



Universidad César Vallejo

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

**Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de
América Noticias, 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Chavez Campos, Lia Atenea (orcid.org/0000-0002-8862-9668)

ASESORA:

Dra. Pariona Benavides, Mariela Teresa (orcid.org/0000-0003-4279-0154)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2024



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PARIONA BENAVIDES MARIELA TERESA, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.", cuyo autor es CHAVEZ CAMPOS LIA ATENEA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20%, 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, 10 de Junio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PARIONA BENAVIDES MARIELA TERESA DNI: 09722329 ORCID: 0000-0003-4279-0154	Firmado electrónicamente por: MPARIONAB el 13- 06-2024 21:42:56

Código documento Trilce: TRI - 0757791





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, CHAVEZ CAMPOS LIA ATENEA estudiante de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
LIA ATENEA CHAVEZ CAMPOS DNI: 71769102 ORCID: 0000-0002-8862-9668	Firmado electrónicamente por: LCHAVEZCA21 el 10- 06-2024 23:49:11

Código documento Trilce: TRI - 0757792



Dedicatoria

A Dios por apoyarme espiritualmente para culminar el presente trabajo, a mi madre y abuela por brindarme ese apoyo incondicional que nunca me hizo falta en el proceso y a mi abuelo, que sé está presente en todo mi camino personal y profesional.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme entregar satisfactoriamente esta investigación, a mi familia por cada alegría y consuelo brindados en todo el proceso, gracias L por darme ese apoyo que necesité en más de una ocasión, a mis compañeros, próximos colegas que tuvimos el grato momento de compartir 5 años juntos.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Declaratoria de autenticidad del asesor.....	ii
Declaratoria de originalidad del autor.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimientos.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras.....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. METODOLOGÍA.....	8
III. RESULTADOS.....	20
IV. DISCUSIÓN.....	30
V. CONCLUSIONES.....	33
VI. RECOMENDACIONES.....	35
REFERENCIAS.....	37
ANEXOS.....	44

Índice de tablas

Tabla 1	Cuadro de valores para el cuestionario	14
Tabla 2	Ficha técnica del instrumento	15
Tabla 3	Validadores	15
Tabla 4	Interpretación del coeficiente Alfa de Cronbach por Rodriguez y Reguant (2020).	16
Tabla 5	Estadística de fiabilidad en prueba piloto con software IBM SPSS Statistics.	16
Tabla 6	Estadística de fiabilidad en prueba piloto con software IBM SPSS Statistics de la variable 1 hipertextualidad.....	17
Tabla 7	Estadística de fiabilidad en prueba piloto con software IBM SPSS Statistics de la variable 2 interacción.....	17
Tabla 8	Estadística de fiabilidad de toda la muestra.	20
Tabla 9	Estadística de fiabilidad de variable 1 hipertextualidad.	20
Tabla 10	Estadística de fiabilidad de la variable 2 interacción.	21
Tabla 11	Tabla de frecuencias correspondiente al nivel de la variable 1 hipertextualidad.	21
Tabla 12	Tabla de frecuencias correspondiente al nivel de la variable 2 interacción.	22
Tabla 13	Tabla de frecuencias correspondiente al nivel de la dimensión 3 inmersión a correlacionar con la variable 1.	22
Tabla 14	Tabla de frecuencias correspondiente al nivel de la dimensión 4 participación en facebook a correlacionar con la variable 1.....	23
Tabla 15	Tablas cruzadas entre variable 1 hipertextualidad y la dimensión 3 inmersión.....	24
Tabla 16	Tablas cruzadas entre hipertextualidad y participación en facebook. ...	24
Tabla 17	Tablas cruzadas entre hipertextualidad e interacción.....	25
Tabla 18	Cuadro de rango de correlación de Spearman.....	26
Tabla 19	Relación entre hipertextualidad e inmersión en los seguidores de la página de facebook de América Noticias, 2023.....	27
Tabla 20	Relación entre hipertextualidad e participación en facebook de los seguidores del medio América Noticias, 2023.	28

Tabla 21 Relación entre hipertextualidad e participación en facebook de los seguidores del medio América Noticias, 2023.	29
Tabla 22 Tabla de operacionalización de hipertextualidad.....	44
Tabla 23 Tabla de operacionalización de interacción.....	45
Tabla 24 Matriz de consistencia	68

Índice de figuras

Figura 1 <i>Esquema de nivel correlacional entre la variable 1 hipertextualidad y variable 2 interacción.</i>	9
--	---

Resumen

La presente investigación cuenta con el objetivo de desarrollo sostenible ocho, lleva el nombre de trabajo decente y crecimiento económico. Se pretende compilar información para analizar los datos hallados en la revisión de literatura. Como objetivos se plantearon, establecer la relación entre la hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023. De la misma manera, los objetivos específicos, determinar la relación entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023; determinar la relación entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios de América Noticias, 2023. La investigación es de tipo aplicada de enfoque cuantitativo no experimental. La población del estudio estuvo conformada por los 4,2 millones de seguidores de la página de Facebook de América Noticias. Como resultados, se halló que se cumple la correlación significativa con un resultado de $Rho= 0,559$ demostrando que existe una correlación positiva considerable y significativa entre la hipertextualidad e interacción. Para concluir, se halló que 275 seguidores de 384 considerados en la muestra no interactúan con el medio por falta de una presentación adecuada del hipertexto.

Palabras clave: Hipertextualidad, interacción digital y Facebook.

Abstract

This research has sustainable development goal eight, called decent work and economic growth. The aim is to compile information to analyze the data found in the literature review. The objectives were to establish the relationship between hypertextuality and user interaction on Facebook de América Noticias, 2023. In the same way, the specific objectives were to determine the relationship between hypertextuality and user immersion on Facebook de América Noticias, 2023. ; determine the relationship between hypertextuality and Facebook participation of América Noticias users, 2023. The research is of an applied type with a non-experimental quantitative approach. The study population was made up of the 4.2 million followers of the América Noticias Facebook page. As results, it was found that the significant correlation is met with a result of $Rho = 0.559$, demonstrating that there is a considerable and significant positive correlation between hypertextuality and interaction. To conclude, it was found that 275 followers out of 384 considered in the sample do not interact with the medium due to lack of an adequate presentation of the hypertext.

Keywords: Hypertextuality, digital interaction and Facebook.

I. INTRODUCCIÓN

La hipertextualidad es parte de la innovación tecnológica actual porque brinda inmersión del usuario a diversos contenidos multimedia con un solo click. Asimismo, el hipertexto se compone de enlaces que redireccionan las búsquedas de los usuarios según sus intereses haciendo que esta herramienta sea indispensable en la interacción de contenidos. Sin embargo, la problemática radica en este punto, donde los creadores de contenido digital o ciberperiodistas no obtienen la interacción deseada en redes sociales como Facebook, sus estadísticas no reflejan en su totalidad la inclusión del hipertexto y por lo tanto, los usuarios no completan la interacción deseada para un medio multiplataformas. Por ello, se destaca la importancia del hipertexto en la transmisión efectiva del mensaje noticioso en redes para la interacción del usuario con el contenido.

Asimismo, se trabajó en la presente tesis con el objetivo de desarrollo sostenible número ocho, el cual es trabajo decente y crecimiento económico, donde se presentan recomendaciones para que los trabajadores puedan conocer sus derechos en la búsqueda de un trato laboral justo. Con la presente tesis se busca compilar información para el análisis respectivo de los datos encontrados dentro de la revisión de literatura. Por tanto, el problema de la investigación se plantea de la siguiente manera: ¿qué relación existe entre la hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2024?

La tesis se justifica teóricamente desde el saber existente de la red social Facebook como un emergente de evolución tecnológica y digital albergando nuevos formatos de relación social y expresión (Sánchez y Del Prado, 2021). Por ende, la arquitectura digital propia de la red Facebook propone la funcionalidad del hipertexto siendo atractivo para los usuarios que se familiaricen con las posibilidades abiertas de la red social (López et al., 2020).

Además, se justifica en la práctica porque se plantea el propósito de darle fin al desarrollo de estudio, cuando se determine la interacción deseada del usuario con las plataformas digitales en favor de los creadores de contenido digital o ciberperiodistas para reflejar la retroalimentación de información periodística, a través de la visualización de datos proporcionados en la web.

La justificación de esta investigación es de carácter metodológico, porque permitirá utilizarse la técnica del cuestionario, para conocer la interacción real de usuarios en Facebook de América Noticias, que permitirá utilizar los datos como antecedentes para investigaciones próximas.

