



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**El Periodismo Digital en la Red Social Facebook del Distrito  
de Chancay 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTOR:**

Ruiz Mallqui, Arny Hussain (orcid.org/0000-0002-7556-3751)

**ASESOR:**

Mgtr. Moreno Lopez, Wilder Emilio (orcid.org/0000-0003-3151-3848)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

## **DEDICATORIA**

Dedicado a todos los colegas universitarios que buscan surgir a pesar de las dificultades, que emplean su vida en brindar felicidad y generan armonía en el mundo. También, a todos los estudiantes que empiezan en el mundo académico con la ilusión de convertirse en grandes profesionales.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi padre por todo el apoyo incondicional en este trayecto académico, a mi madre, familiares y amigos cercanos que con sus palabras de aliento me dieron la fuerza mental suficiente para culminar de manera satisfactoria la carrera y lograr todos mis objetivos académicos.

## Índice de contenidos

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	14
3.1 Tipo y diseño de investigación	14
3.2 Variables y operacionalización	15
3.3 Población, muestra, muestreo y unidad de análisis	16
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.5 Procedimientos	18
3.6 Método de análisis de datos	19
3.7 Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN	23
VI. CONCLUSIONES	26
VII. RECOMENDACIONES	27
REFERENCIAS	28
ANEXOS	

## Índice de tablas

Tabla 1. Validación de juicio de expertos .....	18
Tabla 2. Confiabilidad del instrumento de recolección de datos .....	18
Tabla 3. Resultados de la dimensión hipertextualidad .....	20
Tabla 4. Resultados de la dimensión multimedialidad .....	21
Tabla 5. Resultados de la dimensión interactividad .....	22

## Índice de figuras

Figura 1. Diseño descriptivo tipo transeccional o transversal .....	15
Figura 2. Gráfico de proporción.....	20
Figura 3. Gráfico de proporción.....	21
Figura 4. Gráfico de proporción.....	22

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar cómo se desarrolla el periodismo digital en la red social Facebook en el distrito de Chancay 2022. Lo cual permitió identificar la hipertextualidad, multimedialidad y la interactividad en el contenido diario de los medios digitales. La metodología utilizada para la elaboración del trabajo de investigación fue de tipo básica, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un enfoque cuantitativo, en donde la población y la muestra fueron los 15 periodistas digitales del distrito de Chancay. A quienes se les aplicó un cuestionario previamente validado por tres expertos en la especialidad. Se obtuvo el resultado, que la multimedialidad es la característica que más se presenta en el periodismo digital, siendo las imágenes, fotos y videos, las herramientas más comunes en el uso de los periodistas digitales de la localidad. Se concluyó que la variedad de herramientas virtuales que se presentan en la multimedialidad lo convierten como la característica más utilizada en el periodismo digital, ya que los formatos de video, sonido e imágenes son imprescindibles en el desarrollo diario del contenido de los periodistas digitales, por lo tanto, se recomienda los periodistas digitales deben estar preparados en materia de conocimientos para el uso de Facebook, como principal herramienta informativa, para así lograr que el contenido sea útil y verídico.

Palabras clave: Periodismo digital, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad.

## **ABSTRACT**

The objective of this investigation was to determine how digital journalism is developed on the Facebook social network in the district of Chancay 2022. This allowed us to identify hypertextuality, multimedia and interactivity in the daily content of digital media. The methodology used for the elaboration of the research work was of a basic type, descriptive level, non-experimental design, with a quantitative approach, where the population and the sample were the 15 digital journalists of the Chancay district. To whom a questionnaire previously validated by three experts in the specialty was applied. The result was obtained, that multimedia is the most common feature in digital journalism, with images, photos and videos being the most common tools used by local digital journalists. It was concluded that the variety of virtual tools that are presented in multimedia make it the most used feature in digital journalism, since video, sound and image formats are essential in the daily development of content by digital journalists, for Therefore, it is recommended that digital journalists should be prepared in terms of knowledge for the use of Facebook, as the main information tool, in order to make the content useful and true.

Keywords: Digital journalism, hypertextuality, multimediality, interactivity.



## I. INTRODUCCIÓN

En un escenario cada vez más globalizado, el periodismo digital representa un nuevo modo de narrar los hechos, origina la creación de nuevos espacios digitales; logrando que, con el desarrollo de nuevos avances en la tecnología, por ello las redes sociales permiten la continuidad, ubicuidad e instantaneidad y continuidad de los contenidos, la información llegue a un ritmo más acelerado y a cada vez más lugares. No obstante, esto también ha traído como consecuencia la proliferación de nuevos actores, quienes pueden conducir a desinformar, manipular a la opinión pública y/o realizar propagandas capaces de alterar las corrientes sociales, con lo que se hace imprescindible conocer las características actuales de esta forma de periodismo y su funcionamiento en distintos niveles, para lograr una mejor comprensión de cómo estos cambios digitales han incidido en esta profesión (Arce et al., 2021).

Para cuantificar el impacto de la Internet en las comunicaciones, debe señalarse que mientras la radiofonía logró la conexión de 50 millones de personas en 38 años y la televisión demoró en ello, alrededor de trece años; para la web, solo fueron suficiente cuatro años (Angulo, 2019) y, para inicios del año 2018, los internautas representaban el 54.4% del mundo, es decir, una cantidad mayor a cuatro mil millones de personas (Duffy y Hwa, 2019). Sin embargo, el efecto no solo ha sido en cuanto a alcance y rapidez, sino que con la aparición de la web 2.0 (surgida en 2001), los usuarios informativos se han transformado en creadores de contenido en tiempo real (Angulo, 2019).

Ante ello, los medios tradicionales han tenido que adaptarse, iniciando con unas primeras ediciones digitales que solo eran copias de sus formatos tradicionales subidas a la web hasta la publicación de periódicos digitales en su totalidad, pero también los profesionales tuvieron que adecuarse a este proceso de transformación digital (Márquez y Ulloa, 2021).

En primer lugar, los periodistas digitales debieron enfrentarse contra las burocracias rígidas prevalentes en los medios tradicionales y a los sesgos arraigados hacia los periodistas impresos en las salas de redacción, que

limitaban el proceso natural de adecuarse a las exigencias del entorno.

Seguidamente, ante el impulso de las innovaciones digitales, los periodistas han tenido que adaptarse a aspectos como la adopción de tecnologías, la convergencia digital, la socialización en grupos o redes y el compromiso de estar en línea para sus audiencias; además, se han visto obligado a emplear prácticas periodísticas que van más hacia la personalización en la entrega de contenido, que hacia la universalidad que caracterizaba su desempeño (Fang y Repnikova, 2022).

En definitiva, para Angulo (2019), estos cambios en el proceso de recepción de información a través de los seguidores, se relacionan con tres características intrínsecas del periodismo digital: interactividad, hipertextualidad y multimedialidad. Estos atributos han ocasionado la proliferación de medios digitales en el mundo, por ejemplo, en España donde habitan 46.5 millones de personas, existían para el año 2018, cerca de 3,000 medios digitales activos, un medio informático a través de Internet por cada 15,000 habitantes (Salaverría, 2019).

En el Perú, también se ha observado una alta proliferación de medios digitales, de hecho, ya para el inicio del año 2000, se crearon 25 diarios en línea en el país, que contienen versiones en físico, reflejando un cambio en el patrón del periodista, quien ahora debe ser capaz de editar, reportar, grabar, tomar fotos y redactar de forma apropiada (Angulo, 2019). Sin embargo, a pesar de esta disponibilidad de medios digitales y de una red social como Twitter, enfocada en compartir información, el uso de Facebook para el acceso de información por parte de los peruanos es ampliamente extendido, lo cual quedó de manifiesto con la actual pandemia del COVID-19, en el cual el periodismo digital a través de esa red tuvo una alta incidencia en informar, pero también en desinformar, gracias a la cantidad de *fake news* que fueron divulgadas (Márquez y Ulloa, 2021).

Esta tendencia también se presenta a nivel mundial, así Dwoskin (2021) destaca que un estudio desarrollado por especialistas de una universidad ubicada Nueva York y la Université Grenoble Alpes en Francia, se determinó que, desde

agosto de 2020 hasta enero de 2021, las noticias que son informadas en redes sociales por medios de comunicación digital, en especial en Facebook obtuvieron mayor interacción que las que se publicaron en páginas o medios oficiales como CNN o la Organización Mundial de la Salud.

Especificando en el distrito de Chancay, también podemos observar una notable preferencia hacia el periodismo digital en Facebook, tanto a un grado profesional como quien consume la información, en un contexto donde si bien la actualización de noticias y la inmediatez en las publicaciones son herramientas de alta potencia para esta forma de comunicar, también debe ser asimilada y tratada con la precaución debida, por lo cual surge la presente investigación, cuyo problema general consiste en ¿Cómo se desarrolla el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022?, siendo los problemas específicos: a) ¿De qué manera se presenta la hipertextualidad en el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022?, b) ¿De qué manera se presenta la multimedialidad en el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022? y c) ¿De qué manera se presenta la interactividad en el periodismo digital en Facebook en el distrito de Chancay 2022?

