto que solo hay dos aulas: la primera sección es de 40 alumnos y la segunda sección de 41; dando un total de 81 en cuanto a la población de quinto grado. Por otro lado, fue ejecutada de forma probabilística.

Según Hernández, et al. (2017, p. 52), la muestra censal tiene una relevancia significativa para toda investigación, pues aquí, se compendia la totalidad de individuos quienes proporcionan datos diversos acerca del tema al que se les involucra y, esto contribuye de manera más efectiva.

### **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

Para esta investigación se utilizó como técnica la encuesta, cuyo instrumento es el cuestionario; esto, debido a que la investigación es de tipo cuantitativa.

Por otro lado, los cuestionarios se caracterizaron por tener preguntas cerradas estructuradas para mayor facilidad de respuesta con un lenguaje acorde al público objetivo; asimismo, el total de preguntas fue de diez para la primera variable y trece para la segunda (que correspondieron a los indicadores). Cabe resaltar que se empleó la escala de Likert para el cumplimiento total de los objetivos.

Para Matas (2018, p. 16), la escala de Likert es muy utilizada en el campo de las Ciencias Sociales, debido a que es una herramienta psicométrica donde el objeto de estudio debe precisar su acuerdo o desacuerdo sobre algún ítem, lo que se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional. Por otro lado, indicó que la confiabilidad aumentaba cuando el número de alternativas es igual o mayor a cinco, en las que una debe ser intermedia, que significa indecisión o ambivalencia.

La validez se verificó con la aprobación de tres especialistas entre metodológicos y temáticos quienes corroboraron la relación de todo el proyecto con el instrumento de medición mediante un cuadro de validación con sus respectivos datos y firma.

En cuanto a la confiabilidad, se aplicaron los dos instrumentos de recolección de datos a 15 personas de quinto de secundaria elegidos al azar, en un colegio que cumpla las mismas características del objeto de estudio (el de la prueba piloto fue la I.E.P. Uladech); los datos obtenidos se trabajaron con la fórmula de Alfa de Cronbach donde el primer instrumento arrojó 0.82 y el segundo 0.80, lo cual se interpreta cada instrumento como “bueno”.

## **2.5. Procedimiento**

En primera instancia, se puso en práctica la información recolectada en el marco teórico para ejecutar la metodología, luego, se escogió la técnica y diseñó el instrumento de recolección de datos con los ítems de estudio.

Se solicitó una carta con los datos del director en el que se le pide permiso para aplicar los instrumentos en la institución educativa San José; seguido de esto, luego de la aprobación, la encuesta se programó en una fecha para el primer grupo y en otra para el segundo. Llegaron los días y se encuestó exitosamente a ambos grupos.

En cuanto al primero, se desarrolló en los salones de la Institución Educativa “San José”, esto, puesto que se les quiere proporcionar a los implicados, la comodidad necesaria.

Los datos recolectados fueron trabajados en el programa Microsoft Excel para la base de datos, mientras que las respuestas se trabajaron en el programa estadístico SPSS 25, de donde se obtuvieron las tablas y figuras de resultados que seguidamente fueron interpretados.

## **2.6. Métodos de análisis de datos**

Luego de la recolección de datos mediante el instrumento de cuestionario, se diseñó una base de datos de cada objeto de estudio con las respuestas a cada ítem; con esto, se procedió al análisis con ayuda del programa SPSS 25 de donde se plasmaron los datos y se construyeron

las tablas estadísticas, distribución de frecuencias, gráficos estadísticos, análisis de datos descriptivos y análisis de datos inferenciales con información procesada; así como también, las tablas de correlación y prueba de Rho Spearman.

Los resultados se demuestran con las interpretaciones de los gráficos presentados por cada objetivo, mismos que sirvieron para la discusión, conclusión y recomendaciones (siguiendo secuencialmente las etapas del proceso de investigación).

La información obtenida es de mucha contribución social, pues se trata de un tema trascendental y, además, se utilizó a toda la población, lo que significa que es representativa y viable (Salazar y Del Castillo, 2018, p. 14).

### **2.7. Aspectos éticos**

Si bien es cierto, el estudio se realizó en estudiantes menores de edad, sus datos personales no fueron revelados. Además, la información presentada en este documento es real y verídica, sin adulteración alguna, por lo que se anexan las fotografías correspondientes a la aplicación de los instrumentos y demás evidencias sobre el proceso de análisis.

Por otro lado, este proyecto siguió con el reglamento puesto por la universidad y su Resolución de Consejo Universitario N° 0126-2017/UCV que, a su vez comprende la aprobación del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo modificado que sigue los principios de ética y regulan las buenas prácticas para garantizar el bienestar, responsabilidad, honestidad y autonomía de los investigadores en el manejo de información.

A su vez, dicha modificación del código promueve la investigación con rigor científico; asimismo, mantiene un serio seguimiento para verificar la originalidad de cada trabajo de investigación con la inclusión del programa Turnitin, que arroja un reporte de similitud por porcentajes estipulando las fuentes de información obtenida.

### III. RESULTADOS

3.1. Contrastación general de hipótesis sobre la relación de uso de Facebook y el consumo de noticias.

Tabla 1

*Relación entre el uso de Facebook y el consumo de noticias.*

Rho de Spearman		Uso de Facebook	Consumo de noticias
Uso de Facebook	Coefficiente de correlación	1,000	,367**
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	81	81
Consumo de noticias	Coefficiente de correlación	,367**	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	81	81

Fuente: Obtenido de la base de datos de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” en SPSS 25.

#### Valor tabular

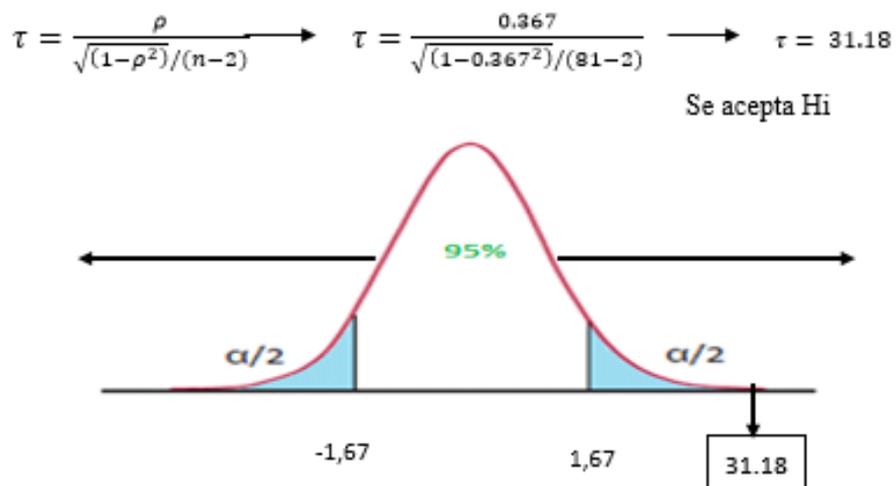


Figura 1. Prueba de hipótesis para la correlación.

Fuente: Tabla 1

**Descripción.** El valor tabular  $t_{cal} = 31,18 > t_{tab} = 1,67$  es decir el valor calculado está en la región  $H_1$ , por lo que se acepta la  $H_1$ , es decir, existe relación entre las variables de estudio.

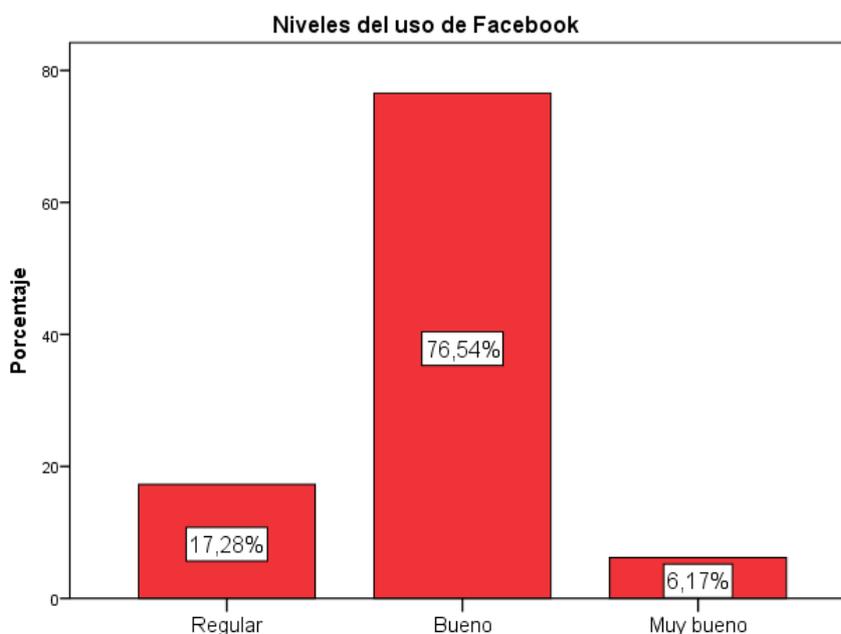
**3.2. Nivel del uso de Facebook de los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.**

Tabla 2

*Niveles del uso de Facebook.*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	14	17,3	17,3	17,3
Bueno	62	76,5	76,5	93,8
Muy bueno	5	6,2	6,2	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Obtenido de la base de datos de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” en SPSS 25.