En el aspecto social, se plantea que los objetivos cumplen con apoyar a promover el uso de la hipertextualidad a más usuarios y creadores de contenido como innovación tecnológica en sus plataformas de interés, junto a la información vinculada a enlaces los cuales crean recorridos infinitos para el usuario conocedor.

Como fin de la presente investigación el objetivo general es establecer la relación entre la hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023. De igual modo, los objetivos específicos se plantean de la siguiente manera: determinar la relación entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023; determinar la relación entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios de América Noticias, 2023.

Al realizar la indagación de acuerdo a las variables de la investigación se encontraron los antecedentes a nivel internacional como nacional: A nivel internacional, un estudio realizado en la Universidad Complutense de Madrid, Abuín y García (2019), analizaron la presencia de los cuatro puntos cardinales del ciberespacio (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y actualización) en las páginas web de los partidos políticos españoles; los resultados indican que, el espacio web que se investiga, carece de herramientas y recursos relacionados con la interactividad, multimedialidad e hipertextualidad, a través de este medio se minimiza la posibilidad de interacción entre diferentes usuarios y partidos políticos, proponiendo que un nivel actualizado de información y contenidos publicados es insuficiente para el usuario.

Palau & Sánchez (2020), comprobaron el estado actual de la narrativa multimedia en las informaciones periodísticas de actualidad, donde los resultados mencionan que, se presenta un uso sospechoso del hipertexto, ya sea por repetición de enlaces que apuntan al mismo documento, falta de definición de

enlaces que redireccionan a carpetas de archivos comunes o una tendencia a mantener al espectador en el propio sitio web.

Orero y Cebrián (2019), aportó datos indicativos del grado de presencia, aplicación y desarrollo de los enlaces semánticos desde el año 2002 hasta el 2016; donde los resultados mencionan que, en los últimos años, el hipertexto ha crecido muy rápidamente debido a la introducción de etiquetas semánticas. Según los titulares de los periódicos, este es un proceso que tuvo lugar entre 2010 y 2014, lo que explica el reciente aumento y aceleración del progreso tecnológico en plataformas.

Lázaro (2020), comparó las noticias publicadas sobre Covid-19 por los medios nativos digitales eldiario.es y okdiario.com; donde los resultados indican que, las publicaciones más compartidas son las notas con más comentarios, reacciones e interacciones, y lo mismo ocurre con cada variable en relación con otras variables.

González, et al. (2020), analizó el comportamiento de las audiencias millennials en las diferentes pantallas; Los resultados indican que, en ambos períodos electorales, la mayoría de los encuestados mencionó que usaba contenido con frecuencia (59% y 54%), el 20% y 25% mencionó que usaba contenido algunas veces, y el 20% y 25% mencionó que usaba contenido regularmente, respectivamente. Solo el 14% y el 16% respondió indirecto. El 98% y el 95%, respectivamente, mencionaron combinar este consumo en redes sociales al mismo tiempo.

López, et al. (2020), profundizó en el caso de Facebook y evaluar las funciones que le atribuyen los políticos españoles; Los resultados indican que, los partidos políticos y sus líderes tienden a promover eventos y programas electorales y solicitar votos, pero rara vez utilizan Facebook para fomentar un diálogo genuino con sus seguidores existiendo muy pocas publicaciones cuyo objetivo principal sea iniciar o mantener una conversación con el público.

Un artículo publicado en la revista Profesional de la Información, Pérez y Rodríguez (2023), plantearon analizar la relación entre algunos indicadores de las universidades, su uso y resultados en las redes sociales. Sus indicadores

cumplieron con el número de interacción semanales en publicaciones de redes sociales. Los resultados mencionan que, se ha demostrado una correlación positiva entre las interacciones (me gusta, comentarios, compartidos) y los estudiantes que reciben en estas redes sociales, excluyendo Instagram.

A nivel nacional, una investigación realizada en la Universidad Nacional de Piura Celi y Marcelo (2022), propuso analizar las características de ciberperiodismo y la percepción del lector en las noticias políticas sobre la Asamblea Constituyente en la web de El Comercio durante enero – abril del 2022; en los resultados se demostró que La Asamblea Constituyente utiliza los enlaces de noticias publicados en la web de El Comercio que presentan hipertextualidad a través de enlaces externos e internos, utilizando estructuras lineales y ramificadas.

Cueva (2019), planteó caracterizar el lenguaje periodístico de la página de Facebook del diario La República según sus lectores en el 2018; donde los resultados manifiestan que, con la dimensión hipertextualidad muestran que el 95,9% afirmó que los enlaces mejoran la forma de transmitir el contenido informativo.

El estudio realizado por Ramón (2023), en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, determinó al investigar las redes sociales que los periodistas digitales peruanos usaron como fuentes de información en la cobertura periodística de los casos relacionados al racismo y establecer de qué manera se utilizan esas redes cuando actúan como fuentes informativas de dichos sucesos; los resultados mencionan que, los periodistas peruanos utilizaron hipervínculos de redes sociales para brindar facilidad en el acceso al contenido de las redes.

Ruiz (2022), investigó cómo se desarrolla el periodismo digital en Facebook del distrito de Chancay 2022; los resultados manifiestan que, aunque el 47% de los periodistas cree que la hipertextualidad tiene una fuerte presencia en el desarrollo del periodismo digital local, las características de la hipertextualidad están subutilizadas en el mismo, por tanto los medios actuales generalmente no comparten información con los reporteros diarios. La razón de esta característica es la falta de conocimiento sobre su utilidad.

Cruz y Puente (2022), investigaron la relación que existe entre Kahoot y la comunicación digital en estudiantes y docentes de secundaria de la Institución Educativa Particular Divino San Pedro, Lurigancho - Chosica, 2022; se reveló que la tasa de aceptación de hipertexto es del 88,9% esto se debe a que creen que el uso de símbolos no verbales es más interactivo y también prefieren comunicarse mediante textos breves y sencillos a través de Internet.

En un estudio realizado en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Tello (2020), planteó en su investigación la aplicación del SEO en la redacción periodística digital de la página web del diario El Comercio influyó en la visibilidad del flujo noticioso dentro de los buscadores web durante la cobertura del coronavirus en el Perú (marzo a mayo de 2020); los resultados indican que, el comportamiento de los artículos seleccionados representa una serie de mega noticias publicadas bajo la firma general del periódico, primando la optimización web, la hipertextualidad y los elementos multimedia, con un enfoque periodístico en las plataformas digitales.

Carranza (2020), investigó la percepción de los contenidos periodísticos de servicio publicados en la página de Facebook del sistema de transporte Metropolitano influye en la satisfacción de los usuarios durante agosto del 2020; los resultados indican que, la interactividad de las comunicaciones digitales presentadas en la página de Facebook del Sistema de Transporte Metropolitano tenía una correlación positiva con la satisfacción del usuario en agosto de 2020 con un nivel de confianza del 95%.

Asimismo, existen teorías de respaldo a la investigación como la teoría de la hipertextualidad en la que se encuentran diversos enfoques según autores como el de Bush en 1945 el cual planteaba el inicio del hipertexto por asociaciones de ideas para crear conocimiento con un sistema de recuperación por asociación, pero esta acción a futuro sería alterada con la llegada de los ordenadores. Por otro lado, Nelson popularizó en 1965 al hipertexto con la locación de textos inmediato brindado un llamado sistema de gestión para el usuario; sin embargo, en esta investigación se considera el enfoque de Engelbart propuesto en 1968 donde para él, la capacidad intelectual del ser humano tiene base en tres elementos:

tecnología, lenguaje y metodología. Por ende, permite al usuario sumergirse en un sistema que permita la interacción con esos tres elementos.

Además, la teoría de usos y gratificaciones planteada por Katz, Blumer y Gurevitch, (1973, como se citó en Tarullo, 2020). Menciona que, con la teoría se busca comprender las funciones del medio para el individuo y para la sociedad. Sin embargo, estos autores lo definieron refiriéndose al uso de los medios de comunicación tradicionales y no es hasta que Whiting y Williams, (2013, como se citó en Tarullo, 2020). Descubrieron gratificaciones nuevas con la aparición de las redes sociales, las cuales hoy en día, satisfacen las necesidades de socialización de un individuo, tales como la expresión de la opinión individual o la posibilidad de interactuar con su entorno en un proceso socio-comunicacional. Por ende, la investigación actual presenta enfoques conceptuales para el conocimiento del tema propuesto.