El presente estudio está justificado desde el punto de vista teórico, visto que se requiere seguir profundizando respecto al rol del periodismo digital en un contexto como el actual, donde la pandemia del COVID-19 y la controversia política nacional, requiere de mayor oportunidad y objetividad en la difusión de información; además, los constantes y cada más acelerados cambios en los entornos digitales, hacen que las características de este tipo de periodismo vayan evolucionando a un ritmo mayor, requiriéndose de investigaciones, como estas que permitan comprender hacia dónde se está dirigiendo esta nueva forma de hacer periodismo. Por otro lado, en el punto de vista práctico, el estudio logrará que los periodistas puedan conocer un poco más sobre la era digital de la información y las nuevas prácticas que amerita ejercer su labor, incentivando la necesidad de revisar cada contenido que se comparta y revisando constantemente el tipo de interacción que se realiza con su público.

Ahora bien, en un marco social, esta investigación se justifica dado que, siendo Facebook, la principal red social utilizada en el país para acceder a

noticias, se requiere de incentivar el buen uso tanto de quienes crean y, comparten contenido, como de quienes lo reciben, evitando la desinformación, la proliferación de noticias falsas y la generación de propagandas que pueden alterar el contexto social o propiciar conductas que transgredan el orden establecido. En un punto de vista metodológico, con esta investigación se utilizará un instrumento para la variable periodismo digital que será para obtener los datos del estudio, luego de ser comprobada su validez y confiabilidad, podrá ser aplicado en próximos estudios relacionados con este tema.

Así, el objetivo general que se pretende alcanzar en la investigación queda descrito como: Determinar cómo se desarrolla el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022, siendo los objetivos específicos: a) Determinar de qué manera se presenta la hipertextualidad online en el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022, b) Determinar de qué manera se presenta la multimedialidad digital en el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022 y c) Determinar de qué manera se presenta la interactividad en los comentarios en el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022.

Con relación a la hipótesis general del estudio, la misma queda descrita como: El periodismo digital en Facebook tiene un nivel alto en el distrito de Chancay 2022, mientras que las hipótesis específicas son: a) La hipertextualidad online tiene un nivel en el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022, b) La multimedialidad digital tiene un nivel alto en el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022 y c) La interactividad en los comentarios tiene un nivel alto en el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

En esta sección, se realiza la comprensión teórica de la variable de estudio, comenzando con una descripción de los trabajos previos que permiten comprender la manera cómo diversos investigadores se han acercado al tema relacionado con el desarrollo del periodismo digital, tratando de hacer énfasis en la plataforma Facebook.

En cuanto a los antecedentes en el ámbito internacional, destaca la investigación de Zhang y Chen (2022), cuyo objetivo consistió en evaluar cómo los periodistas ejercen su profesión a través de Facebook en Hong Kong. El estudio fue cuantitativo, no experimental y descriptivo y se utilizó la encuesta como técnica obtención de datos, aplicándose un cuestionario a una muestra de 255 nuevos profesionales y se revisaron 57 artículos de ellos. Los resultados señalaron que, la valoración de los indicadores facilidad de uso (3.10), observabilidad (3.34), imagen (3.17), ventajas (3.18) y popularidad (3.00) se ubica en el nivel medio, mientras que el indicador utilidad (3.80) se ubica en el nivel alto. Concluyeron que el periodismo digital se caracteriza por incrementar la posibilidad de que su contenido tenga mayor alcance y la posibilidad de ser usado de distintas formas.

Tien et al. (2020) se plantearon examinar las características y concepciones del periodismo digital mediante Facebook en Vietnam. El estudio fue cuantitativo, no experimental y descriptivo y se empleó la encuesta como técnica de obtención de datos, aplicándose un cuestionario a una muestra de 429 nuevos periodistas. Los resultados señalaron que, la valoración de los indicadores relativos a la orientación hacia la audiencia (intercambio de ideas con seguidores, entender las necesidades de la audiencia, interactuar con la audiencia y leer los comentarios) tuvo una valoración general de 3.69 (nivel medio), inferior al registrado en la dimensión crear marca y publicidad que alcanzó el valor de 3.83. Concluyeron que el uso de Facebook en el periodismo digital se ubica en el nivel medio, con una valoración de 3.75

Dubois et al. (2020) centraron su estudio en examinar las percepciones de los ciudadanos y el uso de los medios digitales para la ejecución de los periodistas en Canadá. El estudio fue cuantitativo, no experimental y descriptivo y se empleó la encuesta como técnica de recolección de datos, aplicándose un cuestionario a una muestra de 1,500 ciudadanos. Los resultados señalaron que, en cuanto al periodismo digital, los ciudadanos percibieron en un nivel medio, los aspectos: uso apropiado de citas de otros medios digitales (3.03), difusión de temas de actualidad (3.50), inferir sentimientos del público ante un tema (3.52), estimar el comportamiento del público acerca de un tema (3.22), recopilación del contenido en redes sociales (3.11) y utilidad de la información publicada (2.87). Concluyeron que uno de los métodos más importantes en el periodismo digital es inferir acerca de los sentimientos del público.

Zamith (2019) desarrolló una investigación orientada a examinar las características del periodismo digital producido por *The New York Times* y *The Washington Post*, durante el primer semestre del año 2017. El estudio fue cuantitativo, no experimental y descriptivo y se empleó la observación directa, a través de la evaluación de 159 datos publicados. Los resultados para las historias analizadas señalaron que el 87.4% no proporcionaron una vía para descargar los datos (poca transparencia), el 81.8% no incluían visualización interactiva (baja interactividad), el 39.6% son relatadas por un solo autor (baja diversidad), el 68.5% tocaron temas difíciles (alto contenido) y el 66.0% se basaron en datos de fuentes oficiales. Concluyeron que con estas características se aprecian altas diferencias con las tendencias actuales del periodismo digital.

Martínez-García y Navarro (2019) realizaron un estudio para evaluar las características del periodismo *online* en España. El estudio fue cuantitativo, no experimental y descriptivo y se empleó la encuesta como técnica de recolección de datos, aplicándose un cuestionario a una muestra de 262 profesionales. Los resultados señalaron que, en cuanto al periodismo digital, se aprecia una moderada gestión de contenidos (3.8), evaluándose positivamente los aspectos como la recopilación de información de distintos medios y la comprobación de la localización y validez de los datos; un regular uso de medios tecnológicos (3.4), valorándose en mayor medida la actualización del medio con contenido original y la publicación en

varias plataformas y una regular labor de Community manager (3.2), con un alto uso de redes sociales. Concluyeron que existe una altaparticipación en medios digitales por parte de los periodistas consultados.

En el contexto nacional, se tiene la investigación de Paredes y Pizarro (2022), cuyo objetivo se centró en la descripción del rol de Facebook como herramienta de periodismo digital en un canal del distrito de Huacho. El estudio fue básico, cuantitativo, no experimental y descriptivo; además, se empleó la encuesta como técnica de recolección de datos, aplicándose un cuestionario a una muestra de 383 seguidores del fan page del canal. Los resultados señalaron que, el 86% consideraron a Facebook como una herramienta para informarse, el 59% accede frecuentemente a esa red social para obtener información de noticias locales, el 80% no visualiza con frecuencia las transmisiones en vivo del canal, el 51% considera que le da confianza las notas publicadas y el 63% afirma que no se deja influir por la información publicada. Concluyeron que el rol de Facebook en el periodismo digital alcanzó un nivel medio (46%).

Iglesias y Romero (2020) se plantearon la descripción del uso de Facebook por periodistas digitales deportivos en la ciudad de Trujillo. El estudio fue básico, cuantitativo, no experimental y descriptivo y se empleó la encuesta como técnica de recolección de datos, aplicándose un cuestionario a una muestra de 20 periodistas deportivos. Los resultados señalaron que, el 40.8% sube contenido bajo el binomio texto-foto, el 73.0% tiene entre 1 y 10 interacciones, el 98.0% no recibe comentarios, el 60.7% considera que el recurso es inmediato, el 77.0% usa la red con fines informativos y el 40.3% usa hashtag para mejorar sus visualizaciones. Se concluye que el periodismo digital deportivo en Trujillo se caracteriza por un nivel interacción bajo y alto contenido.

Perez (2020) estudió la percepción acerca de la información difundida por la página de Facebook Noticias Tumbes. El estudio fue cuantitativo, no experimental — transversal, descriptivo y prospectivo, donde se empleó la encuesta como técnica de recolección de datos, aplicándose un cuestionario a una muestra de 60 usuarios consumidores de la referida página. Los resultados señalaron que, la dimensión intrínseca (atención, motivos, experiencia y cultura) fue valorada en el nivel regular (48% de la muestra) y la dimensión extrínseca

(contenido, novedad, tamaño y tiempo) se ubicó en el nivel malo (51% de la muestra). Concluyó que la valoración de esta página alcanzó un nivel regular, por parte del 57%.

Martínez y Villanueva (2019) realizaron una investigación enfocada a describir las características del periodismo digital en el distrito de Huacho. El estudio fue básico, cuantitativo, no experimental — transversal y descriptivo, donde se empleó la encuesta como técnica de recolección de datos, aplicándose un cuestionario a una muestra de 20 periodistas. Los resultados señalaron que, el 85.0% utilizan textos-videos-imágenes como formatos para compartir información en Facebook (alta multimedialidad), el 20.0% utiliza vínculos, link o hashtag en sus publicaciones (baja hipertextualidad), el 55.0% actualiza sus publicaciones cada vez que hay una noticia nueva (alta inmediatez), el 35.0% actualiza su información de manera constante (baja actualización) y el 20.0% siempre etiqueta y/o comparte lo que publica (baja interactividad). Concluyeron que hay un alto uso de esta red social dentro de los periodistas digitales (80.0%).