*Figura 2. Niveles del uso de Facebook.*

Fuente: Tabla 2

**Descripción.** Un 17% de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” consideraron como regular el uso de Facebook, para un 77% el nivel es bueno y para el 6% es muy bueno.

3.3. Nivel de preferencia del consumo de noticias de los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

Tabla 3

*Niveles del consumo de noticias.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy malo	6	7,4	7,4	7,4
Malo	3	3,7	3,7	11,1
Regular	44	54,3	54,3	65,4
Bueno	28	34,6	34,6	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Obtenido de la base de datos de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” en SPSS 25.

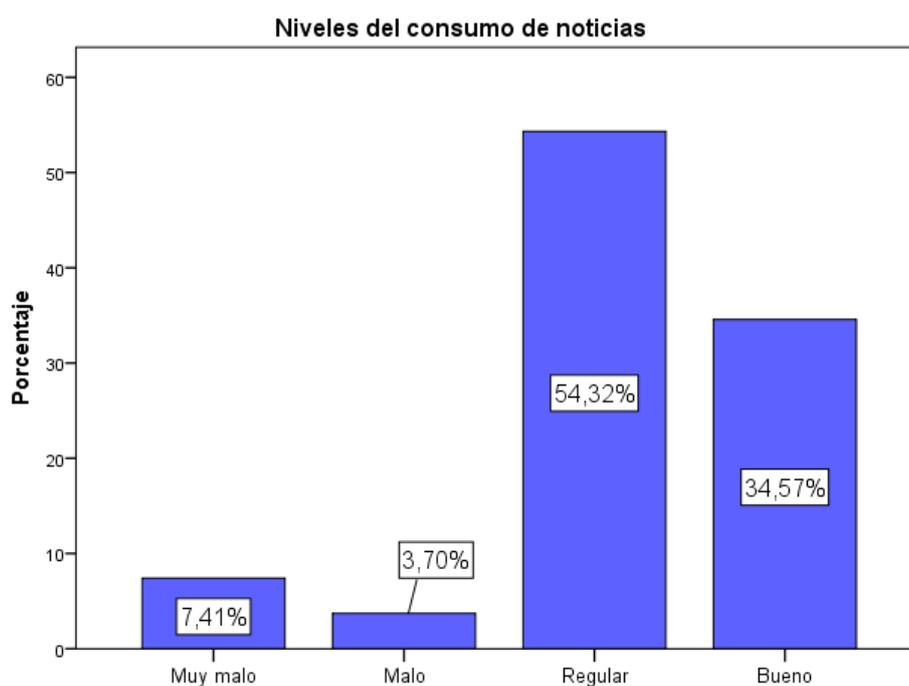


Figura 3. Niveles de Consumo de noticias.

Fuente: Tabla 3

**Descripción.** El 7% de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” consideraron como muy malo su consumo de noticias, para el 3.7% es malo, para el 54% el nivel es regular y para el restante 34.5% es bueno.

3.4. Relación del uso de Facebook sobre las dimensiones del consumo de noticias de los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

Tabla 4:

*Relación entre el uso de Facebook y la dimensión interés por las temáticas.*

Rho de Spearman		Uso de Facebook	Interés por las temáticas
Uso de Facebook	Coeficiente de correlación	1,000	,090
	Sig. (bilateral)	.	,424
	N	81	81
Interés por las temáticas	Coeficiente de correlación	,090	1,000
	Sig. (bilateral)	,424	.
	N	81	81

Fuente: Obtenido de la base de datos de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” en SPSS 25.

**Descripción.** El valor de correlación obtenido fue de 0,171 lo que estableció una Correlación positiva, aunque baja entre la variable uso de Facebook y la dimensión Interés por las temáticas; lo que significa que, los estudiantes usan dicha red social para actualizarse, y cuando más lo usan, más se interesan por las temáticas (y viceversa).

Tabla 5:

*Relación entre el uso de Facebook y la dimensión interés por el ámbito geográfico.*

Rho de Spearman		Uso de Facebook	Interés por el ámbito geográfico
Uso de Facebook	Coefficiente de correlación	1,000	,083
	Sig. (bilateral)	.	,460
	N	81	81
Interés por el ámbito geográfico	Coefficiente de correlación	,083	1,000
	Sig. (bilateral)	,460	.
	N	81	81

Fuente: Obtenido de la base de datos de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” en SPSS 25.

**Descripción.** El valor de correlación obtenido fue de 0,083 lo que estableció una Correlación positiva, aunque baja entre la variable uso de Facebook y la dimensión Interés por el ámbito geográfico; lo que significa que los estudiantes consumen noticias de acuerdo al ámbito geográfico, y cuando no usan la red social, dicho interés varía en misma dirección.

Tabla 6:

*Relación entre el uso de Facebook y la dimensión necesidad de información.*

Rho de Spearman		Uso de Facebook	Necesidad de información
Uso de Facebook	Coefficiente de correlación	1,000	,201
	Sig. (bilateral)	.	,072
	N	81	81
Necesidad de información	Coefficiente de correlación	,201	1,000
	Sig. (bilateral)	,072	.
	N	81	81

Fuente: Obtenido de la base de datos de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” en SPSS 25.

**Descripción** El valor de correlación obtenido fue de 0,201 lo que estableció una Correlación positiva, aunque baja entre el uso de Facebook y la dimensión Necesidad de información, lo

que significa que los estudiantes utilizan Facebook por la necesidad de información, pero poco.

Tabla 7:

*Relación entre el uso de Facebook y la dimensión valoración de las informaciones noticiosas.*

Rho de Spearman		Uso de Facebook	Valoración de las informaciones noticiosas
Uso de Facebook	Coefficiente de correlación	1,000	,420**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	81	81
Valoración de las informaciones noticiosas	Coefficiente de correlación	,420**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	81	81

Fuente: Obtenido de la base de datos de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” en SPSS 25.

**Descripción.** El valor de correlación obtenido fue de 0,420 lo que estableció una Correlación positiva media entre el uso de Facebook y la dimensión Valoración de las informaciones noticiosas; lo que significa que, los estudiantes tienen una regular valoración de las informaciones noticiosas al usar dicha red social.

Tabla 8:

*Relación entre el uso de Facebook y la dimensión por la credibilidad de la información.*

Rho de Spearman		Uso de Facebook	Por la credibilidad de la información
Uso de Facebook	Coefficiente de correlación	1,000	,070
	Sig. (bilateral)	.	,533
	N	81	81
Por la credibilidad de la información	Coefficiente de correlación	,070	1,000
	Sig. (bilateral)	,533	.
	N	81	81

Fuente: Obtenido de la base de datos de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” en SPSS 25.

**Descripción.** El valor de correlación obtenido fue de 0,070 lo que estableció una Correlación positiva media entre el uso de Facebook y la dimensión Por la credibilidad de la información; lo que significa que, los estudiantes consumen noticias en dicha red social de acuerdo a la credibilidad de la información y, lo hacen regularmente.

#### IV. DISCUSIÓN

Los resultados de la investigación muestran la relación existente entre el uso de Facebook (consumo de la red social, relaciones sociales, fanatismo) y el consumo de noticias (interés por las temáticas, interés por el ámbito geográfico, necesidad de información, valoración de las informaciones noticiosas y por la credibilidad de la información), así como sus niveles en una población de 81 estudiantes de secundaria de una institución educativa privada en la ciudad de Chimbote, quienes tienen entre 16 a 18 años de edad y se relaciona con el interés de la investigación sustentada en la introducción.

El estudio realizado por Cardoso (2014), en Chile, precisa en su resumen que se obtuvo una relación significativa entre el uso que le otorgan a la red social Facebook y el consumo de noticias (0,432 según la prueba Pearson), dicho resultado es muy similar a lo contrastado en la hipótesis central de la investigación, ya que, en la tabla 1, el valor de prueba fue de 0,367 lo que evidenció una correlación positiva, aunque baja entre el uso de Facebook y el consumo de noticias en estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019, por tanto, se admite la hipótesis de investigación que afirma la relación.

Catalina-García, García y Montes (2015), de la Universidad Rey Juan Carlos, ubicada en España, dieron a conocer que el hábito del joven con relación al consumo de noticias en internet es alto (99.6%); cabe precisar que la mitad de los encuestados fueron varones y la otra mitad, mujeres. Dicha tendencia quedó constatada en los datos de la Tabla 2, un 17% de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” consideraron como regular el uso de Facebook, para un 77% el nivel es bueno y para el 6% es muy bueno, es conveniente también precisar que el muestreo se conformó por jóvenes de ambos sexos.

Además, en Costa Rica, el artículo de Siles, Campos y Segura (2018) se estudió la interacción de los usuarios frente al contenido noticioso publicado en Facebook (además de otras redes sociales), revelándose un elevado consumo de informaciones periodísticas (58%); ello también se refleja en la Tabla 3, el 7% de los estudiantes de

nivel secundario de la Institución Educativa “San José” consideraron como muy malo el consumo de noticias, para el 3.7% es malo, para el 54% el nivel es regular y para el restante 34.5% es bueno; de acuerdo a los docentes, los alumnos tienen como exigencia conocer hechos de actualidad.