Respecto a la primera variable, la hipertextualidad es el resultado de un proceso que no está ordenado por la computadora, ya que permite crear estructuras generales más complejas que se ramifican en diferentes direcciones a través de enlaces (Gutiérrez y Gonzáles, 2019). Se infiere que la hipertextualidad es un proceso de búsqueda de información en la cual las mediaciones por enlaces están relacionadas al interés del usuario, por lo que se esparce la información en distintas direcciones.

De la misma manera la segunda variable, la interacción es un elemento clave para el alcance y distribución de las publicaciones hacia los usuarios, también la interacción activa fomenta que la audiencia implique un grado de inmersión para encontrar contenido relacionado al de su interés (García y De la Fuente, 2022). Se infiere de los autores que si existe interacción, también se brinda un grado de inmersión por parte del usuario en la información de su interés. Al conocer la definición de interacción también se despliegan las dimensiones de investigación correspondientes a la variable.

Consecuentemente a la información encontrada, se menciona la hipótesis general: H1 existe relación entre la hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023. En cuanto a la formulación de las hipótesis

específicas se tiene: H1 existe relación entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023 y H2 existe relación entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios de América Noticias, 2023.

II. METODOLOGÍA

La investigación es de tipo aplicada, esto con el fin de responder a problemas de la sociedad con la construcción de nuevos conocimientos. Por ello, según el Manual Oslo de la Organización para la cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE] menciona que, al desarrollar una investigación aplicada se producen invenciones específicas o modificaciones que apoyan a tener una mirada más amplia al conocimiento (OCDE, 2018). Es decir, este tipo de investigación ayudó a conocer la relación entre la hipertextualidad y la interacción de usuarios en Facebook de América Noticias.

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, donde se recolectaron datos cuantificables sobre la interacción de usuarios en Facebook de América Noticias. El enfoque cuantitativo se desarrolla al observarse en una investigación el proceso estadístico inferencial para extraer hipótesis y analizar su aporte en los resultados para beneficio de la población estudiada (Ramos, 2020). Por ello, al tiempo de conocer la data muestral mediante el SPSS se brindaron los resultados de la investigación.

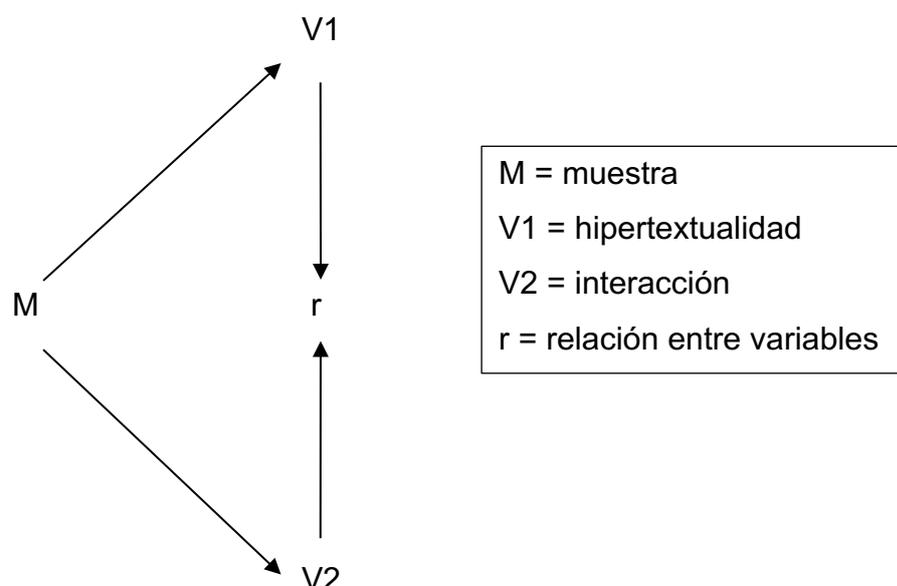
La presente investigación es no experimental. Por ende, en este diseño se observaron los fenómenos en su forma natural, sin modificar los datos en el desarrollo de las mismas (Calderón y Alzamora, 2019). En efecto, el investigador no tuvo ninguna participación o poder de modificar las variables que afecten a los resultados.

Asimismo, el alcance de la investigación contiene límites en los que se enmarcó el estudio, tales como una cantidad de seguidores que cumplan con el seguimiento de la página de facebook de América Noticias. De igual manera, se pretendió recolectar la mayor cantidad de seguidores para comprender una muestra real. Por ello, se midieron las características de grupos de unidades en un determinado espacio de tiempo, sin pretender modificar el desarrollo de las unidades (Calderón y Alzamora, 2019). Es decir, se recolectó información efectuada una sola vez durante los meses de abril y mayo donde se completó el proceso de conocer los resultados.

El nivel de investigación es correlacional buscando relacionar la variable uno hipertextualidad y la variable dos interacción. El nivel correlacional, se presenta ante la necesidad de proponer hipótesis que justifiquen la relación entre dos o más variables de investigación (Ramos, 2020). Esta investigación determinó la relación entre dos variables, para la cual se establece una hipótesis general y dos específicas.

Figura 1

Esquema de nivel correlacional entre la variable 1 hipertextualidad y variable 2 interacción.



Respecto a la primera variable, la hipertextualidad es el resultado de un proceso que no está ordenado por la computadora, ya que permite crear estructuras generales más complejas que se ramifican en diferentes direcciones a través de enlaces (Gutiérrez y González, 2019). Se infiere que la hipertextualidad es un proceso de búsqueda de información en la cual las mediaciones por enlaces están relacionadas al interés del usuario, por lo que se esparce la información en distintas direcciones.

Definiendo la primera dimensión, los medios digitales han adaptado su contenido para dispositivos móviles, brindando información inmediata a los usuarios y la posibilidad de documentación periodística (Alonso, 2021). Este

avance tecnológico manifiesta la innovación en la presentación de información periodística y su entendimiento eficaz para los contenidos de medios.

Por ende, el primer indicador es la inmediatez brinda alcances notorios para realizar el seguimiento simultáneo e instantáneo de la información de interés del usuario de acuerdo al medio digital de elección (Alonso 2021). Por ello, la información inmediata está al alcance de los usuarios para el entendimiento del foco de interés en ámbitos de política, sociedad, entretenimiento, etc.

Asimismo, el segundo indicador es la documentación periodística es un tipo de lectura de pantalla no informática que técnicamente utiliza enlaces de hipertexto, logrando acceder a documentos adicionales en una parte diferente o complementaria a la información que se está leyendo actualmente (Alonso, 2021). La definición de autor propone que la base de datos proporcionada por el medio es necesaria para el usuario y la base de datos que puede estar a su alcance en la selección de noticias de interés.

Consecuentemente la segunda dimensión, multimedialidad realza el contenido y la importancia de los artículos periodísticos al combinar texto, fotografías, video, audio, animación y otros elementos que aumentan en gran medida la interacción del usuario; por ende, hablamos de multimedialidad cuando se combinan al menos dos tipos de lenguaje en una pieza periodística, de lo contrario, sería llamado monomedia (Ladino et al., 2022). Los autores de este artículo realzan el valor de la multimedialidad en el que tanto páginas web, redes sociales y otras plataformas integren la multimedialidad solo se presentan más de una pieza periodística para los usuarios.

Seguidamente el primer indicador derivado de la multimedialidad, el video es un formato integrado en las textualidades multimedia dando al usuario una percepción en la narración (Alonso, 2021). El autor menciona la importancia del video. Consecuentemente, integrar al formato como un complemento para la narración.

Por ende, el segundo indicador derivado de la multimedialidad, el sonido es otro formato que se integra en la narración del texto multimedia (Alonso, 2021). Asimismo, rescata otro elemento de la multimedialidad no frecuente en la

integración de las noticias, como podcast o audios solos sin el apoyo de una secuencia de imágenes o videos.

Por consiguiente, el tercer indicador derivado de la multimedialidad, la imagen es un elemento multimedia e interactivo dependiendo el contenido que transmite, se presenta como modo de organización de información en un plano tridimensional (Alonso, 2021). Así observamos que, la imagen como formato multimedia puede contener un mensaje de transmisión al usuario con información relevante, resultando interactivo para los lectores.