Antezana (2018) desarrolló una investigación basada en evaluar la percepción de los estudiantes de una universidad peruana en torno al uso de Facebook que realiza América Noticias. El estudio fue cuantitativo, no experimental y descriptivo y se empleó la encuesta como técnica de recolección de datos, aplicándose un cuestionario a una muestra de 112 estudiantes. Los resultados señalaron que, el 82% consideraron a Facebook como una herramienta para informarse y el 98% valora positivamente que América Noticias disponga de un noticiero digital para este espacio social; sin embargo, el 62% desconoce del medio digital, expresando la poca difusión que tiene este formato. Concluyeron que la página de Facebook de este medio alcanzó una percepción positiva (56%).

Existen dos enfoques teóricos que tratan de abordar el periodismo digital; en primer lugar, se tiene la teoría de los campos culturales, sustentada en los trabajos de Pierre Bourdieu de 1980, 1998 y 2005, en la cual se busca comprender cómo el periodismo digital se posiciona dentro del campo periodístico, el cual es habitado por titulares que tienen una posición dominante en dicho campo y por insurgentes,



que desean cambiarlo a medida que asumen más responsabilidad y autoridad. En este sentido, los periodistas digitales o móviles son vistos como insurgentes que buscan afectar el cambio dentro del campo (Perreault y Ferrucci, 2020).

Los componentes de esta teoría pueden clasificarse en recursos o capital periodístico que comprende a las formas de agencia y prestigio dentro de un campo dado y se enfoca en tres formas de capital: cultural, económicos y sociales; el *doxa* o la comprensión básica compartida sobre la naturaleza de un campo (como los valores compartidos) y el *habitus* o experiencias profesionales que se han adquirido, a través de la comprensión del juego periodístico. Así, se entiende que el periodista digital incluye nuevas formas de pensar, actuar y organizarse dentro de la profesión, generando nuevas matrices de conocimiento a los ya existentes y delineando nuevas prácticas en el ejercicio (Perreault y Ferrucci, 2020).

El otro enfoque que se ha posicionado dentro del periodismo digital, es la teoría de la normalización del proceso, centrada en la organización social de los trabajos o implementación, de hacer que las prácticas de elementos rutinarios formen parte de la vida cotidiana o incrustación y de sustentar dichas prácticas dentro de los contextos sociales (integración) (Perreault y Ferrucci, 2020).

En cuanto a la variable de estudio, periodismo digital, debe destacarse que, según Steensen et al. (2019), comprende una práctica social transformadora basada en la selección, interpretación, edición y distribución de información fáctica y de interés para determinadas audiencias, pero introduciendo cambios en los géneros y formatos; visto que, este tipo de periodismo moldea y es moldeado por las nuevas tecnologías y plataformas donde se marca una relación cada vez más simbiótica con las audiencias, las estructuras de las instituciones sociales públicamente reconocidas y las instituciones periodísticas.

Desde una visión más pragmática, indican Burgess y Hurcombe (2019) que, el periodismo digital comprende nuevos géneros y modos de narración periodística que explotan los formatos multimedia interactivos del uso tecnológico a través de los medios y el Internet, el uso periodístico de medios de investigación

digitales basados en datos y los métodos de notificación, o alguna combinación de estos. Considerando, esta postura autores como Robinson et al.(2019), señalan que la tecnología digital ha afectado a muchos aspectos periodísticos; entre ellos, las configuraciones de personas, productos y procesos; los preparativos del trabajo, del trabajo y de la autoridad y las relaciones institucionales con la sociedad y economía a nivel general.

Esto revolucionó las relaciones sociales con nuevas combinaciones de audiencias/usuarios/ciudadanos/comunidades; así como, fuentes oficiales, activistas y otras voces y generó una expansión de las relaciones sociotécnicas que involucran máquinas y automatización. Adicionalmente, los medios digitales cambiaron las formas y funciones del contenido, la replicabilidad y difusión de información y los roles de las plataformas, distribuidores, etc. (Robinson et al., 2019).

Estas transformaciones han dado como resultado diferentes tipos de *posts* y mensajes en distintas líneas de tiempo de las noticias están incrustadas en repertorios de información más amplios para los usuarios, quienes tendrán una experiencia individual de cada sitio web, dado que en ellos se mezclan actualizaciones personales, mensajes comerciales y otros géneros de información y, a veces, difíciles de reconocer. Otro efecto importante es el incremento del consumo incidental de noticias, en la medida que los usuarios encuentran noticias mientras buscan otra información o cuando realizan otra actividad, convirtiendo a las noticias en un subproducto que aparece en medio de otras actividades (Broesma, 2019).

Al hablar de su historia, la mayoría de las investigaciones enfatizan que el año 1980 es el punto de inflexión para referirse al nacimiento del periodismo digital, dado que si bien la industria del periodismo había visto tecnologías disruptivas antes de ello (como la televisión), fue en ese año cuando Knight Ridder comenzó con “Viewtron”, una iniciativa dedicada a enviar noticias a suscriptores de formadigital (Perreault y Ferrucci, 2020). Sin embargo, es en 1994, cuando aparece la primera publicación periodística en la Internet con la aparición del modesto semanario *Palo Alto Weekly* en San Francisco (Estados Unidos), a partir de allí, grandes medios como Chicago Tribune, The New York Times, The

Washington Post, Los Ángeles Times y USA Today lanzaron sus ediciones *online* (Salaverría,2019).

Asimismo, la literatura científica denota dos grandes cambios que ha generado el periodismo digital en los medios habituales; por un lado, se han abierto nuevos caminos para el acceso a las noticias y distribución a través de una variedad de plataformas: redes sociales, móvil, aplicaciones y similares. Por otro lado, este cambio generalmente ha socavado los modelos de negocios de las organizaciones de medios de comunicación tradicionales, lo que ha resultado en el debilitamiento y la reducción de redactores y la fragmentación de los seguidores colectivos para las noticias, planteando interrogantes sobre la viabilidad del periodismo para producir información confiable (Ekstrom et al., 2020).

Lo anterior obedece a que, como describen, el periodismo digital ha introducido nuevas competencias en el profesional, las cuales se resumen en la competencia entre empresas por la tecnología o el desempeño en un lugar donde conviertan diversas formas de multimedia, que promueven el origen de contenido para diferentes medios; la comparación de contenidos, se convierte en una sección que exige la enseñanza de las lenguas y las referentes semióticas en la conversión de formas comunicativas, y que permiten nuevas formas editoriales y creación de materiales para diferentes formatos .(Marta-Lazo et al., 2020).

Otro aspecto novedoso a destacar, es el desarrollo de una dependencia generalizada del periodismo digital a cierto tipo de métricas de audiencia, ejemplificadas por clics, páginas vistas, *likes*, acciones compartidas, *retweets* y seguidores, que no permiten discernir o medir la participación real (Zelizer, 2019). Un poco más allá de este tipo de interacción, se ha comprobado que una de las formas más efectivas del periodista digital de mantener su audiencia, es proporcionar una plataforma donde estos usuarios puedan publicar comentarios, opiniones y sugerencias (Xia et al., 2020).

En cuanto a las características del periodismo digital, destacan que comprenden los aspectos que describen las rutinas productivas, ideológicas y culturales de los periodistas móviles que buscan la creación de un producto informativo bastante complejo que se compone por vínculos que están actualizándose rápidamente conforme evoluciona (en vivo) cada acontecimiento y se alimenta de los comentarios, selecciones, recomendaciones y promociones de la audiencia. Así, las principales características de esta forma de hacer periodismo son la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad (Barceló, 2020).

La hipertextualidad se refiere a la provisión de enlaces (internos o no) en la elaboración del texto informativo, permitiendo descartar el enfoque secuencial que describe al formato tradicional y complementar el tema presentado con una amplia variedad de recursos documentales, lo que ayuda a profundizar el contenido, a través de otras fuentes de información, fotos, videos, etc. (Barceló, 2020). De esta manera, el concepto de hipertexto (acuñado por Theodor H. Nelson en 1965) brinda al lector la capacidad de interconectar los textos, algo que no es posible en los periódicos impresos, radio o televisión, por lo que la información deja de solo leerse, escucharse o verse, sino que ahora se navega, lo cual hace que la consulta no sea lineal como antes, pero que también, sea posible disponer de información de última hora, a través de un clic y generando que, en muchos casos, se anteponga el tráfico que la calidad (Salaverría, 2019; Humprecht y Esser, 2018).

En relación a la multimedialidad, se refiere a una característica que ayuda a que el mensaje se componga además de sonidos, imágenes, infografías y contenido textual, que potencian la forma en que se expresa el producto informativo a través de la web (Barceló, 2020). Esta característica ha logrado un avance mayor y con una amplia diversidad que la anterior, observándose cómo a partir de 2018, el 75% de las publicaciones digitales se hacía por video (Salaverría, 2019), esto debido a que una narrativa multimedia correctamente desarrollada mejora la eficiencia de la lectura digital, persuadiendo al lector a través de elementos (como videos e imágenes) que enriquecen el contenido y

conducen a una mejor interpretación de la noticia (Palau-Sampio y Sánchez-García, 2020).