Manrique y Hernandez (2015) resume su investigación en la demostración de cómo la adaptación de un diario a digital puede cambiar el desarrollo cultural de la población de estudio. La investigación fue correlacional y como tal, evidenció una consistente relación entre cibernautas de Facebook y búsqueda de información de acuerdo a la identidad cultural diversa (84.3% de regularidad), con enfoque mixto; pues se aplicó una encuesta y entrevista para obtener los datos de la muestra total de 70 jóvenes ello es muy similar a lo hallado en la Tabla 4, donde el valor de correlación obtenido fue de 0,171 lo que estableció una Correlación positiva, aunque baja entre la variable uso de Facebook y la dimensión Interés por las temáticas.

Los investigadores Arapa y Mendoza (2017), de la Universidad Nacional de San Agustín, revelaron en su informe que las personas encuestadas tienen tendencia al uso de la red social Facebook, lo cual guarda mucha relación con su interés de lugares de procedencia y la participación ciudadana (59% y 13.7% de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente), pues en el resultado del instrumento lo confirmaron. Dichos resultados resultan coincidentes con la Tabla 5, el valor de correlación obtenido fue de 0,083 lo que estableció una Correlación positiva entre la variable uso de Facebook y la dimensión Interés por el ámbito geográfico.

Asimismo, el estudio realizado por Cardoso (2014), precisa en su contenido que de esta investigación se obtuvo una relación significativa entre el uso que le otorgan a la red social Facebook y la demanda de noticias policiales, culturales, ecológicas, políticas, sociales, entre otros, (el 35% consume noticias en Facebook por la necesidad de informarse); dichos datos fueron corroborados por lo hallado en la Tabla 6, el valor de correlación obtenido fue de 0,201 (según la prueba Pearson), lo que estableció una Correlación positiva entre el uso de Facebook y la dimensión Necesidad de información diversa (como por ejemplo, de actualidad local y nacional).

El informe realizado por Collantes (2017), en la Universidad César Vallejo, planteó como objetivo general analizar la relación del uso de las redes sociales con los fines informativos; y pudo conocer que el uso de Facebook – además de Twitter - se realiza con fines de realizar información periodística (60%) y, simultáneamente, llama la atención los casos relacionados a política; ello guarda correspondencia con lo hallado en la Tabla 7; pues el valor de correlación obtenido fue de 0,420 lo que estableció una Correlación positiva media entre el uso de la red social Facebook y la dimensión Valoración de las informaciones noticiosas.

Ávila y Zarabia (2017), presentaron en su investigación, una relación positiva de manera concluyente entre el consumo de las redes sociales y la búsqueda de información verídica (considerando un 46% de fuente confiable a los periodistas que redactan en dicho medio), y por ende confiable; el medio en referencia para los encuestados se trató del Diario de Chimbote; tales datos guardan una similitud a lo obtenido en la Tabla 8, donde el valor de correlación obtenido fue de 0,070 lo que estableció una Correlación positiva media entre el uso de Facebook y la dimensión Por la credibilidad de la información, ya que dicho medio es pionero en la ciudad, muy aparte de llevar su nombre.

## V. CONCLUSIONES

1. Se determinó la relación entre el uso de Facebook y el consumo de noticias en estudiantes de quinto de secundaria de la I.E.P. San José, Chimbote – 2019; mediante la prueba Rho de Spearman, con lo que se obtuvo un valor de correlación positiva baja de 0,367, dicho resultado fue consistente dado que, se obtuvo una significancia de 0.001, lo cual es inferior al parámetro 0.05; esto quiere decir que, cuanto mayor sea el uso de Facebook, mayor será el consumo de noticias (tabla 1).
2. Existe una predominante aceptación (77%), según los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa Particular “San José”, pues consideraron como bueno el uso de Facebook, para el 17% el nivel es regular y para el 6% es muy bueno; esto debo a que consideran de dicha red social es muy útil en la actualidad, pues es la plataforma digital más completa (tabla 2).
3. Existe una predominante regularidad en el consumo de noticias de entorno público (54%), según los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José”, pues consideraron como regular el consumo de noticias. El 7% de los estudiantes de secundaria consideraron como muy malo su consumo de noticias, para el 3.7% es malo, para el 54% el nivel es regular y para el restante 34.5% es bueno; pues todo ser humano tiene la necesidad de enterarse lo que acontece en su entorno (tabla 3).
4. Existe relación positiva, aunque baja, entre la variable uso de Facebook y el interés por las temáticas  $\rho = (0,171)$ ; el interés por el ámbito geográfico (0.083), la necesidad de información  $\rho = (0.201)$ , la valoración de las informaciones noticiosas (0.420) y, la credibilidad de la información  $\rho = (0.070)$ , siendo estas cinco últimas, las dimensiones del consumo de noticias de los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E.P. San José, Chimbote – 2019; debido a que el consumo de noticias varía de acuerdo al uso de noticias hacia la misma dirección (tabla 4, 5, 6, 7 y 8).

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Se sugiere al director de la institución educativa San José de Chimbote, implementar capacitaciones para el análisis de mensajes periodísticos con el fin de discernir los hechos verídicos de las new fakes (noticias falsas).
2. A los alumnos de la institución educativa San José instruirse en la importancia de las noticias locales, nacionales e internacionales y comentarlas con sus compañeros de clase en grupos privados y abiertos en la red social Facebook.
3. A los docentes de la institución educativa San José, ilustrar y comentar hechos de actualidad reportados según medios periodísticos en las redes sociales.
4. Y a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo – Chimbote, involucrase académicamente más en el estudio de las variables uso de Facebook y consumo de noticias con el fin de profundizar la presente investigación.

## REFERENCIAS

- Aguilera, P. y Valencia, S. (2017). *Tratamiento informático de la información*. Madrid: Editex S. A.
- Álvarez, G. (2017). *Los textos narrativos: la noticia*. España. Lengua y comunicación.
- Álvarez, J. y De Haro, G. (abril, 2017). Millennials, la generación emprendedora. *Fundación telefónica Educared (28013)*. Recuperado de: [http://educared.fundaciontelefonica.com.pe/wp-content/uploads/2018/04/Millennials\\_lageneracionemprendedora.pdf](http://educared.fundaciontelefonica.com.pe/wp-content/uploads/2018/04/Millennials_lageneracionemprendedora.pdf)
- Arapa, C. y Mendoza, M. (2017). *El periodismo ciudadano en cibermedios de Facebook Frase Corta y HBA Noticias de Arequipa, Tercer trimestre de 2017*. (Tesis de licenciatura), Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa). Recuperado de: <http://bibliotecas.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/4687/CCarhucl.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arcila, C., López, M. y Pena, J. (marzo, 2017): *El efecto condicional indirecto de la expectativa de rendimiento en el uso de Facebook, Google+, Instagram y Twitter por jóvenes*. *Revista Latina de Comunicación Social (0072)*. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1181/31es.html>
- Arteaga, R.; Cortijo, V. y Javed, U. (enero, 2014). *Students' perceptions of Facebook for academic purposes*. *Computers & Education, vol. 70*, pp. 138-149.
- Ávila, H. y Zarabia, I. (2017). *Tratamiento informativo de las notas deportivas del Diario de Chimbote, durante los meses de febrero-abril del 2015*. (Tesis de licenciatura), Universidad Nacional del Santa). Recuperado de: <http://repositorio.uns.edu.pe/bitstream/handle/UNS/2999/46320.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Beckett, C. & Deuze, M. (January, 2016). On the Role of Emotion in the Future of Journalism. *Social Media + Society* 2(3). Available: <http://sms.sagepub.com/content/2/3/2056305116662395.long>
- Bosch, T. y Currin, B. (enero, 2014). Usos y gratificaciones de los ordenadores en personas mayores en Sudáfrica. *Revista Comunicar (0045)* Recuperado de:

<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/10970/Usos%20y%20gratificaciones.pdf?sequence=5>

Campos, F. (setiembre, 2013). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de comunicación social* (02334). Recuperado de:[http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/23\\_34\\_Santiago/Francisco\\_Campo\\_s.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campo_s.html)

Cardoso, M. (enero, 2014). *Consumo de noticias de medios digitales en Facebook*. (Tesis de licenciatura, Universidad de Concepción). Recuperado de: [http://repositorio.udec.cl/bitstream/handle/11594/1720/Tesis\\_Consumo%20de%20noticias%20de%20medios%20digitales%20en%20Facebook.Image.Marked.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR0\\_KVjNzfWicCR4LGo5Nrs1sVc45fs-cr5TKNGCJ-Dz1sGvbyD4HxhDt8Q](http://repositorio.udec.cl/bitstream/handle/11594/1720/Tesis_Consumo%20de%20noticias%20de%20medios%20digitales%20en%20Facebook.Image.Marked.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR0_KVjNzfWicCR4LGo5Nrs1sVc45fs-cr5TKNGCJ-Dz1sGvbyD4HxhDt8Q)

Catalina-García, B. , García, A. y Montes, M. (diciembre, 2015). Jóvenes y consumo de noticias a través de internet y los medios sociales. *Historia y comunicación social* 20(2). Recuperado de: [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/43261514/Articulo\\_publicado.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DJovenes\\_y\\_consumo\\_de\\_noticias\\_a\\_traves\\_d.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20191021%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4\\_request&X-Amz-Date=20191021T113806Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=49218af8533305935058e4005a961e3e29f923636e010552114098bfd b94d697](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/43261514/Articulo_publicado.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DJovenes_y_consumo_de_noticias_a_traves_d.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20191021%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20191021T113806Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=49218af8533305935058e4005a961e3e29f923636e010552114098bfd b94d697)

Cheung, C.; Chiu, P. & Lee, M. (octubre, 2014). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior*, vol. 27, núm. 4, pp. 1337-1343.