Por último, el cuarto indicador derivado de la multimedialidad, el texto es un formato que da sentido a la narración dentro de la textualidad multimedia, siendo la escritura la principal forma de presentar información (Alonso, 2021). Igualmente, siguiendo las definiciones del autor, cada elemento o formato mencionado es esencial para brindar multimedialidad a las narraciones periodísticas o de diferente índole.

De la misma manera la segunda variable, la interacción es un elemento clave para el alcance y distribución de las publicaciones hacia los usuarios, también la interacción activa fomenta que la audiencia implique un grado de inmersión para encontrar contenido relacionado al de su interés (García y De la Fuente, 2022). Se infiere de los autores que si existe interacción, también se brinda un grado de inmersión por parte del usuario en la información de su interés. Al conocer la definición de interacción también se despliegan las dimensiones de investigación correspondientes a la variable.

La primera dimensión es la inmersión, es definido por varios procesos realizados en diferentes momentos que permiten al usuario sumergirse en la información de interés propuesta por un medio, consecuentemente el nivel de interacción será relacionado por el grado de inmersión que demuestre el usuario con el contenido propuesto (García y De la Fuente, 2022). Cabe resaltar que los autores mencionan en su definición que la inmersión no se presenta solo al presentarse un proceso, sino un conjunto de procesos para que el usuario pueda informarse concretamente.

Asimismo como primer indicador derivado de la inmersión, el interés del usuario es definido por el grado de consumo sobre un contenido subido a internet, lo cual se acompaña de la participación del usuario (García y De la Fuente, 2022). Por ende, si el usuario no presenta interés por un contenido específico, no tendría el grado de inmersión deseado.

Como segundo indicador derivado de la inmersión, la difusión de contenido es una serie de procesos o patrones realizados por el usuario según el contenido de interés en una publicación presentado por elementos como hashtags, menciones, retuits, etc (Díaz et al., 2021). Con respecto a la información, el contenido presenta opciones para difundir y el usuario puede utilizar esos elementos para conectar con los demás.

Consecuentemente la segunda dimensión, la participación en Facebook es la posibilidad del usuario en poder comentar, reaccionar con emoticones, compartir información personal o de cualquier índole, entre otras para el fin de generar un espacio de interacción entre lo que el usuario proyecta y la respuesta de otros usuarios, (López et al., 2020). Por ende, los indicadores que se derivan de la dimensión se definen al mencionar a la red social Facebook la cual, cuenta con modos de interacción rápidos los cuales se manifiestan de distintas maneras y pueden darse simultáneamente.

Como primer indicador se contempla a las reacciones, permite la participación instantánea del usuario de Facebook con emoticones que describen las emociones de me gusta, me encanta, me asombra, me entristece y me enfada; estas son observadas por todos los usuarios y la persona que administra el perfil o página puede observar más detalladamente en métricas (Albornoz y Luján, 2020). Por consiguiente, estos modos de interacción en Facebook permiten al usuario mostrar sentimientos predeterminados al público que utiliza la red social.

Como segundo indicador se conceptualiza a comentar, permite al usuario participar de forma instantánea mediante opiniones, preguntas, o formulaciones de texto libre a las publicaciones en la red social Facebook (Albornoz y Luján, 2020). Es importante mencionar que esta función también es manejada por el creador de

la publicación dándole la oportunidad de eliminar u ocultar un comentario no deseado.

Finalmente como tercer indicador se define a compartir, es una acción presentada por la red social Facebook la cual permite difundir fotografías, videos, enlaces, emociones colocadas en una publicación de forma inmediata (Albornoz y Luján, 2020). Por ende, cuando hablamos de la participación en Facebook realmente existen formas, elementos y acciones las cuales favorecen la práctica de lo mencionado.

La escala utilizada es la ordinal. Por tanto, las propiedades en cuestión, para saber si cumplen con ser mayores, mejores o sus contrapuestos, asimismo, se describe la magnitud de la variable simple para la comparación (Gamboa, 2022). Por ello, en la presente investigación se optó por usar la escala de Likert con el orden y numeración siguiente: Totalmente de acuerdo (1), de acuerdo (2), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), en desacuerdo (4) y totalmente en desacuerdo (5).

La población es un grupo escogido del que se generalizan los resultados obtenidos de la investigación, además, esta población debe ser homogénea desde las variables de interés (Polit y Hungler, 2000, como se citó en Mucha et al., 2021). Asimismo, la población es conformada por un grupo de elementos de estudio, los cuales debe precisar el investigador en su tesis cumpliendo con poseer características similares (Mucha et al., 2019). De tal modo, la población encuestada para la presente tesis fue integrada por 4,2 millones de seguidores de la página en Facebook de América Noticias.

Bajo los criterios de inclusión se contempla a personas registradas en Facebook con un rango de edad de 18 a 55 años para conocer un intervalo considerable en la búsqueda de respuestas digitales.

Asimismo, en los criterios de exclusión se considera a personas registradas en Facebook con edad menor o igual a 17 años y mayor o igual a 56 años para evitar obtener respuestas no verídicas o inconsistentes por el poco entendimiento de la virtualidad.

La muestra, es una representación de la población, posee características similares lo cual permite realizar estimaciones para la investigación (Sucasaire, 2022). Para el presente informe de tesis, se consideró a una población desconocida con proporción poblacional de variables cualitativas. Por ello, el cálculo del tamaño de la muestra se realizó con la fórmula anexada, dando como resultado la cantidad de la muestra $n=384$ usuarios en Facebook de América Noticias, esto permitió obtener datos para el análisis del informe.

El muestreo, es una herramienta usada en la investigación científica con el fin de determinar la población a estudiar (Hernández y Carpio, 2019). Por ello, se utilizó el método probabilístico para seleccionar la muestra requerida. Por otro lado, el muestreo probabilístico es un método de aplicación simple; cada persona de la población tiene las mismas probabilidades de ser seleccionada en el estudio (Hernández y Carpio, 2019). Es decir, un individuo es elegido al azar para representar a la población de estudio.

Respecto a la técnica e instrumento de recolección de datos a utilizar en el presente informe se utilizó la encuesta, la cual, es una técnica que permite recopilar datos con la existencia de un cuestionario estructurado; antes de aplicarse a toda la población, se debe aplicar a la selección muestral (Cisneros et al., 2022). Cabe mencionar que la aplicación del instrumento es el cuestionario con 20 ítems, el cual ocupó la escala de Likert con 5 niveles de respuesta correspondientes a su estructura : Totalmente de acuerdo (1), de acuerdo (2), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), en desacuerdo (4) y totalmente en desacuerdo (5) (Gamboa, M. 2022), su aplicación a seguidores de la página de Facebook de América Noticias.

Tabla 1

Cuadro de valores para el cuestionario

Niveles de respuesta	Valores
Totalmente de acuerdo	1
De acuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	4
Totalmente en desacuerdo	5

Nota: Medición según escala de Likert propuesta por Gamboa, M. (2022).

Tabla 2*Ficha técnica del instrumento*

Nombre del informe de tesis	Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.
Fecha de realización	01 – 04 – 2024
Población	4,2 millones de seguidores de la página de facebook de América Noticias.
Muestra	n=384 seguidores de la página de facebook de América Noticias.
Técnica	Encuesta

Un instrumento es válido al cumplir los criterios precisos para su medición (Borjas, 2020). El enfoque cumple con la estructura de un análisis cuantitativo realizando un cuestionario, con ítems que se derivaron según las dimensiones e indicadores planteados en la tesis. Asimismo, para conocer la validez del instrumento, se precisó de la validación de 3 especialistas:

Tabla 3*Validadores*

Experto	Coherencia	Relevancia	Claridad	Condición final
Cabello Candela, Javier Aurelio. Magister en Comunicaciones	4	4	4	Validado
Chávez Ramos, Luis Alberto. Doctor en Educación	4	4	4	Validado
Saldaña Manche, Walter Vladimir. Magíster en Sociología	4	4	4	Validado

Nota: Los datos son extraídos del anexo 02 completados por el experto.

La intervención por parte de los expertos se realizó con la finalidad de determinar la validez del instrumento, sometiéndolos a evaluación según anexo de la guía académica, mediante una rúbrica de evaluación compuesta por 20 ítems, los especialistas puntuaron coherencia, relevancia y claridad de los indicadores, dando por condición final la validación esperada.