La interactividad ofrece procesos de comunicación a la audiencia amparados en un modelo multidireccional y simétrico, en donde es constante los intercambios de roles entre emisores y receptores, permitiendo a los usuarios dejar su posición pasiva y asumir un rol comunicativo a través de foros, chats, etc., lo cual les otorga una mayor responsabilidad dentro de la práctica periodística (Barceló, 2020). Un alto nivel de interactividad permite el desarrollo de un nuevo nivel editorial, que es el resultado del continuo diálogo y las consultas de las noticias previamente publicadas por parte de la audiencia (Peters y Witschge, 2015).

Basado en lo descrito, esta característica ha potenciado el periodismo participativo o colaborativo, destacando el rol de los medios sociales ( Instagram, Facebook e Twitter) (Salaverría, 2019). En particular, Facebook se ha transformado en la plataforma con mayor cantidad de noticias a nivel mundial; no obstante, no es un medio oficial ni verídico, ya que no tiene una línea o una opinión propia, sino que se debe a los seguidores (desde las personas individuales hasta organizaciones o medios de comunicación), para proporcionar contenido y luego, monetiza el contenido a través de la publicidad. Así, esta red social ha alterado la forma en que las noticias son entendidas, visto que las recontextualiza dentro del espacio de las redes sociales, en lugar de en un solo medio de noticias, esto se debe a que el modelo periodístico se centra más en compartir que en transmitir (Carlsson, 2018).

El objetivo por tanto para Facebook es presentar a los individuos las historias que son importantes para ellos, de toda esa gran fuente de contenido disponible en distintos medios de organizaciones de información, las cuales si bien controlan lo que publican, cuándo y en qué formato, pierden autonomía en cuanto al alcance de la audiencia y en la cantidad de interacciones generadas (Tandoc y Maitra, 2018).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

##### **Tipo**

La investigación es de tipo básica, visto que estuvo dirigida a entender los aspectos relevantes de un fenómeno, así como de la forma en que se manifiesta (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, CONCYTEC, 2018). Debe destacarse que, este tipo de investigaciones no tienen fines prácticos inmediatos, sino que buscan profundizar el conocimiento sobre un hecho existente o una teoría específica (Arias y Covinos, 2021).

De esta manera, la investigación se enfocó en profundizar sobre el periodismo digital mediante Facebook en un determinado distrito del Perú.

##### **Diseño**

En lo atinente a su enfoque, el estudio es cuantitativo, el cual para Sánchez et al. (2018) se fundamenta en seguir patrón previamente delimitado y sistemático para lograr la comprobación de las hipótesis formuladas, utilizándose la recolección de datos y el análisis numérico. Particularmente, esta investigación se constituyó en los siguientes pasos: establecimiento de hipótesis, revisión teórica, diseño de metodología, obtención de datos, análisis numérico y comprobación de hipótesis.

En cuanto a su diseño, el estudio fue no experimental, visto que carece de criterios experimentales, que busquen la modificación de las variables, es decir, no hubo manipulación deliberada, ni se establecieron grupos de control o experimentales. Asimismo, fue de tipo transversal, puesto la recolección de los datos se realizó en un momento específico y solo en esa oportunidad (Arias y Covinos, 2021).

De acuerdo al nivel, la investigación fue descriptiva, dado que involucró la caracterización de una variable dentro de un determinado fenómeno (Sánchez et al., 2018). En este contexto, se determinó cómo se desarrolla el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay, las cuales fueron

hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. Sobre la creación de estas dimensiones, se representó a la figura 1.

### Figura 1.

*Diseño descriptivo tipo transeccional o transversal*



Donde:

**G:** muestra

**O:** medición de la variable

*Nota.* Tomado de Hernández y Mendoza (2018).

## 3.2 Variables y operacionalización

Características del periodismo digital

- A. Definición conceptual: comprenden los aspectos que describen las rutinas productivas, ideológicas y culturales de los periodistas móviles que buscan la creación de un producto informativo bastante complejo que se compone por vínculos que están actualizándose rápidamente conforme evoluciona (en vivo) cada acontecimiento y se alimenta de los comentarios, selecciones, recomendaciones y promociones de la audiencia (Barceló, 2020).
- B. Definición operacional: con relación a las dimensiones de esta variable, se utilizó: a) hipertextualidad, b) multimedialidad y c) interactividad (Barceló, 2020).
- C. Indicadores: Para la dimensión hipertextualidad online, se consideraron los indicadores provisión de enlaces, hashtag y vínculos; complementación con recursos documentales y actualización de la noticia. Para la dimensión multimedialidad digital, los indicadores seleccionados fueron disposición de imágenes, sonidos y videos; enriquecimiento del contenido e interpretación de la noticia. Para la

dimensión interactividad, los indicadores seleccionados son participación, personalización y selección.

D. Escala de medición: Ordinal (de Likert).

### **3.3 Población, muestra, muestreo y unidad de análisis**

#### **3.3.1. Población**

Para Sánchez et al. (2018), la población representa una colección de unidades de análisis que pertenecen a un lugar espacial donde se desarrolla el estudio. En la investigación, la población está compuesta por 15 periodistas digitales que laboran en el distrito de Chancay y sobre los cuales se obtuvo acceso, considerándose los siguientes indicadores:

- **Criterios de inclusión:** (i) periodistas que trabajen en algún medio informativo digital y (ii) periodistas que utilicen Facebook para compartir contenido.
- **Criterios de exclusión:** (i) periodistas que no residan en el distrito de Chancay y (ii) periodistas cuyo contenido esté centrado exclusivamente en otras redes sociales diferentes a Facebook.

#### **3.3.2. Muestra**

Está basada en aquella proporción de la población, que se obtiene con fundamentos de representatividad de la población y con criterios objetivos y capaces de ser fiel de ella; ocasionando que, los resultados que se obtengan puedan generalizar a toda la población (Yaghmaie, 2017). En este caso, visto el tamaño de la población, se procederá a elegir todos los elementos que la conforman como parte de la muestra (muestra censal); así la muestra en este estudio, se compone por 15 periodistas digitales en Facebook en el distrito de Chancay.

#### **3.3.3. Muestreo**

Se refiere a la técnica que permite la determinación del tamaño muestral. Particularmente, se acudió a un muestreo no probabilístico intencional o a



conveniencia, el cual se sustenta en criterios establecidos por el propio investigador, para seleccionar los elementos que componen la muestra (Arias y Covinos, 2021).

#### **3.3.4. Unidad de análisis**

Periodistas digitales en Facebook del distrito de Chancay.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Las técnicas de recolección, de acuerdo a Arias y Covinos (2021), se refieren a los métodos, procedimientos y procesos que permiten la obtención de datos importantes para lograr los objetivos estipulados al comienzo de toda investigación. En este sentido, para el estudio se utilizó como técnica a la encuesta, siendo un método que ayuda a indagar sobre la información de una parte de las personas, mediante el planteamiento de preguntas realizadas de forma directa o indirecta. (Sánchez et al., 2018).

En este estudio, se encuestaron a periodistas digitales que laboran en el distrito de Chancay, utilizando como instrumento de obtención de datos el cuestionario. Este cuestionario fue diseñado de 19 preguntas distribuidas de la siguiente manera: hipertextualidad (8 ítems), multimedialidad (5 ítems) e interactividad (6 ítems) y tiene una escala de Likert de cinco categorías, desde 1 o nunca hasta 5 o siempre, estimándose un tiempo de 15 minutos en su llenado.

Al respecto, este instrumento de recolección de datos cumplió con los protocolos de validez y confiabilidad. La validez se expresa como la garantía de un instrumento para delimitar la variable que se ha decidido evaluar; logrando la extracción de información que se desea descubrir. Un tipo de validez que se ejecuta, con cierta regularidad, en estudios es la validez de contenido, que establece la percepción de los ítems del instrumento en

correspondencia a aspectos como relevancia, pertinencia y coherencia (Almanasreh et al., 2019). Por consiguiente, el cuestionario a utilizar en esta investigación fue validado a través del juicio de expertos; para lo cual se dispuso de la apreciación de docentes con el grado de magíster de la Universidad César Vallejo. Los resultados se presentan en la tabla 1.

Tabla 1. *Validación de juicio de expertos*

Nombre	Grado académico	Valoración
Jorge Napoleón Torres Vásquez	Magíster	90%
Anthony Johnson Javier Napa	Magíster	80%
Mariano Octavio Vargas Arias	Magíster	90%

Nota. Resultados del juicio de expertos

Con respecto a la confiabilidad, se define como la medida que establece si, al aplicarse en reiteradas oportunidades un instrumento a una misma muestra, refleja resultados similares. Para la confiabilidad del cuestionario que se aplicó los periodistas digitales, se usó la prueba estadística del alfa de Cronbach; es una medición de coherencia interna, en la cual solo se administra el cuestionario en una única oportunidad. La confiabilidad se considera perfecta, en el caso de que el valor del  $\alpha$  sea igual a 1, en caso de tener un valor 0, la confiabilidad será clasificada como nula (Donato et al., 2018). Los resultados de la prueba de confiabilidad se presentan en la tabla 2.