Collantes, Y. (2017). *Uso de Twitter como recurso periodístico y su relación con el tratamiento informativo de los periodistas asignados al Congreso de la República, Lima, 2017*. (Tesis de licenciatura) Universidad César Vallejo. Recuperado de:

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15529/Collantes\\_HYM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15529/Collantes_HYM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Corporación Colombia Digital (2014). *Generaciones y tecnologías*. Bogotá: Colombia digital – cuadernillo. Recuperado de: <http://www.holista.es/spip/IMG/pdf/generaciones-y-tecnologias.pdf>

Cruz, J. y Suárez, J. (2016). *Desafíos éticos en el periodismo digital*. Madrid: Dykinson.

Delponti, P. y Pestano, J. (2016). *El papel del periodismo cultural en la construcción simbólica de un imaginario social globalizado*. España. Universidad de La Laguna.

Domínguez, J. (2015). *Manual de Metodología de la investigación científica*. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Franco, G. (2015). *El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe*. El Caribe. Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas.

García, N. (2019). *Factores que determinan la lectoría de los usuarios del medio periodístico nativo digital Chimbote en línea, 2018*. (Tesis de maestría), Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperado de: [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/5078/1/REP\\_MAEST\\_COM\\_NORA.GARCIA\\_MEDIO.PERIODISTICO.NATIVO\\_DATOS.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/5078/1/REP_MAEST_COM_NORA.GARCIA_MEDIO.PERIODISTICO.NATIVO_DATOS.pdf)

Gómez, S. (2012). *Metodología de la Investigación*. México: Red Tercer Milenio.

González, I. (febrero, 2018). Cuántos usuarios tiene Facebook en el mundo y otras estadísticas de uso. *Ilifebelt* (0218). Recuperado de: <https://ilifebelt.com/cuantos-usuarios-tiene-facebook-en-el-mundo/2018/02/>

Gonzales, E. (2016). *La noticia y el reportaje*. Colombia. Centro de investigación y comunicación

González, M. (2016) *Las Redes Sociales y su Incidencia en la Forma en que los Jóvenes se Comunican y Utilizan la Lengua: Perspectiva de los Docentes de Lenguaje y Comunicación*. (Tesis de Maestría), Universidad de Chile. Recuperado de:

[http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/136443/Tesis\\_Melisa\\_Gonzalez\\_Hernandez.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/136443/Tesis_Melisa_Gonzalez_Hernandez.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Grajales, F. (2016). *Criterios complementarios para la segmentación de clientes no residenciales en una empresa de servicios públicos domiciliarios*. Colombia. Editorial EAFIT.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C. y Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de investigación*. México: McGraw Hill.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGraw Hill.
- Igartua, J. y Rodríguez, I. (junio, 2016). Correlatos motivacionales del uso y la satisfacción con Facebook en jóvenes españoles. *Cuadernos.info*, (38), 107-119. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.38.848>
- Iñigo, A., Martín, R. & Puebla, B. (2015). *Apuntes para la formación: redacción periodística*. España. Ire comunicación, Gobierno de España.
- Jacobson, J; Gruzd, A. & Hernández, A. (2019). Journal of Retailing and Consumer Services. *ESevier (03.1016)*. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.001>
- Jiménez, G. (2016). *Las agencias de noticias: desigualdad entre las naciones y noticias internacionales*. Bogotá: Libro blanco de prensa.
- Manrique, C. y Hernandez, S. (2015). *Influencia de medios digitales periodísticos en la identidad cultural de los jóvenes residentes en la urbanización San Andrés – Trujillo*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo). Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4339/TESIS%20MANRIQUE%20GOICOCHEA-HERNANDEZ%20NEYRA%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Matas, A. (marzo, 2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa* 20(1). Recuperado de: <file:///C:/Users/Cesar/Downloads/1347-13704-1-PB.pdf>
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. Recuperado de: [https://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/metodos\\_y\\_tecnicas.pdf](https://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/metodos_y_tecnicas.pdf)
- Merino, J. (2015). La importancia de la información. Diario información. Publicación anticipada en línea. Doi: <https://www.diarioinformacion.com/opinion/2015/04/05/importancia-informacion/1617532.html>
- Monleon-Getino, A. (2015). El impacto del Big-data en la Sociedad de la Información. Significado y utilidad. *Historia Y Comunicación Social*, 20(2). Recuperado de: [https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2015.v20.n2.51392](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51392)
- Morán, Serví y Alquicira (2015). TIC (Internet) y Ciberterrorismo. *Revista Seguridad* (23). Recuperado de: <https://revista.seguridad.unam.mx/numero23/tic-internet-y-ciberterrorismo>.
- Multiplicalia (2019). *Redes sociales más usadas en este año*. Recuperado de: <https://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-en-2019/>
- Núñez, L. y Vásquez, T. (2008). *Los líderes de opinión*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/277802584\\_Los\\_lideres\\_de\\_opinion](https://www.researchgate.net/publication/277802584_Los_lideres_de_opinion)
- Ríos, J. (enero, 2014). El concepto de información: dimensiones bibliotecológica, sociológica y cognoscitiva. *Bibliotecológica* (28). Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/ib/v28n62/0187-358X-ib-28-62-00143.pdf>
- Riquelme, R. (setiembre, 2016). Seis datos sobre cambios en el consumo de noticias. *El economista* (0040). Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/6-datos-sobre-los-cambios-en-el-consumo-de-noticias-20160919-0040.html>
- Rodríguez y Hernández (enero, 2008). La deserción universitaria en México. La experiencia de la Universidad Autónoma Metropolitana Campus Iztapalapa.

Instituto de investigación en educación. *Actualidades investigativas en educación*.  
(8) Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/447/44780116.pdf>

Salazar, C. y Del Castillo, S. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*. México. McGraw Hill Interamericana.

Sanagustín, E. (diciembre, 2017). Vender más con marketing digital. *Ecoediciones* (978).  
Recuperado de: <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/12/Vender-m%C3%A1s-con-marketing-digital.pdf>

San Román, D. (2015). *El clictómano. Síntomas del nuevo consumidor y los intentos de cura del Marketing Digital*. Lima: Instituto San Ignacio de Loyola.

Siles, I., Campos, P. y Segura, A. (febrero, 2018). Sitios costarricenses de noticias en Facebook: ¿Qué 'likean', comentan y comparten sus usuarios? *Revista de Ciencias sociales* (160). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15357108006>

Sosa, J. y Arcila, C. (2013). *Manual de teoría de la comunicación I: Primeras explicaciones*. Barranquilla: Universidad del Norte.

Van, J. (2019). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Barcelona: Siglo XXI Editores.

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de consistencia

Formulación	Objetivos	Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición		
¿Cuál es la relación entre el uso de Facebook y el consumo de noticias en los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019?	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Demostrar la relación del uso de Facebook y el consumo de noticias en estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>Determinar el nivel del uso de Facebook de los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.</p> <p>Identificar el consumo de noticias de los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.</p>	Uso de Facebook	Se define como un servicio, cuyo uso, permite a los individuos lo siguiente: construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema (Arcila, et al., 2017, p.11).	El uso de esta red social, permite una interconexión masiva capaz de desglosarse a partir de sus dimensiones: Consumo de red social, relaciones sociales y seguidos, los mismos que se obtienen mediante medición (encuesta).	Consumo de la red social	Frecuencia	1	Ordinal Muy bueno: 84 - 100 Bueno: 68- 83 Regular: 52 - 67 Malo: 36- 51 Muy malo: 20- 35		
						Finalidad informativa	2			
						Dispositivo de conexión	3			
						Relaciones sociales	Intereses		4	
						Contactos	5			
						Interacción	6, 7			
						Eficiencia del mensaje	8			
						Fanatismo	Seguidos		9, 10	
				Consumo de noticias	El acceso a contenidos noticiosos que cumplen con los parámetros del periodismo, adaptado al medio del cual se está transmitiendo. (Riquelme, 2016, párr.2)	Percepciones del hábito de recopilar, seleccionar y leer notas informativas los mismos que se obtienen mediante medición (encuesta).	Interés por las temáticas		Cultural - educativo	1
							Policiales		2	
					Políticas	3				
					Espectáculos	4				
					Interés por el ámbito geográfico	Internacionales	5			
					Nacionales	6				
					Locales	7				
					Necesidad de información	Necesidad propia	8			
						Necesidad por otras personas	9			

Determinar la relación de la variable uso de Facebook sobre las dimensiones del consumo de noticias de los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.					Valoración de las informaciones noticiosas	Actualidad	10	
						Novedad	11	
						Importancia	12	
					Por la credibilidad de la información	Confianza en la línea editorial	13	

Fuente: Las dimensiones del uso de Facebook se sustentan teóricamente en Arcila, et al. (2017) y de la variable Consumo de noticias de Riquelme (2016) .