La confiabilidad nace con la implementación de los métodos y técnicas empleados con un grado de exactitud y precisión, para posteriormente, obtener resultados similares en investigaciones científicas (Borjas, 2020). Asimismo, para analizar los datos obtenidos se utilizó el coeficiente de alfa de Cronbach, es una fórmula general que estima la fiabilidad de un determinado instrumento, donde las respuestas de ítems tienen más de dos valores (Rodríguez y Reguant, 2020). En la siguiente tabla se detallan los rangos del alpha de Cronbach.

Tabla 4

Interpretación del coeficiente Alfa de Cronbach por Rodriguez y Reguant (2020).

Intervalos	Interpretación
$\alpha \geq 0,9$	Excelente
$0,8 \leq \alpha < 0,9$	Buena
$0,7 \leq \alpha < 0,8$	Aceptable
$0,6 \leq \alpha < 0,7$	Cuestionable
$0,5 \leq \alpha < 0,6$	Pobre
$\alpha < 0,5$	Inaceptable

Nota: Muestra de valores asignados al coeficiente alfa de Cronbach.

Por lo tanto, para validar la confiabilidad en primera instancia, se realizó una prueba piloto con anterioridad a 15 seguidores de la página de Facebook de américa Noticias. Presentándose los siguientes resultados con el uso del software IBM SPSS Statistics.

Tabla 5

Estadística de fiabilidad en prueba piloto con software IBM SPSS Statistics.

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,909	20

De acuerdo al Alpha de Cronbach aplicado a 15 seguidores en Facebook de América Noticias con 20 elementos para su aplicación se observa que tiene un rango Excelente - Muy alta que corresponde a más del 0,9 según la fiabilidad realizada en el programa IBM SPSS v.25.

Tabla 6

Estadística de fiabilidad en prueba piloto con software IBM SPSS Statistics de la variable 1 hipertextualidad.

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,843	10

Según el resultado de Alpha de Cronbach aplicado a 15 seguidores en Facebook de América Noticias con 10 elementos relacionados a la variable 1 de hipertextualidad se observa que tiene un rango Buena - Alta que corresponde a más del 0,8 según la fiabilidad realizada en el programa IBM SPSS v.25.

Tabla 7

Estadística de fiabilidad en prueba piloto con software IBM SPSS Statistics de la variable 2 interacción.

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,796	10

El resultado obtenido de Alpha de Cronbach aplicado a 15 seguidores en Facebook de América Noticias con 10 elementos relacionados a la variable 2 de interacción se tiene un rango Aceptable - Alta que corresponde a más del 0,7 según la fiabilidad realizada en el programa IBM SPSS v.25.

En cuanto al método de análisis de datos, conforme a lo establecido en la realización de investigaciones con enfoque cuantitativo, los aspectos se presentaron en cuadros de frecuencia estructuradas por variables y dimensiones según la estadística descriptiva, las cuales permiten medir las características de los resultados obtenidos por los encuestados.

Por el contrario, para la prueba de hipótesis se emplea la estadística inferencial con el coeficiente de correlación de Spearman, con este programa se

realizó el cálculo del grado de relación interna y el grado de relevancia de las variables de investigación.

Del mismo modo, al mencionar las pruebas estadísticas, se refiere en concreto a las pruebas no paramétricas, las cuales no requieren comprobar las condiciones posibles (Sucasaire, 2022). Los programas estadísticos como el SPSS, logra un mayor entendimiento del cálculo para el tamaño de muestra con el programa para prescindir de cálculos matemáticos con grado de dificultad alto (Sucasaire, 2022). En la presente investigación se emplea el software estadístico SPSS.

Para el desarrollo de la investigación se presenta en el ámbito de los aspectos éticos de la siguiente manera, mantener un perfil ético ante el procedimiento de una investigación es fundamental para su desarrollo. Por ello, en la tesis se presentará el aspecto ético, manteniendo un perfil con cuidado de la información y confiabilidad, respetando las normas APA de la séptima edición que se establece en el proceso de la investigación, evitando el plagio sin singularidades; el contenido se enfocará en el tema y los objetivos establecidos.

Asimismo, los aspectos éticos en una investigación científica tienen el deber de cumplirse antes, durante, después de su desarrollo y posterior publicación (Orozco y Lamberto, 2022). Bajo las responsabilidades del investigador científico, la investigadora es consciente del compromiso ético impuesto en la tesis. Para la elaboración de la tesis se emplearon los principios éticos con el fin de brindar transparencia de la información dada y de los participantes que forman parte de la investigación.

El principio de beneficencia se cumple al brindar el consentimiento informado a los participantes de la encuesta. El principio de no maleficencia, se cumple al no estar en contra de los principios éticos de los participantes solicitando la autorización de conformidad de los seguidores en la encuesta, la cual será colocada en la presentación del instrumento.

El principio de autonomía se cumple al brindarle a los participantes la libre elección de respuestas según el criterio del encuestado, sin interferir en sus intereses o creencias. Por último, el principio de justicia se brinda al presentar el

instrumento equitativamente en los riesgos como los beneficios. Todo lo anterior, apoyará a encaminar positivamente los resultados de la tesis y a los participantes. Por ende, los principios éticos mencionados permitirán disminuir los daños posibles para los participantes de la presente investigación.

III. RESULTADOS

De acuerdo al análisis descriptivo de los resultados obtenidos por la encuesta realizada a la población de estudio, se observan los siguientes resultados hallados con software IBM SPSS Statistics. Cuando hay un grupo u objetivo de investigación para explicar la singularidad de una o más características de una población se emplea la estadística descriptiva (Flores-Ruiz, 2017). Se realizó el procesamiento de los datos obtenidos de las 20 variables planteadas en el software, brindando resultados de la estadística de fiabilidad en una población de n=384.

Tabla 8

Estadística de fiabilidad de toda la muestra.

Alfa de Cronbach	N de elementos
.856	20

De acuerdo a la tabla 8, se observa que, el alfa de cronbach obtenido de la agrupación de los 20 items corresponde a .856 ubicándolo en el valor de una fiabilidad buena según Rodriguez y Reguant. Por lo tanto, esto indicó que es confiable seguir con el procesamiento de los datos.

Tabla 9

Estadística de fiabilidad de variable 1 hipertextualidad.

Alfa de Cronbach	N de elementos
.747	10

En la tabla 9, se observa que, el alfa de cronbach obtenido de la agrupación de los 10 items de la variable 1 hipertextualidad corresponde a .747 ubicándolo en el valor de una fiabilidad aceptable según Rodriguez y Reguant. Esto indicó que es posible continuar con el análisis de datos de acuerdo a la variable 1 hipertextualidad.

Tabla 10*Estadística de fiabilidad de la variable 2 interacción.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
.772	10

De acuerdo a la tabla 10, se observa que, el alfa de cronbach obtenido de la agrupación de los 10 items de la variable 2 interacción corresponde a .772 ubicándolo en el valor de una fiabilidad aceptable según Rodríguez y Reguant. Esto indicó que es posible continuar con el análisis de datos de acuerdo a la variable 2 interacción.

Tabla 11*Tabla de frecuencias correspondiente al nivel de la variable 1 hipertextualidad.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	7	1.8	1.8
	Regular	83	21.6	23.4
	Malo	294	76.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0

En la tabla 11, se observa que, un 76,6 % de la muestra refleja un nivel malo de hipertextualidad presentada en la página de facebook de América Noticias y solo un 21,6 % de la muestra contempla un nivel regular de hipertextualidad presentada en la página. De acuerdo a lo mencionado, al tener un nivel bueno bajo se infirió que el medio de América Noticias no contempla en su página de facebook un uso correcto de la hipertextualidad.

Tabla 12

Tabla de frecuencias correspondiente al nivel de la variable 2 interacción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	4	1.0	1.0	1.0
	Regular	104	27.1	27.2	28.2
	Malo	275	71.6	71.8	100.0
	Total	383	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		384	100.0		

Se observa en la tabla 12 que, un 71,6 % de la muestra refleja un nivel malo de interacción presentada en la página de facebook de América Noticias y por el contrario solo un 1,0 % de la muestra contempla un nivel bueno de interacción presentada en la página. Por ende, al tener un nivel bueno bajo se infirió que el medio de América Noticias no presenta un flujo de interacción mayor con los seguidores de la página de facebook de América Noticias.