**Tabla 2.**

*Confiabilidad del instrumento de recolección de datos*

Variable	Alfa de Cronbach	Valoración
El periodismo digital	0.71	Muy confiable

### 3.5 Procedimientos

Para la recolección de datos, se ha solicitado el consentimiento informado a cada entrevistado, en el cual exprese su conformidad de participar en el estudio y señale conocer la finalidad del mismo. Posteriormente, a la respuesta afirmativa, se procedió a la administración del cuestionario, lo cual fue realizado

mediante la herramienta *Google Form*, diseñándose electrónicamente el cuestionario. Una vez dispuesto el cuestionario, se envió un link de acceso a cada participante, el cual se mantuvo activo hasta completar el tamaño de la muestra. Luego, se acudió al análisis numérico, mediante estadística descriptiva, cuyos resultados fueron interpretados y dispuestos en tablas y figuras, realizándose el análisis de frecuencia absoluta y relativa. En última instancia, se estableció la comparación entre los resultados del estudio y los antecedentes; las reflexiones concluyentes y propiciaciones para las indagaciones sucesivas

### **3.6 Método de análisis de datos**

Conforme lo señalan Hernández y Mendoza (2018), las técnicas estadísticas utilizadas para mostrar datos descriptivos de la muestra fueron el estudio de frecuencia absoluta y relativa, así como el estudio de media, moda, mediana y desviación estándar. Con relación a las técnicas estadísticas para evaluar la confiabilidad, se aplicó la prueba de alfa de Cronbach y las técnicas estadísticas para la comprobación de las hipótesis, se basaron en el análisis descriptivo, previamente discutido.

### **3.7 Aspectos éticos**

Siguiendo a Ngozwana (2018), se emplearon los principios bioéticos de beneficencia o garantía de que la investigación se realiza para que se pueda conocer y manejar el periodismo digital en Chancay; también se considera la no maleficencia o garantía de que los periodistas no sufrieron daño o afectación alguna, autonomía o libertad de que los periodistas consientan o no su intención de participar en la justicia, tratándose de igual forma a cada uno de ellos. También, se cumplió con:

- A. Respeto a la autoría de las fuentes de información, al citar apropiadamente cada una de las citas, a través del estilo APA 7ma edición.
- B. Consentimiento informado.
- C. Cumplimiento de los aspectos relevantes del código de ética de la Universidad César Vallejo.

#### IV. RESULTADOS

Mediante la encuesta, se obtuvo la información necesaria que brinda respuesta a los objetivos del estudio.

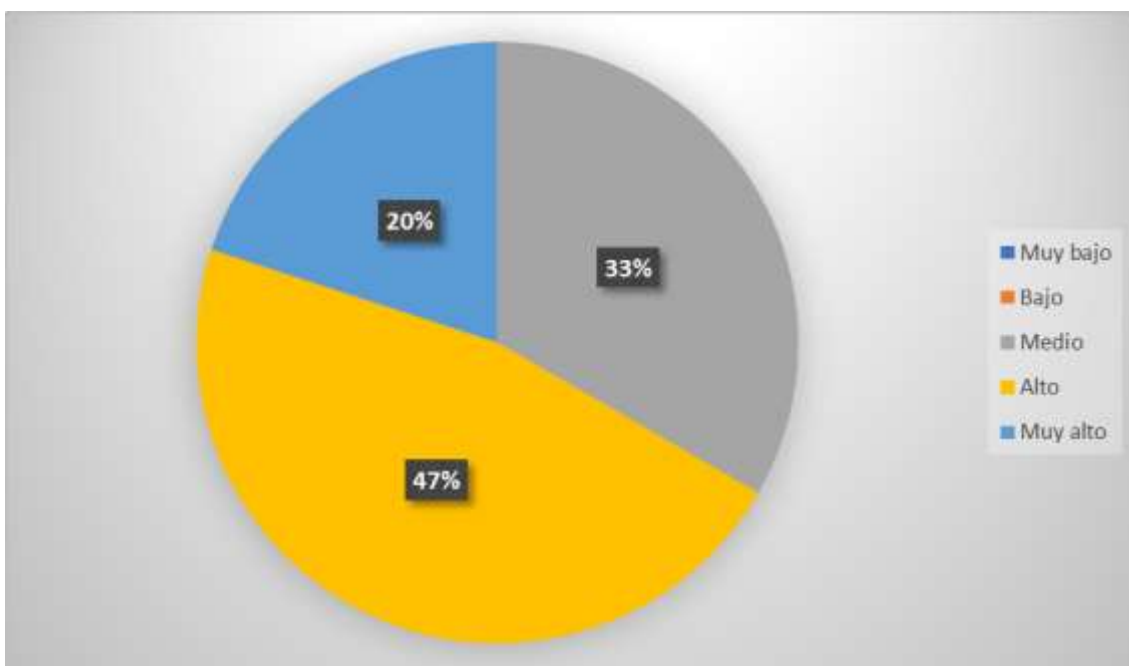
Relacionado al objetivo general que es determinar cómo se desarrolla el periodismo digital en la red social Facebook del distrito de Chancay 2022, se obtuvieron los siguientes resultados:

**Tabla 3: Resultados de la dimensión hipertextualidad**

Nivel	f	%
Muy bajo	-	-
Bajo	-	-
Medio	5	33%
Alto	7	47%
Muy alto	3	20%
Total	15	100%

Nota: f: frecuencia; %: porcentaje

**Figura 2: Proporción de los niveles de hipertextualidad**



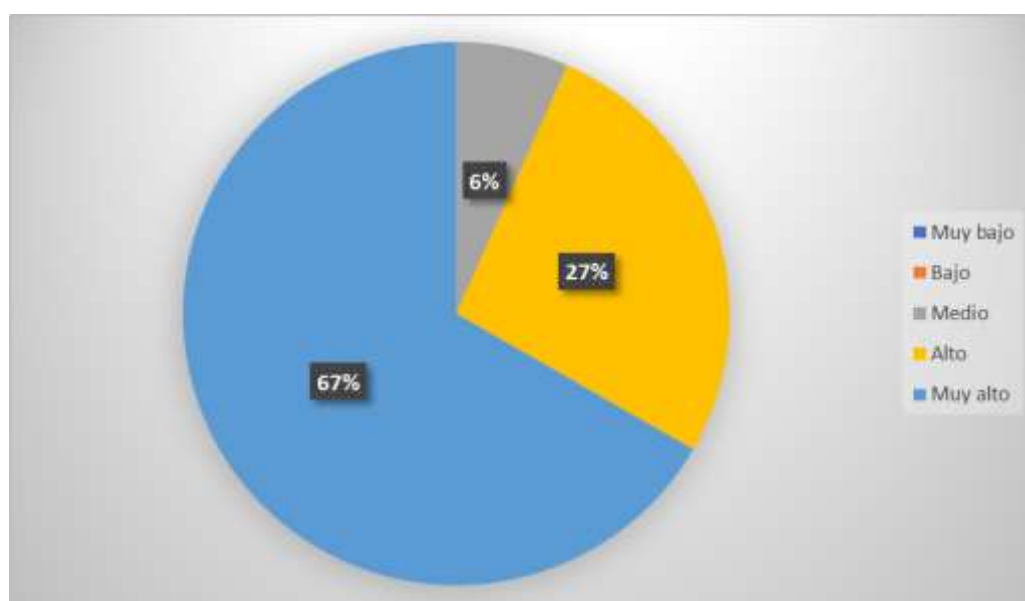
**Interpretación:** En la primera tabla se observa que el 47% de los periodistas estiman a la hipertextualidad con una presencia alta en el desarrollo del periodismo digital de la localidad, mientras que 20% opina que la hipertextualidad tiene una presencia muy alta en el contenido de los medios digitales. La presencia alta predomina en esta dimensión, sin embargo, en menor medida a las demás, esto se debe a que la característica de la hipertextualidad es utilizada en menor medida en el periodismo digital actual, los medios actuales no suelen compartir diariamente su contenido con los elementos de esta característica, por desconocimiento sobre su utilidad.

**Tabla 4: Resultados de la dimensión multimedialidad.**

Nivel	f	%
Muy bajo	-	-
Bajo	-	-
Medio	1	6%
Alto	4	27%
Muy alto	10	67%
Total	15	100%

Nota: f: frecuencia; %: porcentaje

**Figura 3: Proporción de los niveles de multimedialidad**



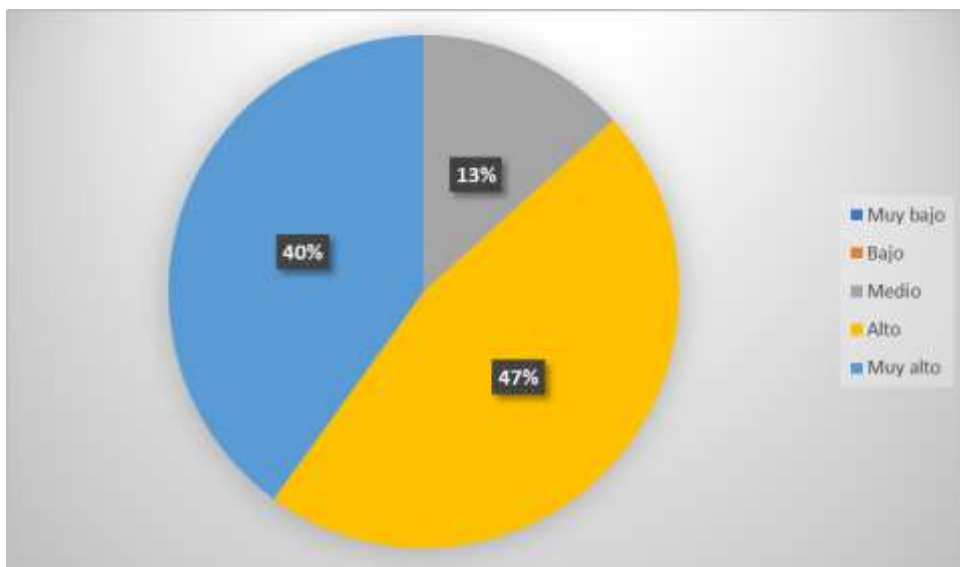
**Interpretación:** En la segunda tabla se denota que un 67% de los periodistas estiman a la multimedialidad con una presencia muy alta, mientras que un 6% opina que la multimedialidad se presenta con un nivel medio en el contenido de las publicaciones en Facebook. En la multimedialidad predomina un porcentaje muy alto, debido a que es la característica más utilizada, ocasionada por los diferentes formatos que en la actualidad se han vuelto indispensables en los contenidos digitales.