## Anexo 2: Instrumentos y ficha técnica

### Anexo 2.1: Instrumento N° 1: Cuestionario para identificar el nivel de uso de Facebook en estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019.

#### Estimado(a) alumno(a):

El siguiente instrumento tiene por finalidad medir el nivel de influencia del uso de Facebook en los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019, mediante el desglosamiento de sus dimensiones.

**Instrucciones:** Marque con una “x” la opción de respuesta que crea conveniente, según su percepción, de acuerdo a cada interrogante planteado en el cuestionario; según la siguiente escala:

Muy Malo	Malo	Ni bueno ni malo	Bueno	Muy Muy Bueno
1	2	3	4	5

#### Datos Generales:

Edad:

Género: M            F

PREGUNTAS	Opción de Respuesta				
	1	2	3	4	5
<b>VARIABLE: Uso de Facebook</b>					
<b>DIMENSIÓN 1: Consumo de la red social</b>					
1. ¿En qué nivel su encuentra la frecuencia del uso de Facebook?					
2. ¿En qué nivel se encuentra su uso de Facebook con fines informativos?					
3. ¿En qué medida se encuentra su uso de teléfono móvil para acceder a Facebook?					
<b>DIMENSIÓN 2: Relaciones sociales</b>					
4. ¿En qué nivel se encuentra su interés en socializar, al conectarse a Facebook?					
5. ¿En qué nivel considera encontrarse la influencia de los contactos de Facebook?					
6. ¿En qué medida se encuentra, para usted, la eficiencia de las reacciones de Facebook?					
7. ¿En qué medida se encuentra, para usted, la eficiencia de la interacción de Facebook?					
8. ¿En qué medida se encuentra, para usted, la eficiencia el mensaje de Facebook?					

<b>DIMENSIÓN 3: Seguidos</b>					
9. ¿En qué nivel se encuentra la influencia de los personajes favoritos que sigue en Facebook?					
10. ¿En qué nivel influye la carrera de su personaje favorito en su elección próxima?					

## FICHA TÉCNICA (01)

### I. DATOS INFORMATIVOS

1. **Técnica e instrumento:** Encuesta / Cuestionario
2. **Nombre del instrumento:** Cuestionario “Uso de Facebook”
3. **Autor original:** Litwin y Stringer (1968)
4. **Forma de aplicación:** Colectiva.
5. **Medición:** Nivel de Uso de Facebook
6. **Administración:** Estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote
7. **Tiempo de aplicación:** 30 minutos

### II. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

Diagnosticar el nivel de uso de Facebook de los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019.

### III. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD:

El instrumento fue sometido a juicio de expertos; esto según lo indica Hernández et al. (2014), a fin de analizar las proposiciones para comprobar si los enunciados están bien definidos en relación con la temática planteada, y si las instrucciones son claras y precisas, a fin de evitar confusión al desarrollar la prueba. Para la **validación** se emplearon como procedimientos la selección de los expertos, en investigación y en la temática de investigación. La entrega de la carpeta de evaluación a cada experto: cuadro

de operacionalización de las variables, instrumento y ficha de opinión de los expertos; mejora de los instrumentos en función a las opiniones y sugerencias de los expertos.

Para establecer la confiabilidad del instrumento, se aplicó una prueba piloto; posterior a ello, los resultados fueron sometidos a los procedimientos del método Alpha de Cronbach, citado por Hernández et al. (2014); el cálculo de confiabilidad que obtuvo del instrumento fue  $\alpha= 0,82$ , resultado que a luz de la tabla de valoración e interpretación de los resultados de Alpha de Cronbach se asume como una confiabilidad muy fuerte, que permite determinar que el instrumento proporciona la confiabilidad necesaria para su aplicación.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,82	10

#### **IV. DIRIGIDO A:**

81 estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019.

#### **V. MATERIALES NECESARIOS:**

Fotocopias del instrumento, lapiceros, correctores.

#### **VI. DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO:**

El instrumento referido presenta 10 ítems con una valoración de 1 a 5 puntos cada uno (Muy Malo= 1, Malo=2, Ni Bueno Ni malo, Bueno=4 y Muy Bueno=5); los cuales están organizados en función a las dimensiones de la variable uso de Facebook.

La evaluación de los resultados se realiza por dimensiones y por todos los enunciados (variable), considerando la valoración referenciada. Los resultados, de la escala de estimación serán organizados o agrupados en función a la escala establecida.

## DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES

Consumo de la red social	1,2,3
Relaciones sociales	4,5,6,7,8
Seguidos	9,10

## PUNTAJE POR DIMENSIÓN Y VARIABLE

Niveles	A nivel de variable	A nivel de dimensión		
		D1	D2	D3
Muy Bueno	76 -90	41-50	29-35	25-30
Bueno	61 - 75	31-40	22-28	19-24
Regular	47 - 60	21-30	15-21	13-18
Malo	32 - 46	11-20	8-14	7-12
Muy malo	18 - 31	0-10	0 -7	0-6

**Anexo 2.3: Validación N° 1: Variable nivel de uso de Facebook.**

**RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario SERVQUAL – Uso de Facebook de los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**OBJETIVO:** Determinar el nivel de uso de Facebook de los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

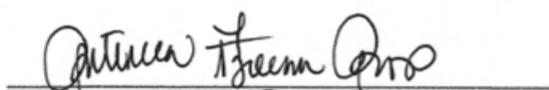
**DIRIGIDO A:** Estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:** Figueroa Rojas, Patricia del Valle

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:** Doctorado en Educación.



**Dra:** Patricia Figueroa Rojas

**DNI:** 001899351

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (X).

## RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario SERVQUAL – Uso de Facebook de los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**OBJETIVO:** Determinar el nivel de percepción de los estereotipos de la mujer en la publicidad de Saga Falabella, según la población en Chimbote, 2019.

**DIRIGIDO A:** Estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:** González Rueda, Néstor Daniel

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:** Magíster en Gestión y Dirección del Talento Humano.



**Mgtr:** González Rueda, Néstor Daniel

**DNI:** 32991045

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (X).

## RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario SERVQUAL – Uso de Facebook de los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**OBJETIVO:** Determinar el nivel de uso de Facebook de los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**DIRIGIDO A:** Estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:** Flores Sifuentes, Dennis Herman.

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:** Magister en Docencia Universitaria.



**Mgtr:** Flores Sifuentes, Dennis Herman

**DNI:** 32914697

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (X).

# Cálculo de Confiabilidad (Alfa de Cronbach)

## PARA MEDIR LA VARIABLE: USO DE FACEBOOK

Alfa de Cronbach Fiabilidad	Nº de elementos
0.82	10

Nº ENCUESTADO	1. ¿En qué nivel se encuentra la influencia de la red de Facebook?	2. ¿En qué nivel se encuentra el uso de Facebook con fines informativos?	3. ¿En qué medida se encuentra el uso de tu teléfono móvil para acceder a Facebook?	4. ¿En qué nivel se encuentra el uso de la red de Facebook para contactar o conectarse a Facebook?	5. ¿En qué nivel se encuentra la influencia de las acciones de la red de Facebook?	6. ¿En qué medida se encuentra el uso de la red de Facebook para la interacción de la red de Facebook?	7. ¿En qué medida se encuentra el uso de la red de Facebook para la interacción de la red de Facebook?	8. ¿En qué medida se encuentra el uso de la red de Facebook para la interacción de la red de Facebook?	9. ¿En qué nivel se encuentra la influencia de la red de Facebook para la interacción de la red de Facebook?	10. ¿En qué nivel se encuentra la influencia de la red de Facebook para la interacción de la red de Facebook?	
1	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	42
2	1	4	4	3	3	4	1	2	4	1	21
3	3	3	5	4	3	4	4	4	3	4	37
4	4	4	4	3	1	1	1	3	3	2	26
5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	46
6	4	5	4	4	4	3	3	4	5	5	41
7	5	4	5	5	3	3	4	4	5	4	42
8	3	2	4	3	2	4	2	1	4	2	27
9	4	4	4	2	3	5	4	4	3	3	36
10	3	4	4	4	1	3	4	1	3	3	30
11	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	46
12	2	4	5	3	4	4	4	3	3	3	35
13	3	5	4	4	3	4	5	4	4	5	41
14	4	5	5	5	4	3	4	5	4	5	44
15	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	43
16	1.390952381	0.142857143	0.266666667	0.142857143	0.323009524	1.035230035	1.685114286	1.028511429	0.635230035	1.666666667	49.99095239
17	suma de var/item	11.02857143									
18	k	20									
19	alfa	0.820362644									
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											

**α Interpretación**

> 0,9 excelente

> 0,8 bueno

> 0,7 aceptable

> 0,6 cuestionable

> 0,5 malo

El presente cálculo corresponde a un instrumento de 10 preguntas y se realizó a una muestra piloto de 15 personas, con una escala de liker de 1 a 5, desde 5 alternativas

**LEYENDA DE CÓDIGOS**

5- Muy Alta

4- Alta

3- Media

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i^2}{V_T} \right]$$

α - Alfa de Cronbach  
K - número de ítems

**Anexo 2.4: Instrumento N°2: Cuestionario para identificar el nivel de influencia del uso de Facebook en el consumo de noticias.**

**Estimado(a) alumno(a):**

El siguiente instrumento tiene por finalidad medir el nivel de consumo de noticias en los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019, mediante el desglosamiento de sus dimensiones.