Tabla 13

Tabla de frecuencias correspondiente al nivel de la dimensión 3 inmersión a correlacionar con la variable 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	10	2.6	2.6	2.6
	Regular	62	16.1	16.2	18.8
	Malo	311	81.0	81.2	100.0
	Total	383	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		384	100.0		

En la tabla 13, se observa que, un 18,7 % de la muestra refleja niveles de regular y bueno en la dimensión 3 de inmersión presentada en la página de facebook de América Noticias. Por lo tanto, al tener un nivel malo alto indicó que el

medio estudiado no completa el proceso de inmersión con los seguidores de la página de facebook de América Noticias.

Tabla 14

Tabla de frecuencias correspondiente al nivel de la dimensión 4 participación en facebook a correlacionar con la variable 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	5	1.3	1.3	1.3
	Regular	66	17.2	17.2	18.5
	Malo	313	81.5	81.5	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Se observa en la tabla 14 que, un 18,5 % de la muestra refleja niveles regular y bueno de una participación en facebook de parte de los seguidores y por el contrario un 81,5 % de la muestra contempla un nivel malo alto de participación presentada en la página. Por ende, al tener un nivel malo alto se infirió que los seguidores del medio de América Noticias no observan participación en facebook.

Asimismo, se muestran los resultados obtenidos con el software IBM SPSS Statistics por la encuesta realizada a la población de estudio respondiendo a los objetivos de investigación planteados de la siguiente manera.

Objetivo específico 1: Determinar la relación entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.

Tabla 15

Tablas cruzadas entre variable 1 hipertextualidad y la dimensión 3 inmersión.

		D3_Inmersión (Agrupada)			Total
		Bueno	Regular	Malo	
Variable1_ hipertextualidad (Agrupada)	Bueno	4	3	0	7
	Regular	3	36	44	83
	Malo	3	23	267	293
Total		10	62	311	383

En cuanto a los resultados descriptivos, en la tabla 15 se puede observar la relación entre la hipertextualidad y la inmersión de los seguidores de la página de facebook de América Noticias. Se percibió que 4 de los seguidores de la muestra dieron a conocer que hay un bajo nivel bueno de hipertextualidad para realizarse un proceso de inmersión, esto quiere decir que, perciben pocas publicaciones con el uso correcto de la hipertextualidad para que puedan cumplir con el proceso de inmersión, profundidad y documentación periodística en las noticias de su interés.

Objetivo específico 2: Determinar la relación entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios de América Noticias, 2023.

Tabla 16

Tablas cruzadas entre hipertextualidad y participación en facebook.

		D4_Participación_en_Facebook (Agrupada)			Total
		Bueno	Regular	Malo	
Variable_1 (Agrupada)	Bueno	2	4	1	7
	Regular	2	34	47	83
	Malo	1	28	265	294
Total		5	66	313	384

En la presente tabla 16 se presenta la relación entre la hipertextualidad y la participación en facebook de los seguidores del medio América Noticias. Se percibió que 34 de los seguidores de la muestra dieron a conocer que hay un nivel regular de hipertextualidad para presentarse una participación en facebook adecuada, esto quiere decir que, los seguidores perciben pocas publicaciones con el uso correcto de la hipertextualidad para que puedan cumplir con el proceso de participación en facebook en las noticias de su interés, por ello, se observa que la página como tal tiene pocos comentarios, reacciones y compartidos en sus noticias publicadas.

Objetivo general: Establecer la relación entre la hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.

Tabla 17

Tablas cruzadas entre hipertextualidad e interacción.

		Interacción (Agrupada)			Total
		Bueno	Regular	Malo	
Hipertextualidad (Agrupada)	Bueno	2	5	0	7
	Regular	2	49	32	83
	Malo	0	50	243	293
Total		4	104	275	383

De acuerdo a la tabla 17 se presenta la relación entre la hipertextualidad y la interacción de los seguidores del medio América Noticias. Se percibió que 243 de los seguidores de la muestra dieron a conocer que hay un nivel malo de hipertextualidad para presentarse una interacción adecuada, esto quiere decir que, los seguidores perciben pocas publicaciones con el uso correcto de la hipertextualidad para que puedan cumplir con el proceso de interacción en facebook con las noticias de su interés, por ello, se observa que la página como tal tiene incongruencias con el número de personas que siguen la página porque tienen alguna afinidad con el medio y el número de interacciones a las que puede llegar una publicación o varias publicaciones en un rango de tiempo.

Por otro lado, se suma el análisis inferencial. El análisis inferencial es usado en investigaciones que buscan comparar resultados de 2 o más grupos o sus cambios en el mismo grupo (Flores-Ruiz, 2017). Se muestran los resultados obtenidos con el software IBM SPSS Statistics por la encuesta realizada a la población de estudio, Asimismo, se observa en tablas el rango de Coeficiente de correlación de Spearman. Por lo tanto, el orden para presentar los datos cumple con responder a las hipótesis de investigación planteadas de la siguiente manera.

Tabla 18

Cuadro de rango de correlación de Spearman.

Rango	Relación
- 0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0. 000	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.75 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a 1. 00	Correlación positive perfecta

Nota. Fuente: Montes et al. (2021).

Hipótesis específica 1: Existe relación entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.

Tabla 19

Relación entre hipertextualidad e inmersión en los seguidores de la página de facebook de América Noticias, 2023.

		Variable_1 (Agrupada)	D3_Inmersion (Agrupada)
Rho de Spearman	Variable_1	Coeficiente de correlación	1.000
	hipertextualidad	Sig. (bilateral)	.472**
	(Agrupada)	N	.
			<.001
	D3_Inmersion	Coeficiente de correlación	384
	(Agrupada)	Sig. (bilateral)	383
		.472**	1.000
		<.001	.
		383	383

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo a la tabla 18, el indicador de correlación de Rho Spearman mostró el resultado de Rho= 0,472, expresando así que se acepta la hipótesis específica 1, lo que señala que es una correlación positiva media y un nivel de significancia de <.001, lo cual quiere decir, que es menor a 0,05, es decir, existe una relación significativa entre la hipertextualidad y la inmersión.

Hipótesis específica 2: Existe relación entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios de América Noticias, 2023.

Tabla 20

Relación entre hipertextualidad e participación en facebook de los seguidores del medio América Noticias, 2023.

			Variable_1 (Agrupada)	D4_Participacion_en_Facebook (Agrupada)
Rho de Spearman	Variable_1 (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000	.414**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	384	384
	D4_Participacion_en_Facebook (Agrupada)	Coefficiente de correlación	.414**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	384	384

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De igual manera, en la tabla 19, el indicador de correlación de Rho Spearman mostró el resultado de $Rho = 0,414$, expresando así que se acepta la hipótesis específica 2, lo que señala que es una correlación positiva media y un nivel de significancia de $<.001$, lo cual quiere decir, que es menor a 0,05, es decir, existe una relación significativa entre la hipertextualidad y la participación en facebook.

Hipótesis general: Existe relación entre la hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.

Tabla 21

Relación entre hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.

			Variable_1 Hipertextua lidad	Variable_2 Interacción
Rho de Spearman	Variable_1 Hipertextuali dad	Coefficiente de correlación	1.000	.559**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	384	383
	Variable_2 Interacción	Coefficiente de correlación	.559**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	383	383

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Finalmente, en la tabla 20, el indicador de correlación de Rho Spearman mostró el resultado de $Rho = 0,559$, expresando así que se acepta la hipótesis general, lo que señala que es una correlación positiva considerable y un nivel de significancia de $<.001$, lo cual quiere decir, que es menor a 0,05, es decir, existe una relación significativa entre la hipertextualidad y la interacción.

IV. DISCUSIÓN

El presente informe de tesis tiene como objetivo específico 1, determinar la relación entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023. Donde en lo que se muestra por el análisis de resultados (tabla 15) se resuelve que hay un bajo nivel bueno de hipertextualidad para realizarse un proceso de inmersión, por tanto los seguidores observan pocas publicaciones con el uso correcto de la hipertextualidad para lograr transmitir el interés de inmersión del usuario. Asimismo, se presenta en lo hallado por el análisis de la hipótesis específica 1 (tabla 19) que existe una relación positiva media y significativa ($Rho=0,472$, $<.001$), entre la hipertextualidad y la inmersión de los seguidores de la página de facebook de América Noticias, dando a conocer que de darse un correcto uso de la hipertextualidad incrementa el interés de inmersión por parte de los usuarios en las notas periodísticas presentadas por la página de facebook de América Noticias. Resultados similares se hallaron en la investigación de Abuín y García (2019), donde encontraron que el espacio web que se investigó carecía de herramientas y recursos relacionados con la hipertextualidad, interactividad y multimedialidad, disminuyendo la posibilidad de interacción entre diferentes usuarios y partidos políticos, proponiendo que con solo la implementación de un nivel actualizado de información y contenidos publicados no es suficiente para dar cabida a la interacción de los seguidores.