**Tabla 5: Resultados de la dimensión interactividad**

Nivel	f	%
Muy bajo	-	-
Bajo	-	-
Medio	2	13%
Alto	7	47%
Muy alto	6	40%

Nota: f: frecuencia; %: porcentaje

**Figura 4: Proporción de los niveles de interactividad**



**Interpretación:** En la tercera tabla se indica que un 47% de los periodistas estiman a la interactividad con una presencia alta, mientras que un 13% menciona que la interactividad se presenta en un nivel medio. Por lo cual, la interactividad es la segunda característica que mayor presencia tiene.

## V. DISCUSIÓN

En la presente investigación y de acuerdo al objetivo general que es determinar cómo se desarrolla el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022, se obtuvo como resultado que la multimedialidad es la característica que más se utiliza en el contenido de los medios digitales en un 67%, seguido de la interactividad con un 47%, por último, la hipertextualidad también presenta un 47%, sin embargo, también contiene indicadores medios debido su discontinuo uso.

Esto coincide con lo que dice Steensen (2019), que el periodismo digital en su mayoría de contenidos comprende una práctica basada en cómo se selecciona, interpreta y distribuye la información, utilizando los cambios en los formatos multimedia como presentación, adaptándose a las nuevas tecnologías.

Por lo tanto, el periodismo digital en su práctica cotidiana en el distrito de Chancay es utilizada mayormente por la multimedialidad, ya que los diferentes formatos y tipos de características multimedia se han vuelto indispensables en el desarrollo periodístico digital, con la continuidad y la creación emergente de las transmisiones en vivo, notamos como el sonido, video e imagen es parte fundamental del contenido de los medios digitales en Facebook.

De acuerdo al primer objetivo específico que es determinar de qué manera se presenta la hipertextualidad en el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022, se obtuvo como resultado que un 53,5% de periodistas consideran a veces los enlaces, hashtag o vínculos en su contenido, del mismo modo, un 86,7% de periodistas casi siempre revisan la información de los enlaces o vínculos antes de compartirlos, además un 40% de los encuestados a veces utiliza los hashtag según la relevancia de la noticia, con respecto a los recursos documentales, un 40% de periodistas a veces lo complementa en sus publicaciones, por otro lado, un 40% señaló que los recursos documentales les permite tener más audiencia, con respecto a compartir los recursos documentales en los muros de sus amistades, un 46,7% a veces lo realiza, por último, un 60% de los periodistas actualiza la información de acuerdo a cómo se desarrolla la noticia.

Sin embargo, Humprecht y Esser, (2018) no coinciden y afirma que la hipertextualidad en muchos casos ocasiona que se anteponga el tráfico y la

visibilidad antes que la calidad, por lo que podría provocar un bucle de desinformación que originaría la creación de noticias falsas o de dudosa procedencia.

Por consiguiente, la hipertextualidad es una característica utilizada en su mayoría por enlaces externos a las publicaciones, ya que el uso de hashtag es irrelevante por el mismo desconocimiento de los periodistas digitales ante las nuevas formas de atraer a usuarios, segmentando las categorías de información. Esta característica carece de poca utilidad en el uso diario de contenido, ya que puede ser perjudicial para los periodistas, debido al tráfico de información que puede verse manipulada y, además, por el desconocimiento en el uso de nuevas armas de distribución de contenido como son los hashtags.

De acuerdo al segundo objetivo específico que es determinar de qué manera se presenta la multimedialidad en el periodismo digital de la localidad, en donde un 80% de periodistas siempre realiza transmisiones en vivo, por otra parte, un 86,7% utiliza los formatos (imágenes, sonidos y videos), además un 60% de periodistas combina los formatos, cambiando de tema un 46,7% opinan que el contenido se enriquece al publicar recursos multimedia, con respecto al uso de los formatos multimedia, un 53,3% de los periodistas opinan que es de fácil uso para sus usuarios, por último, el 53,3 % de los encuestados opina que los distintos formatos multimedia casi siempre permiten interpretar la noticia en Facebook.

Esto coincide con lo que dice Salaverría (2019) quién menciona que, a partir de 2018, el 75% de las publicaciones digitales se hacía por video, utilizando con mayor frecuencia los formatos multimedia.

Por lo tanto, la multimedialidad se presenta como la característica más utilizada por los periodistas digitales, enfocando su contenido en el desarrollo de los acontecimientos locales mediante transmisiones en vivo, en donde se utiliza los formatos multimedia como las herramientas más frecuentes para su transmisión. Además, con el paso del tiempo se ha valorizado en una herramienta de máxima utilidad para la labor informativa por su despliegue en diferentes sectores de una misma localidad.

De acuerdo al tercer objetivo específico que es determinar de qué manera se presenta la interactividad en el periodismo digital de la localidad, en donde un



73,3% de periodistas menciona que sus publicaciones siempre motivan la participación de sus usuarios, por otra parte, un 60% menciona que sus usuarios siempre comentan u opinan sobre sus publicaciones, además un 73,3% de periodistas indica que casi siempre los comentarios de sus usuarios ayudan a mejorar el contenido, cambiando de tema un 53,3% opinan que la personalización de su contenido siempre va de acuerdo al interés de sus usuarios, con respecto al uso de la página Facebook, un 53,3% de los periodistas opinan que siempre obtienen mejores resultados en esa red social a comparación de otras, por último, el 46,7% de los encuestados opina que a veces el periodismo participativo es una tendencia.

Esto coincide con lo que indica Peters y Witschge (2015) en donde mencionan que un alto nivel de interactividad permite obtener un continuo diálogo entre los periodistas y los usuarios, beneficiando al análisis y explicación de las noticias previamente publicadas por parte de la audiencia.

En síntesis, la interactividad es una característica importante en el periodismo digital, con un rango alto de participación, en donde los periodistas consideran a la interacción de sus usuarios como parte fundamental de su trabajo periodístico. Además, consideran que los comentarios de sus seguidores les sirve para mejorar su contenido día a día.

Para finalizar, el método que realizamos en la investigación coincide con los utilizados en los antecedentes, ya que la mayoría de investigaciones fueron realizadas con un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental descriptivo, en donde se aplicó una encuesta como instrumento de recolección de datos para investigar el nivel, características o desarrollo del periodismo digital en diferentes lugares nacionales e internacionales.

## VI. CONCLUSIONES

- 1- En síntesis, el periodismo digital se desarrolla mediante las características y la variedad de herramientas virtuales que presenta esta nueva forma de comunicación, a través de la profesionalización y la adaptación de las personas que desarrollan el periodismo mediante medios digitales, incursionando en esta nueva forma de transmitir información, debido a su efectividad instantánea y su alcance que no tiene límites.
- 2- Se llegó a la conclusión que la hipertextualidad se presenta mediante enlaces externos, ya que eso produce una mayor amplitud y desarrollo de la noticia, para que así los usuarios puedan analizarla e interpretarla de mejor manera. Sin embargo, a pesar de que esta característica tenga un rango de presencia alto, los hashtags son poco utilizados por los periodistas debido a su desconocimiento sobre las nuevas tendencias que aparecen en el periodismo digital.
- 3- Se concluye que la multimedialidad se presenta mediante los formatos audio, imagen y video, que son compartidos y realizados por los mismos periodistas en tiempo real mediante transmisiones en vivo, ya que permiten establecer vínculos de comunicación con los usuarios en un nivel muy alto, siendo satisfactorio para los seguidores debido a su variedad de opciones para informarse.
- 4- Por último, se llegó a la conclusión que la interactividad se presenta mediante la participación, ya que tiene un impacto muy alto en la comunidad, debido a que permite la conexión entre el público y el medio digital, ya que los seguidores toman participación en las noticias a través de sus opiniones, comentarios y sus debates, ocasionando a la vez, la irrupción de nuevas formas de periodismo.