**Instrucciones:** Marque con una “x” la opción de respuesta que crea conveniente, según su percepción, de acuerdo a cada interrogante planteado en el cuestionario; según la siguiente escala:

Muy en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	2	3	4	5

**Datos Generales:**

Edad:

Género: M            F

PREGUNTAS	Opción de Respuesta				
	1	2	3	4	5
<b>VARIABLE: Consumo de noticias</b>					
<b>DIMENSIÓN 1: Interés por las temáticas</b>					
1, ¿Gustas mucho de las noticias de corte cultural o educativo?					
2, ¿Te interesan siempre las noticias policiales?					
3, ¿Te resulta interesante las noticias sobre temas políticos?					
4, ¿Las noticias sobre farándula y espectáculos está en tus preferencias?					
<b>DIMENSIÓN 2: Interés por el ámbito geográfico</b>					
5, ¿Procuras enterarte de sucesos de nivel internacional?					
6, Con frecuencia ¿Te interesas las noticias nacionales?					
7, ¿Siempre te informas de las noticias locales?					
<b>DIMENSIÓN 3: Necesidad de información</b>					
8, A menudo cuando lees una noticia ¿Se debe por algo que tiene interés para ti?					
9, En ocasiones ¿Lees noticias porque traen un interés por otras personas que conoces?					
<b>DIMENSIÓN 4: Valoración de las informaciones noticiosas</b>					
10, ¿Valoras mucho la actualidad de las noticias que lees?					
11, ¿Te atraen a leer las noticias que ofrecen alguna novedad?					
12, ¿Prestas mucha atención a las noticias que revelan algo importante?					
<b>DIMENSIÓN 5: Por la credibilidad de la información</b>					

13. ¿Tomas en cuenta la credibilidad de la línea editorial de las noticias que lees?					
--	--	--	--	--	--

## FICHA TÉCNICA (02)

### I. DATOS INFORMATIVOS

1. **Técnica e instrumento:** Encuesta / Cuestionario
2. **Nombre del instrumento:** Cuestionario “Uso de Facebook”
3. **Autor original:** Litwin y Stringer (1968)
4. **Forma de aplicación:** Colectiva.
5. **Medición:** Nivel de Consumo de Noticias
6. **Administración:** Estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote
7. **Tiempo de aplicación:** 30 minutos

### II. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

Diagnosticar el nivel de consumo de noticias de los estudiantes de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019.

### III. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD:

El instrumento fue sometido a juicio de expertos; esto según lo indican Hernández et al. (2014), a fin de analizar las proposiciones para comprobar si los enunciados están bien definidos en relación con la temática planteada, y si las instrucciones son claras y precisas, a fin de evitar confusión al desarrollar la prueba. Para la **validación** se emplearon como procedimientos la selección de los expertos, en investigación y en la temática de investigación. La entrega de la carpeta de evaluación a cada experto: cuadro

de operacionalización de las variables, instrumento y ficha de opinión de los expertos; mejora de los instrumentos en función a las opiniones y sugerencias de los expertos.

Para establecer la confiabilidad del instrumento, se aplicó una prueba piloto; posterior a ello, los resultados fueron sometidos a los procedimientos del método Alpha de Cronbach, citado por Hernández et al. (2014); el cálculo de confiabilidad que obtuvo del instrumento fue  $\alpha = 0,86$ , resultado que a luz de la tabla de valoración e interpretación de los resultados de Alpha de Cronbach se asume como una confiabilidad muy fuerte, que permite determinar que el instrumento proporciona la confiabilidad necesaria para su aplicación.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,86	13

#### **IV. DIRIGIDO A:**

81 estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote – 2019.

#### **V. MATERIALES NECESARIOS:**

Fotocopias del instrumento, lapiceros, correctores.

#### **VI. DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO:**

El instrumento referido presenta 10 ítems con una valoración de 1 a 5 puntos cada uno (Muy en desacuerdo= 1, En Desacuerdo=2, Ni De Acuerdo Ni En Desacuerdo=3, De Acuerdo=4, Muy De Acuerdo=5); los cuales están organizados en función a las dimensiones de la variable consumo de noticias.

La evaluación de los resultados se realiza por dimensiones y por todos los enunciados (variable), considerando la valoración referenciada. Los resultados, de la escala de estimación serán organizados o agrupados en función a la escala establecida.

## DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES

Interés por las temáticas	1,2,3,4
Interés por ámbito geográfico	5,6,7
Necesidad de información	8,9
Valoración de las informaciones noticiosas	10,11,12
Por la credibilidad de la información	13

## PUNTAJE POR DIMENSIÓN Y VARIABLE

Niveles	A nivel de variable	A nivel de dimensión				
		D1	D2	D3	D4	D5
Muy Bueno	76 -90	41-50	29-35	25-30	29-35	29-35
Bueno	61 - 75	31-40	22-28	19-24	22-28	22-28
Regular	47 - 60	21-30	15-21	13-18	21-30	15-21
Malo	32 - 46	11-20	8-14	7-12	11-20	8-14
Muy malo	18 - 31	0-10	0 -7	0-6	0-10	0 -7

**Anexo 2.6: Validación N° 2: Consumo de noticias de los estudiantes de quinto año.**

**RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario SERVQUAL – Consumo de noticias de los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**OBJETIVO:** Determinar el nivel de consumo de noticias de los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

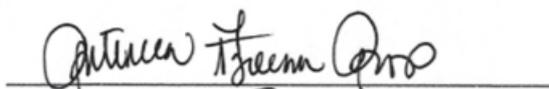
**DIRIGIDO A:** Estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:** Figueroa Rojas, Patricia del Valle.

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:** Doctorado en Educación.



**Dra:** Figueroa Rojas, Patricia del Valle

**DNI:** 001899351

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (X).

## RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario SERVQUAL – Consumo de noticias de los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**OBJETIVO:** Determinar el nivel de consumo de noticias de los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**DIRIGIDO A:** Estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:** González Rueda, Néstor Daniel

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:** Magíster en Gestión y Dirección del Talento Humano.



**Mgtr:** González Rueda, Néstor Daniel

**DNI:** 32991045

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (X).

## RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario SERVQUAL – Consumo de noticias de los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**OBJETIVO:** Determinar el nivel de consumo de noticias de los estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**DIRIGIDO A:** Estudiantes de quinto año de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:** Flores Sifuentes, Dennis Herman.

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:** Magister en Docencia Universitaria.



**Mgtr:** Flores Sifuentes, Dennis Herman

**DNI:** 32914697

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (X).

Cálculo de Confiabilidad (Alfa de Cronbach)

**PARA MEDIR LA VARIABLE: CONSUMO DE NOTICIAS.**

Alfa de Cronbach Fiabilidad	Nº de elementos
0.86	13

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
<b>Nº ENCUESTADO</b>	1. Para qué tanto influye el estar practiciando la selección de una carrera universitaria?	2. ¿En qué medida relaciona la ocupación que el estudiante posee con la selección de la carrera?	3. ¿Qué tanta influencia tiene el haberse conformado con la elección de una carrera?	4. ¿En qué medida influye la conformación familiar con la elección de una carrera?	5. ¿En qué nivel encuentra la elección de una carrera con el tipo de colegio en que estudia (cotatalla)?	6. ¿En qué nivel influye el rendimiento académico con la elección de una carrera?	7. ¿En qué medida influye la familia con la elección de una carrera?	8. ¿En qué medida influye la expectativa académica con la selección de una carrera universitaria?	9. ¿En qué medida influye el interés por aprender en la selección de una carrera universitaria?	10. ¿En qué medida influye en usted, la información del sistema con la selección de una carrera universitaria?								
1	5	2	3	1	4	1	2	4	4	2	28							
2	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	40							
3	2	3	3	2	2	4	3	4	4	3	30							
4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	2	31							
5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37							
6	4	2	5	3	4	4	3	5	4	3	37							
7	2	3	3	1	3	2	1	4	3	2	24							
8	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	38							
9	2	1	3	2	4	2	2	3	4	3	26							
10	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	33							
11	1	2	4	2	3	3	3	3	4	3	28							
12	3	1	2	1	4	2	1	3	3	3	23							
13	4	4	4	3	3	4	3	4	5	2	36							
14	5	5	4	4	4	5	2	4	5	4	42							
15	5	4	5	4	3	3	5	2	5	4	40							
	1.68571	1.42857	0.66667	1.25714	0.4	1.12381	1.35238	0.6381	0.55238	0.6381	40.3238							
suma de var	9.743																	
k	20																	
alfa	0.802																	
	$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V} \right]$																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th><math>\alpha</math></th> <th>Interpretación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>&gt; 0,9</td> <td>excelente</td> </tr> <tr> <td>&gt; 0,8</td> <td>bueno</td> </tr> <tr> <td>&gt; 0,7</td> <td>aceptable</td> </tr> </tbody> </table>										$\alpha$	Interpretación	> 0,9	excelente	> 0,8	bueno	> 0,7	aceptable
$\alpha$	Interpretación																	
> 0,9	excelente																	
> 0,8	bueno																	
> 0,7	aceptable																	
	<p>El presente cálculo corresponde a un instrumento de 10 preguntas y se realizó a una muestra piloto de 15 personas, con una escala de liker de 1 a 5, desde 5 alternativas</p>																	
	<p><b>LEYENDA DE CÓDIGOS</b> 5- Muy Alta 4- Alta</p>																	