En cuanto al objetivo específico 2, determinar la relación entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios de América Noticias, 2023. Donde en base a lo encontrado en el análisis de resultados (tabla 16) se resuelve que hay un nivel regular bajo de hipertextualidad para realizarse una participación en facebook adecuada por parte de los seguidores. De igual forma, se presenta en lo hallado por el análisis de la hipótesis específica 2 (tabla 20) que existe una relación positiva media y significativa ($Rho=0,414$, $<.001$) entre la hipertextualidad y la participación en facebook. Asimismo, se da a conocer que de implementarse correctamente la hipertextualidad en las publicaciones de noticias del medio, incrementarían la participación en facebook de los seguidores de la página. De igual forma, resultados similares se encontraron en la investigación de Lázaro (2020) donde comparó las noticias publicadas sobre covid-19 en dos medios nativos digitales, en sus resultados hallaron que las publicaciones más

compartidas por los cibernautas son las notas con más participación del usuario, como compartidos, comentarios y reacciones, obteniendo un efecto multiplicador creciente para los medios que usaban la hipertextualidad correctamente con el fin de hacer que sus seguidores interactúen con las publicaciones.

Finalmente, para el objetivo general, establecer la relación entre la hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023. Donde de acuerdo a lo hallado en el análisis de resultados (tabla 17) se resuelve que 243 de los seguidores encuentran un nivel malo alto de hipertextualidad para presentarse la interacción adecuada por parte de los seguidores de la página de facebook. Asimismo, se presenta similarmente en lo encontrado por el análisis de hipótesis general (tabla 21) que existe una correlación positiva considerable y significativa ($Rho=0,559, <.001$) entre la hipertextualidad y la interacción. De la misma manera, se da a conocer que de darse un uso correcto de la hipertextualidad en el medio de comunicación se observaría un incremento de interacción por parte de los seguidores de la página de facebook de América Noticias. Asimismo, resultados similares se encontraron en la investigación de Palau y Sánchez (2020) donde comprobaron el estado de la narrativa multimedia en el 2020 proveniente de informaciones periodísticas, hallaron que no se estaba brindando un uso correcto del hipertexto, sino por el contrario al darse un uso sospechoso del hipertexto no redireccionaban a más información o expandir el horizonte de búsqueda, sino que mantenían al espectador en un mismo espacio, esto disminuía el interés del usuario para profundizar y por ende, la interacción tuvo el mismo resultado.

Respecto a las teorías relacionadas en la investigación, se cuenta con dos, la primera teoría de la hipertextualidad donde según el enfoque de Engelbart propuesto en 1968, la capacidad intelectual del ser humano tiene base en tres elementos: tecnología, lenguaje y metodología. Esto da paso libre al usuario de sumergirse en un sistema interactivo con esos elementos. Por ende en el presente informe de tesis se contrasta según los datos obtenidos en el análisis descriptivo e inferencial de los resultados, donde más de dos de los resultados sintetizaron que la hipertextualidad dentro de un medio digital es de gran apoyo para realizarse una interacción de las personas con una información, permitiéndole incrementar su intelecto y sobre la realidad que lo rodea. La segunda teoría de usos y gratificaciones planteada por Whiting y Williams demostraba que se crearon nuevas

gratificaciones al crearse las redes sociales, cubriendo una necesidad de socialización con la opinión individual y la posibilidad de interactuar con su entorno. De ello, según los datos obtenidos en el análisis descriptivo e inferencial de los resultados se suma que el factor diferencial es que la interacción no se da de un individuo a otro, sino de un individuo con un elemento de publicado que cuente con foro abierto para interactuar con más de un individuo en tiempos iguales o diferentes.

V. CONCLUSIONES

1. Respondiendo a los objetivos específicos planteados se concluye lo siguiente respecto a determinar la relación entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023. Una cantidad de seguidores considerable de 267 concluyeron que fueron pocas las publicaciones de la página de facebook de América Noticias que cumplen con brindar un uso adecuado de la hipertextualidad para que se realice un proceso de inmersión de su parte para profundizar más en la información que se les brinda en el día a día. Asimismo, fue alarmante el resultado de que solo 42 de los seguidores encuestados consideran que observan una hipertextualidad adecuada para dar paso a una inmersión significativa para el incremento en conocimiento de notas digitales que relacionen y enlacen con más información relevante.

2. Para el segundo objetivo específico se suma lo siguiente respecto a determinar la relación entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios de América Noticias, 2023. Se demostró que 83 de los seguidores del medio de los 384 encuestados reconocieron observar un uso adecuado de la hipertextualidad que les permitía realizar una participación en facebook, sea por compartir la información, reaccionar a las publicaciones o comentar sus opiniones respecto a lo presentado por el medio. Sin embargo, sigue presentándose lo alarmante dentro de los resultados de la encuesta al verse los datos de 313 seguidores de la página de facebook de América Noticias que demuestran que el medio no presenta correctamente la hipertextualidad en sus publicaciones para alcanzar el fin de participación de sus seguidores. De esa manera se limitaba en gran parte el crecimiento de la comunidad de seguidores y que la página obtenga mayor retención de visualización en sus publicaciones con la réplica de los compartidos, reacciones y comentarios.

3. Por último, en base a lo planteado en el objetivo general de establecer la relación entre la hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023. Se demostró que 104 de los

seguidores del medio de los 384 encuestados reconocieron interactuar en la página de facebook gracias a la hipertextualidad presentada, sea por compartir la información, reaccionar a las publicaciones o comentar sus opiniones respecto a lo presentado por el medio y que no siga sucediendo que 275 seguidores no interactúan con el medio por falta de una presentación adecuada del hipertexto. Se concluye que si se diera un mejor uso de la hipertextualidad en el medio, incrementaría el nivel de interacción significativamente y no se vería lo hallado en los resultados del análisis descriptivo, donde se observa desde un inicio la incongruencia de personas que siguen la página del medio con aquellos seguidores que terminan el proceso de interacción con las noticias publicadas.

VI. RECOMENDACIONES

1. De acuerdo a los resultados obtenidos y para contrarrestar la problemática abordada en el informe que afecta directa e indirectamente al medio de comunicación, se sugiere que se implemente con mayor interés la hipertextualidad con el uso de enlaces que vinculen la información efectiva para la transmisión del mensaje directo y amplíe la búsqueda de información del interesado, tales como los mismos seguidores de la página de Facebook de América Noticias quienes se encuentran inmersos en la era digital. Orero y Cebrián (2019) menciona en su investigación que, en los últimos años, el hipertexto ha crecido en presencia de medios digitales, y su aumento se debe de igual manera al progreso tecnológico en plataformas. Por ello, es significativo que estando en el auge de las redes sociales en pleno siglo XXI se entienda que es necesario brindar no solo una información en medios digitales, sino también las facilidades para que de esa información se interactúe con las masas.
2. De igual forma, se recomienda a los futuros investigadores considerar el incremento de las generaciones en el mundo virtual, ahora no solo la llamada generación Z es parte de los medios digitales, sino generaciones nuevas como los alfa y las anteriores como los millennials, la generación X y baby boomer dentro de esta era digital. Gonzáles et al. (2020) mencionaba en su investigación donde analizó con más detenimiento a las audiencias millennials que fuera del foco al cual estudió, también pudo haber considerado más generaciones, teniendo en cuenta que, gracias a los criterios de exclusión en su investigación se observó una cantidad regular de edades diferentes para el uso de redes sociales y búsqueda de contenido. Por eso, es necesario contemplar una población que no sólo esté relacionada al mundo digital, sino que entienda la intención de la recolección de información la cual quiere ser estudiada.
3. Finalmente, se sugiere a los medios de comunicación noticiosos que la noticia no se detiene en la presentación y desarrollo de las mismas, sino que el cibernauta, seguidor, periodista, estudiante y todo aquel que va con

un propósito a informarse a su medio, busca en varios casos, profundizar ante un tema de interés. Por lo tanto, se convierte en una necesidad el mejorar las páginas de redes sociales para proporcionar e incrementar una búsqueda de información competente para el individuo interesado.