## VII.RECOMENDACIONES

- 1- Se recomienda que, debido al avance científico, la tecnología se ha magnificado a un nivel incomparable, al grado de volverse importante en el desarrollo cotidiano de los ciudadanos, por ello, los periodistas digitales deben estar preparados en materia de conocimientos para el uso de Facebook, como principal herramienta informativa, para así lograr que el contenido sea útil, utilizando la mayoría de características y herramientas que brinda los medios digitales, logrando que los seguidores sean los principales beneficiados.
- 2- Se recomienda que los futuros profesionales de la Comunicación de la localidad o zonas aledañas adquieran estudios básicos sobre el uso de los medios virtuales, debido a que, actualmente los servicios de manejo de redes son bastante requeridos por los diferentes medios digitales, así también les servirá para estar actualizados a las nuevas tendencias digitales que surgen en el día a día.
- 3- Se recomienda que para el ejercicio de la profesión periodística se debe manejar de forma responsable y seria, los contenidos y formatos multimedia, Por lo cual se debe inculcar a los medios de comunicación digital, incluir en su centro de labores solo a profesionales en comunicación, con el motivo que de modo existan menos desinformación o se abuse de la inmediatez, originando noticias falsas en las transmisiones en vivo.
- 4- Se recomienda que la opinión del público sea considerada y valorada por los periodistas, sin embargo, esa opinión no debería convertirse en información, ya que puede culminar en un desenlace de desinformación. Además, se debería aplicar filtros en los comentarios para evitar los insultos y faltas de respeto entre los seguidores de los diferentes medios digitales de Facebook.

## REFERENCIAS

- Almanasreh, E., Moles, R., & Chen, T. (2019). Evaluation of methods used for estimating content validity. *Research in Social and Administrative Pharmacy*,
- Angulo, M. (2019). Análisis de las tesis peruanas sobre periodismo digital. *Emprende y Transforma*, 1(1), 11-20. doi:10.33829/emprendeytransforma-0101-2019-11-20
- Antezana, J. (2018). Percepción del Periodismo Digital Aplicado en Facebook por América Noticias, en los Estudiantes de la Universidad Peruana de Arte ORVAL - Lima, 2017. *Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación*. Huacho, Perú.
- Arce, S., Vila, F., & Fondevila, J. (2021). Polarización en Twitter durante la crisis de la COVID-19. *Revista de Comunicación*, 20(2), 29-47. doi:10.26441/RC20.2-2021-A2
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Arequipa:Enfoques Consulting EIRL.
- Barceló, M. (2020). Competencias informacionales en el contexto del periodismo digital. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2020/10/periodismo-digital.html>
- Broesma, M. (2019). Epilogue: Situating Journalism In The Digital. A Plea for Studying News Flows, Users and Materiality. (págs. 515-526). Londres, Reino Unido: Routledge.
- Burgess, J., & Hurcombe, E. (2019). Digital Journalism as Symptom, Response, and Agent of Change in the Platformed Media Environment. *Digital Journalism*(7).
- Carlsson, M. (2018). Facebook in the News. *Digital Journalism*, 6(1), 4-20. doi:10.1080/21670811.2017.1298044

- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica CONCYTEC. (2018). *Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica*. [https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento\\_renacyt\\_version\\_final.pdf](https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf)
- Donato, L., Peres, E., Guilhem, D., & Gomes, M. (2018). Good practices in normal childbirth: reliability analysis of an instrument by Cronbach's Alpha. doi:10.1590/1518- 8345.2234.3000.
- Dubois, E., Gruzd, A., & Jacobson, J. (2020). Journalists' use of social media to infer public opinion: The citizens' perspective. doi:10.1177/0894439318791527
- Duffy, A., & Hwa, P. (2019). Digital Journalism: Defined, Refined, or Re-defined. .doi:10.1080/21670811.2019.1568899
- Dwoskin, E. (4 de setiembre de 2021). Misinformation on Facebook got six times more clicks than factual news during the 2020 election, study says. <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/09/03/facebook-misinformation-nyu-study/>
- Ekstrom, M., Lewis, S., & Westlund, O. (2020). Epistemologies of digital journalism and the study of misinformation. doi:10.1177/1461444819856914
- Fang, K., & Repnikova, M. (2022). The state-preneurship model of digital journalism innovation: Cases from China. doi: 10.1177/1940161221991779
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: Editorial Mc Graw Hill Education.

- Humprecht, E., & Esser, F. (2018). Mapping digital journalism: Comparing 48 news websites from six countries. *19*(4).  
doi:10.1177/1464884916667872
- Iglesias, F., & Romero, J. (2020). Uso de la red social Facebook por parte de los periodistas deportivos, Trujillo 2020. *Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación*. Trujillo, Perú.
- Márquez, C., & Ulloa, M. (2021). Periodismo digital y Facebook durante el COVID-19 en Perú y Ecuador. *URU, Revista de Comunicación y Cultura*
- Marta-Lazo, C., Rodríguez, J., & Peralta, S. (2020). Digital journalism competences. Systematic review of the scientific literature on new professional profiles of the journalist. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*
- Martínez, D., & Villanueva, C. (2019). Características del periodismo digital del distrito de Huacho 2019. *Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Huacho, Perú.
- Martínez-García, L., & Navarro, C. (2019). Características de los periodistas online españoles: consolidación de una profesión en un contexto de crisis económica. *Revista Latina de Comunicación Social*.
- Ngozwana, N. (2018). Ethical dilemmas in qualitative research methodology: Researcher's reflections. *International Journal of Educational Methodology*, <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/488890>
- Palau-Sampio, D., & Sánchez-García, P. (2020). Digital resources in the current journalistic narrative: Uses and limitations of hypertext, multimedia and interactivity. *Communication & Society*.  
<https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/78295/144195.pdf?sequence=1>
- Paredes, M., & Pizarro, J. (2022). El Facebook como herramienta de información periodística del canal digital ETP - Huacho en el distrito de Huacho - 2021.

*Tesis Para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Huacho, Perú.*

Perez, G. (2020). Percepción de la población del distrito de Tumbes sobre la información difundida en la página de facebook noticias Tumbes, período mayo – julio, 2020. *Tesis para optar la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Tumbes. Tumbes, Perú.*

Perreault, G., & Ferrucci, P. (2020). What is Digital Journalism? Defining the Practice and Role of the Digital Journalist.

Peters, C., & Witschge, T. (2015). From Grand Narratives of Democracy to Small Expectations of Participation.

Robinson, S., Lewis, S., & Carlson, M. (2019). Locating the “Digital” in Digital Journalism Studies: Transformations in Research.

Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *El profesional de la información,*

Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística* [www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf](http://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf)

Steensen, S., Grondahl, A., Benestad, Y., & Kjos, B. (2019). What Does Digital Journalism Studies Look Like?

Tandoc, E., & Maitra, J. (2018). News organizations' use of Native Videos on Facebook: doi:10.1177/1461444817702398

- Tien, H., Thanh, L., & Thanh, H. (2020). Routinizing Facebook: How Journalists' Role Conceptions Influence their Social Media Use for Professional Purposes Country.
- Xia, Y., Robinson, S., Zahay, M., & Freelon, D. (2020). The evolving journalistic roles on social media: Exploring "engagement" between journalists and citizens.
- Yaghmaie, A. (2017). How to Characterise Pure and Applied Science. *International Studies in the Philosophy of Science*.
- Zamith, R. (2019). Transparency, interactivity, diversity, and information provenance in everyday data. doi:10.1080/21670811.2018.1554409
- Zelizer, B. (2019). Why Journalism Is About More Than Digital Technology. doi:10.1080/21670811.2019.1571932
- Zhang, X., & Chen, M. (2022). Journalists' adoption and media's coverage of data-driven journalism: 16(2), 1-43. doi:10.1080/17512786.2020.1824126



## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de operacionalización de la variable: Periodismo digital

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Periodismo digital	<p>El periodismo digital comprende los aspectos que describen las rutinas productivas, ideológicas y culturales de los periodistas digitales que buscan la creación de un producto informativo bastante complejo que se compone por</p> <p>la hipertextualidad como vínculos que están actualizándose rápidamente conforme evoluciona (en vivo) cada</p> <p>acontecimiento y se alimenta de la interactividad de los comentarios, selecciones, recomendaciones y promociones de la audiencia, además reforzada por la multimedialidad que disponen las imágenes, videos o sonidos de la información (Barceló, 2020).</p>	<p>Con relación a las</p> <p>dimensiones de esta variable, se seleccionaron: hipertextualidad,</p> <p>multimedialidad y la interactividad (Barceló, 2020).</p>	Hipertextualidad online	<p>Enlaces, hashtag y vínculos</p> <hr/> <p>Complementación con recursos documentales</p> <hr/> <p>Actualización de la</p>	Ordinal (de Likert)
			Multimedialidad digital	<p>noticia</p> <hr/> <p>Disposición de imágenes, sonidos y</p> <hr/> <p>videos</p> <hr/> <p>Enriquecimiento del contenido</p> <hr/> <p>Interpretación de la</p>	
			Interactividad de los comentarios	<p>noticia</p> <hr/> <p>Participación</p> <hr/> <p>Personalización</p> <hr/> <p>Selección</p>	

## Anexo 2. Matriz de consistencia

Problemas		Objetivos		Hipótesis		Metodología
General	Específicos	General	Específicos	General	Específicos	
	¿De qué manera se presenta la hipertextualidad en el periodismo digital en Facebook en el distrito de Chancay 2022?,		Determinar de qué manera se presenta la hipertextualidad en el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022		La hipertextualidad tiene un nivel alto en el periodismo digital en Facebook en el distrito de Chancay para el año 2022	Tipo: básica Enfoque: cuantitativo Diseño: no experimental - transversal
						Nivel: descriptivo
¿Cómo se desarrolla el periodismo digital en Facebook en el distrito de Chancay 2022?	¿De qué manera se presenta la multimedialidad en el periodismo digital en Facebook en el distrito de Chancay 2022?	Determinar cómo se desarrolla el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022	Determinar de qué manera se presenta la multimedialidad en el periodismo digital en Facebook en el distrito de Chancay para el año 2022	El periodismo digital en Facebook tiene un nivel alto en el distrito de Chancay para el año 2022	La multimedialidad tiene un nivel alto en el periodismo digital en Facebook en el distrito de Chancay para el año 2022	Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario Población: 15 periodistas digitales Muestra: 15
	¿De qué manera se presenta la interactividad en el periodismo digital en Facebook en el distrito de Chancay 2022?		Determinar de qué manera se presenta la interactividad en el periodismo digital en Facebook en el distrito de Chancay para el año 2022		La interactividad tiene un nivel alto en el periodismo digital en Facebook en el distrito de Chancay para el año 2022	Periodistas digitales Muestreo: no probabilístico a conveniencia

### Anexo 3. Instrumento de la variable “El periodismo digital”

#### CUESTIONARIO

Estimado periodista, en el cuestionario, se observa interrogantes orientadas a descubrir cómo se desarrolla el periodismo digital en Facebook, en las labores que desempeña actualmente.