**Anexo 3: Anexo 3.1. Base de datos de la aplicación del cuestionario sobre Uso de Facebook.**

N°	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10
1	4	3	5	5	3	4	2	4	3	1
2	4	5	5	5	1	4	2	4	4	1
3	4	2	5	4	1	5	4	5	3	5
4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	3
5	4	4	2	4	3	3	3	3	5	5
6	5	5	5	4	3	1	3	4	4	5
7	5	3	2	5	3	4	2	3	4	5
8	3	4	2	4	3	5	5	4	3	4
9	4	4	1	3	4	4	4	3	5	5
10	2	4	5	2	4	5	5	3	1	3
11	1	5	5	5	3	5	3	4	3	5
12	2	4	4	5	1	3	4	5	3	4
13	1	3	5	4	4	5	5	5	3	5
14	4	4	4	5	3	4	3	4	4	3
15	4	3	4	4	2	5	1	4	4	3
16	3	4	4	4	5	4	1	5	4	3
17	4	5	5	4	3	5	3	3	3	4
18	5	5	5	4	5	1	3	3	2	3
19	5	4	5	4	5	3	1	3	4	4
20	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3
21	4	4	5	5	3	3	4	5	4	2
22	4	4	3	3	1	2	5	4	4	4
23	4	4	5	4	5	2	5	5	3	3
24	4	4	5	3	4	5	4	5	5	3
25	4	5	5	5	3	5	3	5	4	5
26	4	4	3	5	4	4	2	5	4	5
27	4	4	5	4	5	4	1	4	3	3
28	3	5	2	5	3	4	2	4	5	3
29	4	4	5	2	3	5	1	5	3	3
30	4	4	4	4	3	3	3	4	1	3
31	3	4	4	4	1	2	4	3	5	4
32	5	4	1	4	1	2	5	4	3	4
33	4	3	5	4	3	3	5	5	1	5
34	4	5	5	4	3	4	3	3	2	2
35	4	4	5	4	1	5	5	5	1	1
36	1	3	5	5	1	4	4	1	1	1
37	1	5	4	5	2	4	3	4	2	3
38	5	2	4	4	2	2	2	4	4	4
39	4	1	3	4	1	5	2	3	4	4
40	4	2	5	4	1	3	4	5	4	4
41	3	1	5	4	1	3	5	4	4	4
42	2	5	4	4	2	3	5	3	1	3
43	4	5	3	5	2	5	2	5	5	5
44	4	4	4	5	2	4	3	5	5	3
45	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5
46	4	4	5	4	5	3	5	4	4	3
47	4	1	4	5	5	5	4	4	5	4

48	1	5	3	2	5	4	5	4	2	3
49	5	1	1	4	4	3	3	3	4	3
50	2	2	4	5	4	3	4	4	5	4
51	4	1	5	4	4	4	5	4	5	5
52	4	2	4	4	1	3	2	4	3	2
53	4	4	5	4	1	2	4	5	4	3
54	4	4	5	4	2	5	3	5	4	3
55	5	5	4	3	4	5	5	5	3	3
56	5	4	3	4	4	5	4	2	3	4
57	3	5	3	4	5	5	3	3	4	5
58	3	4	4	5	5	5	1	4	1	2
59	3	4	4	4	3	3	2	5	4	4
60	4	4	5	4	3	3	1	4	3	3
61	4	4	5	4	3	4	3	4	4	2
62	4	1	5	5	1	4	3	5	5	5
63	2	5	4	4	1	4	4	5	3	5
64	1	4	5	5	1	1	3	5	4	5
65	1	5	4	4	1	1	4	4	3	3
66	4	4	4	4	2	2	5	4	3	3
67	4	4	5	3	3	4	4	4	2	3
68	4	5	5	4	3	4	4	5	3	2
69	4	3	2	3	3	5	4	4	5	4
70	5	5	1	4	1	3	5	5	5	3
71	4	4	3	4	2	5	2	2	4	2
72	5	4	3	5	3	5	4	3	2	3
73	2	5	4	1	3	4	5	5	1	1
74	3	4	5	5	1	2	4	1	1	3
75	4	2	2	5	2	3	4	2	3	3
76	4	1	5	4	1	2	3	4	5	5
77	4	5	2	5	3	5	3	5	1	2
78	3	4	4	4	2	4	2	5	3	4
79	5	4	5	5	5	2	4	4	4	4
80	5	4	5	4	2	3	4	5	4	2
81	4	2	5	4	1	3	4	4	3	5

Fuente: Obtenido de la base de datos de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” en SPSS 25.

### Anexo 3.2. Base de datos de la aplicación del cuestionario sobre Consumo de noticias.

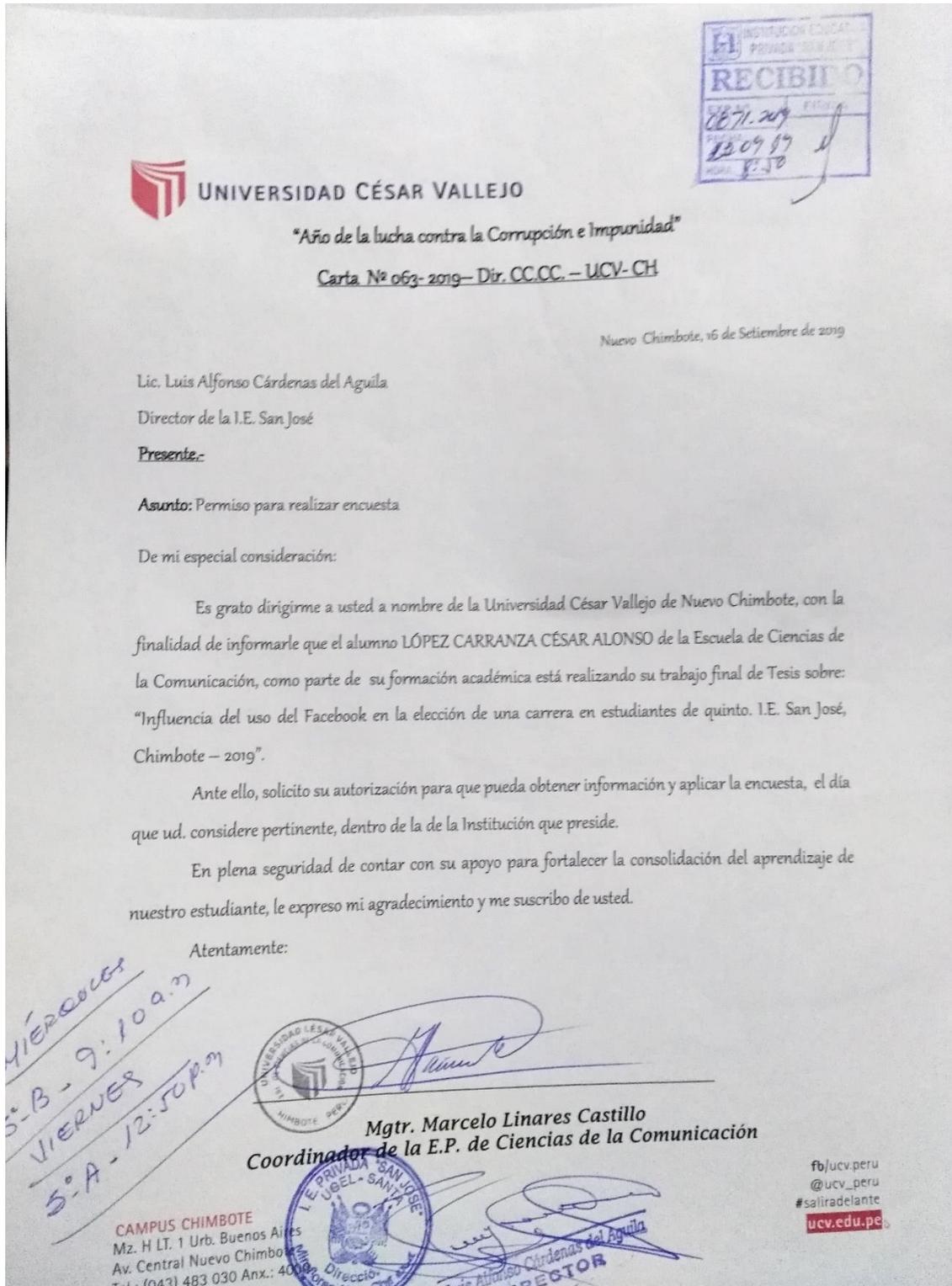
N°	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13
1	2	3	5	3	5	5	3	4	2	4	3	1	3
2	1	1	4	1	1	3	1	1	2	1	2	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	3	1	4	1	1	4	1	1	2	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	4	3	1	3	2	5	2	4	2	3	4	5	1
8	2	3	4	4	2	4	4	5	5	4	3	4	5
9	3	2	3	4	1	3	3	4	4	3	5	5	5
10	3	1	1	4	5	2	4	5	5	3	1	3	1
11	4	4	2	5	5	5	2	5	3	4	3	5	4
12	3	4	3	4	4	5	5	3	4	5	3	4	3
13	1	5	1	4	1	4	3	3	4	5	1	5	1
14	1	3	5	4	5	1	4	4	5	1	5	4	1
15	1	5	1	4	3	4	3	3	4	5	1	5	1
16	1	5	4	4	1	4	3	3	4	4	1	5	4
17	1	5	4	4	3	4	3	3	4	4	1	5	4
18	1	5	1	4	1	4	3	3	4	5	1	5	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	2	1	1	4	5	4	5	3	4	3	3	3	1
21	5	2	1	4	5	5	4	3	4	5	4	2	4
22	4	3	4	4	3	3	1	2	5	4	4	4	4
23	3	1	3	4	5	4	2	2	5	5	3	3	1
24	3	2	4	4	5	3	2	5	4	5	5	3	5
25	4	3	2	5	5	5	2	5	3	5	4	5	3
26	2	5	3	4	3	5	1	4	2	5	4	5	4
27	1	3	1	4	5	4	1	4	1	4	3	3	1
28	3	3	5	5	2	5	2	4	2	4	5	3	5
29	2	2	4	4	5	2	4	5	1	5	3	3	4
30	4	5	2	4	4	4	2	3	3	4	1	3	5
31	1	1	4	1	2	3	3	4	1	1	5	3	2
32	1	1	4	1	2	3	2	4	2	1	5	4	1
33	1	1	4	1	2	3	3	4	2	1	5	3	2
34	3	5	2	5	5	4	2	4	3	3	2	2	4
35	1	3	3	4	4	1	5	5	4	1	4	1	1
36	1	3	3	4	4	1	5	5	4	3	4	3	1
37	1	4	3	4	4	2	5	5	4	3	4	1	3
38	1	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	1	1
39	1	3	3	4	4	1	5	5	4	1	4	1	1
40	3	3	4	2	5	4	1	3	4	5	4	4	4
41	3	4	4	1	5	4	2	3	5	4	4	4	4
42	4	1	1	5	4	4	2	3	5	3	1	3	1
43	3	4	5	5	3	5	2	5	2	5	5	5	5
44	2	4	5	4	4	5	2	4	3	5	5	3	4
45	1	4	2	5	5	3	1	5	4	4	4	5	4
46	1	3	2	4	5	4	1	3	5	4	4	3	1
47	4	5	1	1	4	5	3	5	4	4	5	4	4
48	3	3	5	5	3	2	2	4	5	4	2	3	5