La encuesta es elaborada en (02) partes. La primera debe desarrollar sus datos personales, como nombre completo y el medio digital para el cual trabaja. La segunda debe marcar su respuesta ante cada interrogante, haciendo uso de una escala del 1 al 5, donde 1 representa, “Nunca” y 5 representa “Siempre”. Recuerde que es indispensable que responda cada uno de los ítems de la encuesta.

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

#### Datos del periodista

Nombre del periodista:

Medio por el cuál labora:

Edad (en años): menor de 28 ( ) 29 a 35 ( ) 36 a 42 ( ) más de 42 ( )

Sexo: Femenino ( ) Masculino ( )

N°	ÍTEM	1	2	3	4	5
<b>Hipertextualidad</b>						
1	Los enlaces, hashtag o vínculos se consideran en las publicaciones que realiza en Facebook.					
2	Revisa la información de los enlaces o vínculos antes de compartirlo en sus publicaciones en Facebook.					
3	Los hashtags utilizados en sus publicaciones en Facebook son colocados en función de la relevancia de la noticia.					
4	Complementa con recursos documentales externos las publicaciones que realiza en Facebook.					
5	Los recursos documentales que emplea en sus publicaciones en Facebook le permiten lograr una mayor audiencia.					
6	Los usuarios comparten recursos documentales en los muros de Facebook de sus amistades.					
7	Actualiza la información que publica en Facebook en la medida que se desarrolla la noticia.					
<b>Multimedialidad</b>						
8	Realiza transmisiones en vivo para actualizar noticias de interés general.					

9	Los formatos (imágenes-sonidos-videos) son utilizados en sus publicaciones en Facebook.					
10	Combina formatos (imágenes-sonidos y videos) dentro del contenido en sus publicaciones en Facebook.					
11	Al utilizar recursos multimedia, el contenido de su publicación en Facebook se enriquece.					
12	Los formatos imágenes-sonidos-videos disponibles en Facebook son de fácil uso para sus usuarios.					
13	El uso de distintos formatos permiten a los usuarios interpretar una noticia que se publica en Facebook.					
<b>Interactividad</b>						
14	Las publicaciones en Facebook motivan la participación de sus usuarios.					
15	Sus seguidores en Facebook, comentan u opinan sobre sus publicaciones.					
16	Los comentarios del público ayudan a mejorar el contenido de sus publicaciones en Facebook.					
17	La personalización de su publicación va de acuerdo al interés y su tipo de audiencia.					
18	Su página de Facebook, logra un mayor alcance de participación a diferencia de otras redes sociales.					
19	El periodismo participativo en Facebook es una tendencia.					

## TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Jorge Napoleón Torres Vásquez

Título y/o Grado:

PH. D ( )	Doctor ( )	Magíster ( X )	Licenciado ( )	Otros. ( ) Especifique
-----------	------------	----------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: UCV

Fecha: 17/09/222

Mediante esta tabla de evaluación de expertos, usted tiene la oportunidad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



\_\_\_\_\_  
Jorge Napoleón Torres Vásquez

## TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Javier Napa Anthony Johnson

Título y/o Grado:

PH. D ( )	Doctor ( )	Magíster ( x )	Licenciado ( )	Otros. ( ) Especifique
-----------	------------	----------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 19/09/2022

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>	10		

SUGERENCIAS: Solo cuidado con las tildes en preguntas.

Firma del experto:

Nombres y apellidos: Anthony Javier Napa

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Vargas Arias Mariano Octavio

Título y/o Grado: Lic. CC.CC./ Mgtr. Docencia universitaria

PH. D ( )	Doctor ( )	Magíster ( X )	Licenciado ( )	Otros. ( ) Especifique
-----------	------------	----------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: UCV

Fecha: 21/09/2022

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>	10		

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



MARIANO OCTAVIO VARGAS ARIAS

### Anexo 5: Evidencia de Alfa de Cronbach

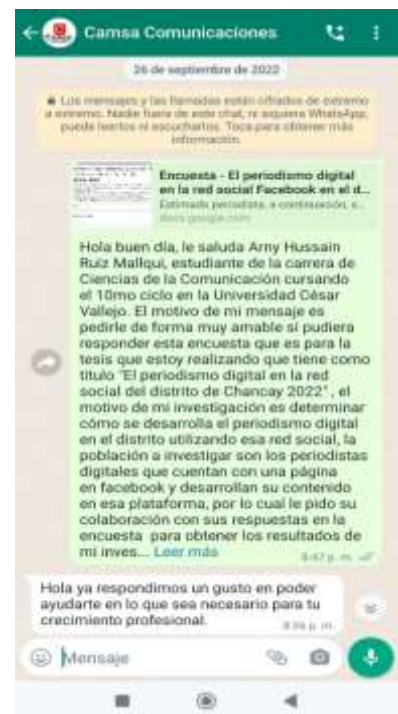
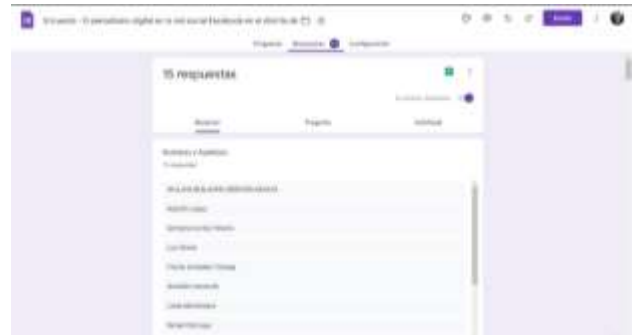
ENCUESTADOS	ITEMS																			SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
E1	3	5	4	3	5	3	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	81
E2	3	4	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	3	5	69
E3	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	2	82
E4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	3	3	3	3	71
E5	2	4	2	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	3	5	4	79
E6	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	3	5	3	82
E7	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	86
E8	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	82
E9	3	5	4	3	5	3	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	81
E10	2	4	2	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	80
E11	3	4	3	3	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	83
E12	3	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	80
E13	3	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	81
E14	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	83
E15	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	4	3	68
VARIANZA	0.382	0.160	0.773	0.596	0.693	0.596	0.516	0.196	0.293	0.373	0.507	0.356	0.427	0.356	0.516	0.249	0.693	0.640	0.640	
SUMATORIA DE VARIANZAS	8.960																			
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS	27.093																			

$\alpha$ :	Confiabilidad del coeficiente del instrumento,	<b>0.71</b>
k:	Cantidad de ítems del instrumento	19
$\sum_{i=1}^k S_i^2$ :	Suma de la varianza de los ítems.	8.960
$S_t^2$ :	Total de la varianza del instrumento.	27.093

Nuestro instrumento es muy confiable con un 0.71



## Anexo 6: Evidencias de la encuesta virtual



# Resultado del Turnitin



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**El periodismo digital en la red social Facebook del distrito de Chancay 2022**

**AUTOR:**  
Ruiz Mallqui, Arny Hussain (0000-0002-7556-3751)

**ASESOR:**  
Dr. Moreno López, Wilder Emilio (0000-0003-3151-3848)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**  
Derechos de comunicación en la sociedad contemporánea

Resumen de coincidencias

**11 %**

1	repositorio.uv.edu.pe Fuente de Internet	7 %
2	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	2 %
3	repositorio.urfgc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
4	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
5	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
6	medium.com Fuente de Internet	<1 %
7	Entregado a Mondrago... Trabajo del estudiante	<1 %
8	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	<1 %
9	repositorio.unibe.edu.do Fuente de Internet	<1 %
10	library.geosynthetics... Fuente de Internet	<1 %

Página: 1 de 35 | Número de palabras: 8520 | Versión solo texto del informe | Alta resolución | Activado



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, MORENO LOPEZ WILDER EMILIO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "El periodismo digital en la red social Facebook del distrito de Chancay 2022

", cuyo autor es RUIZ MALLQUI ARNY HUSSAIN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 8.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo 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.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 03 de Diciembre del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
MORENO LOPEZ WILDER EMILIO <b>DNI:</b> 08088755 <b>ORCID:</b> 0000-0003-3151-3848	Firmado electrónicamente por: WEMORENOM el 08- 12-2022 11:08:09

Código documento Trilce: TRI - 0471203