49	1	3	1	1	1	4	3	3	3	3	4	3	5
50	3	3	1	2	4	5	4	3	4	4	5	4	2
51	4	5	3	1	5	4	4	4	5	4	5	5	4
52	4	4	5	2	4	4	2	3	2	4	3	2	1
53	3	5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	3	5
54	3	3	3	4	5	4	2	5	3	5	4	3	1
55	3	2	4	5	4	3	5	5	5	5	3	3	4
56	2	4	2	4	3	4	5	5	4	2	3	4	3
57	1	1	3	5	3	4	2	5	3	3	4	5	2
58	5	4	5	4	4	5	4	5	1	4	1	2	4
59	1	2	4	4	4	4	2	3	2	5	4	4	3
60	1	3	2	4	5	4	2	3	1	4	3	3	4
61	3	3	5	4	5	4	5	4	3	4	4	2	2
62	5	3	4	1	5	5	4	4	3	5	5	5	5
63	3	3	3	5	4	4	2	4	4	5	3	5	5
64	2	2	4	4	5	5	3	1	3	5	4	5	4
65	1	2	2	5	4	4	1	1	4	4	3	3	1
66	4	4	2	4	4	4	1	2	5	4	3	3	3
67	1	3	4	4	5	3	4	4	4	4	2	3	4
68	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	3	2	5
69	2	2	3	3	2	3	1	5	4	4	5	4	1
70	2	2	4	5	1	4	2	3	5	5	5	3	4
71	5	3	4	4	3	4	3	5	2	2	4	2	4
72	1	4	5	4	3	5	5	5	4	3	2	3	2
73	5	3	1	5	4	1	2	4	5	5	1	1	4
74	2	3	2	4	5	5	1	2	4	1	1	3	4
75	2	4	4	2	2	5	4	3	4	2	3	3	4
76	1	3	3	1	5	4	2	2	3	4	5	5	5
77	5	5	4	5	2	5	1	5	3	5	1	2	3
78	3	2	2	4	4	4	5	4	2	5	3	4	2
79	4	3	5	4	5	5	2	2	4	4	4	4	5
80	2	4	3	4	5	4	1	3	4	5	4	2	1
81	4	3	4	2	5	4	2	3	4	4	3	5	4

Fuente: Obtenido de la base de datos de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” en SPSS 25.

**Anexo 4: Otros anexos que complementan la investigación (autorización, tablas adicionales y fotografías)**

**Autorización de la aplicación del instrumento**



Fuente: Autorización emitida por la Escuela de Ciencias de la Comunicación – Chimbote.

Tablas a nivel indicador no presentadas en resultados

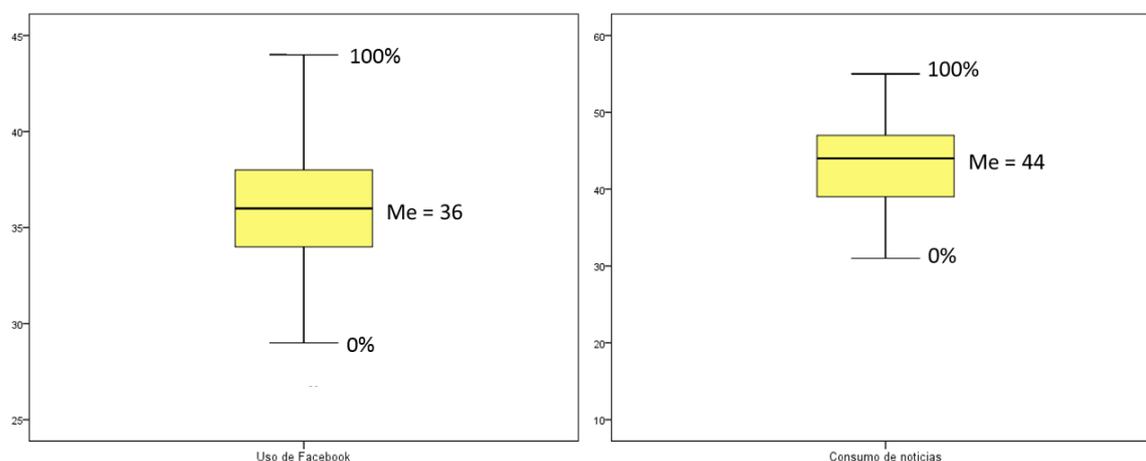
**Relación entre el uso de Facebook y el consumo de noticias de los estudiantes de quinto de quinto de secundaria de la I.E. San José, Chimbote - 2019.**

Tabla 9

*Relación entre el uso de Facebook y el consumo de noticias*

Medidas		Uso de Facebook	Consumo de noticias
N	Válido	81	81
	Perdidos	0	0
Media		36,23	41,77
Mediana		36,00	44,00
Moda		37	45
Desviación estándar		3,508	9,166
Mínimo		26	13
Máximo		45	55
Percentiles	50	36,00	44,00
	75	38,50	47,00

Fuente: Obtenido de la base de datos de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “San José” en SPSS 25.



*Figura 9. Relación entre el uso de Facebook y el consumo de noticias*

Fuente: Tabla 9

Las puntuaciones de las media. 36,23 y 41,77 y las medianas: 36 y 44 del uso de Facebook y consumo de noticias respectivamente se aproximan, lo cual permite señalar una relación positiva.

## Evidencias fotográficas



Fuente: Fotografías tomadas por el autor en las aulas de la I.E. San José.



Fuente: Fotografías tomadas por el autor en las aulas de la I.E. San José.



Fuente: Fotografías tomadas por el autor en las aulas de la I.E. San José

Yo, **MANUEL ANTONIO CARDOZA SERNAQUÉ**, docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo Chimbote, revisor de la tesis titulada

**“RELACION DEL USO DE FACEBOOK Y EL CONSUMO DE NOTICIAS EN ESTUDIANTES DE QUINTO DE SECUNDARIA DE LA I.E.P. SAN JOSÉ, CHIMBOTE, 2019”**, del estudiante **LÓPEZ CARRANZA, CÉSAR ALONSO**; constato que la investigación tiene un índice de similitud de **19%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chimbote, 17 de diciembre del 2019



.....  
Mgtr. Manuel Antonio Cardoza Sernaqué

DNI: 02855165

Revisó	Vicerrectorado de Investigación/ SGC	DEVAC /Responsable del	Aprobó	Rectorado
--------	---	------------------------	--------	-----------

**NOTA:** Cualquier documento impreso diferente del original, y cualquier archivo electrónico que se encuentren fuera del Campus Virtual Trilce serán considerados como COPIA NO CONTROLADA.