REFERENCIAS

- Albornoz, C. y Luján, M. (2020). Facebook Live como una nueva forma de consumir noticias. Una mirada al usuario digital peruano. *Correspondencias & análisis*. (12), 65-85. <https://doi.org/10.24265/cian.2020.n12.03>
- Alonso, E. (2021). "Hipertextualidad, multimedialidad y bidireccionalidad en los soportes lógicos para dispositivos móviles: una revisión crítica". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 437-447. <https://doi.org/10.5209/esmp.71301>
- Álvarez, E. (2020). "Narrativa web en las noticias sobre celebridades: sintaxis multimedia y redes sociales como fuente de información". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1). 1-12. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.67281>
- Balcerzyk, D., i Oślizło, M. (2023). Determinants of Interpersonal communication on the example of a selected organization. *Horizons of Politics*, 14(47), 131–147. <https://doi.org/10.35765/hp.2390>
- Borjas, J. (2020). Validez y confiabilidad en la recolección y análisis de datos bajo un enfoque cualitativo . *Trascender, Contabilidad Y Gestión*, 5(15), 79–97. <https://doi.org/10.36791/tcg.v0i15.90>
- Calderón, J. y Alzamora, L. (2019). Diseños de investigación para tesis de posgrado. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 7(2), 71-76. <http://revistas.uiqv.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/660>
- Campás, J. (2007). *El hipertexto*. Editorial UOC. <https://openaccess.uoc.edu/handle/10609/111666>
- Carranza, C. (2020). *La percepción sobre los contenidos periodísticos de servicio de la red social Facebook del Metropolitano y su influencia en la satisfacción de los usuarios de este Sistema de Transporte Público Limeño durante agosto del 2020*. [Tesis posgrado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio institucional.

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7452/CARRANZA_GC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Celi, F. y Marcelo, D. (2022). *Características del ciberperiodismo y la percepción del lector, en las noticias políticas “Asamblea constituyente”, web el comercio, enero – Abril 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Piura]. Repositorio Institucional.

<https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/3832/COMU-CEL-MAR-2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cisneros, A. , Guevara, A., Urdánigo, J. & Garcés, J. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que Apoyan a la Investigación Científica en Tiempo de Pandemia. *Dominio De Las Ciencias*, 8(1), 1165–1185. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2546>

Cueva, D. (2019). *Características del lenguaje periodístico de la página de Facebook de Diario La República según sus lectores en el 2018*. [Tesis pregrado, Universidad Nacional de Piura]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1711/CSE-CUE-ZEL-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cruz, M. y Puente, D. (2022). Kahoot y la comunicación digital en estudiantes y docentes de secundaria de la Institución Educativa Particular Divino San Pedro, Lurigancho – Chosica, 2022. [Tesis pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/112224/Cruz_GMA-Puente_DLVRDG-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y

Díaz, J., Segado, F. y Fernández, E. (2021). Hábitos del usuario y tipo de red social como predictores de consumo y difusión de noticias. *El profesional de la información*, 30(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.17>

- Delgado, J. (2021). La investigación científica: su importancia en la formación de investigadores. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(3), 2385-2386. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i3.476
- Flores-Ruiz, E., Miranda-Novales, M., & Villasís-Keever, M. (2017). El protocolo de investigación VI: cómo elegir la prueba estadística adecuada. *Estadística inferencial. Revista alergia México*, 64(3), 364-370. <https://doi.org/10.29262/ram.v64i3.304>
- Gamboa, M. (2022). Escalas de medición estadística. *Didáctica y educación*, 13(1), 341-366. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/1327>
- García, D. y Abuín, N. (2019). Hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y actualización como parámetros de eficacia comunicativa en los sitios web de los partidos políticos españoles. *Communication & society*, 32(1), 351-368. <https://www.proquest.com/docview/2180528759/fulltext/E6CDCDCF9124C1DPQ/1?accountid=37408>
- García, A. y De la Fuente, J. (2022). La creación de contenidos de ficción juveniles en redes sociales: interacción entre comunidades de fans y plataformas de TV. *ICONO 14 - Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 20(1), 1-26. <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1764>
- González, C., Jiménez, G. y Sanz, P. (2020). “Consumo televisivo y nivel de interacción y participación social en redes sociales: análisis de las audiencias millennials en la campaña electoral de España”. *Profesional de la información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.01>
- Gutiérrez, C., y González, R. (2019). “Entre tradiciones e hipermediaciones: una reflexión para la comunicación digital”. *Dixit*, (30), 98–107. <https://doi.org/10.22235/d.v0i30.1793>

- Hernández, C. Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista Científica del Instituto Nacional de Salud ALERTA*, 2(1), 75-79.
<https://lamjol.info/index.php/alerta/article/view/7535/7746>
- Ladino, P., Prada, R. y Adán, O. (2022). Lineamientos para el uso de la hipermedialidad, multimedialidad e interactividad en el ejercicio periodístico digital comunitario para redes sociales (Facebook). Caso de análisis de la Red de Reporteros Comunitarios de Colombia (RRC). *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación*, 20(40), 47-74.
<https://doi.org/10.22395/anqr.v20n40a3>
- Lázaro, P. (2020). Covid-19, medios digitales y Facebook: interacciones, tratamiento y análisis de contenido basado en palabras clave de noticias de okdiario.com y eldiario.es. *Profesional De La información*, 29(4).
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.09>
- Loarca, S. (2023). Facebook: fenómeno adictivo en las relaciones virtuales. *Revista Docencia Universitaria*, 4(2), 28–38.
<https://doi.org/10.46954/revistadusac.v4i2.66>
- López, A., Marcos, S. y Casero, A. (2020). Estrategias comunicativas en Facebook: personalización y construcción de comunidad en las elecciones de 2016 en España. *Doxa Comunicación*, 30, pp. 229-248.
<https://doi.org/10.31921/doxacom.n30a12>
- Mucha, L., Chamorro, R., Oseda, M., & Alania, R. (2021). Evaluación de procedimientos empleados para determinar la población y muestra en trabajos de investigación de posgrado. *Desafíos*, 12(1), 50–57.
<https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.253>
- Montes, D., Ochoa, J., Juárez, B., Vásquez y Díaz. (2021). Aplicación del coeficiente de correlación de Spearman en un estudio de fisioterapia. *Cuerpo académico de probabilidad y estadística BUAP (CAPE)*.

<https://www.fcfm.buap.mx/SIEP/2021/Extensos%20Carteles/Extenso%20Julianna.pdf>

Orero, P. y Cebrián, B. (2019). “Evolución del uso del hipertexto en la prensa española (2002-2016)”. *El profesional de la información*, 28(2). 1-15. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.25>

Orozco , H., & Lamberto, J. (2022). La ética en la investigación científica: consideraciones desde el área educativa. Perspectivas. *Revista De Historia, Geografía, Arte Y Cultura*, 10(19), 11–21. <https://perspectivas.unermb.web.ve/index.php/Perspectivas/article/view/355>

Palau, D., & Sánchez, P. (2020). Digital resources in the current journalistic narrative: Uses and limitations of hypertext, multimedia and interactivity. *Communication & Society*, 33(2), 1-16. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.1-16>

Pérez, M., & Rodríguez, C. (2023). “Activity of universities in social networks. Correlations of rankings, students, followers and interactions”. *El Profesional de La Información*, 32(1), 1–11. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.ene.09>

Ramón, Y. (2023). *Uso de redes sociales en el periodismo digital como fuentes de información sobre casos de racismo*. [Tesis posgrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/20184/Ramon_ey.pdf?sequence=3

Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6. <http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>

Rebollo, S. (2019). Social media, interacción y publicidad. Percepción de los formatos y contenidos en la Web 3.0. *Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias*, 13, 191-207. <https://doi.org/10.5209/pepu.65026>

- Rodríguez, J., & Reguant, M. (2020). Calcular la fiabilitat d'un qüestionari o escala mitjançant l'SPSS: el coeficient alfa de Cronbach. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca En Educació*, 13(2), 1–13. <https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>
- Rosales, D., & Vences, N. (2019). The use of hypertextuality, multimedia, interactivity and updating on the websites of Spanish political parties. *Communication & Society*, 32(1), 351-368. <https://doi.org/10.15581/003.32.1.351-367>
- Ruíz, A. (2022). *El Periodismo Digital en la Red Social Facebook del Distrito de Chancay 2022*. [Tesis pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/115309/Ruiz_MAH-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez, F. (2021). El devenir del ciberespacio como medio de comunicación e interacción, una revisión documental a través de los usos comunicacionales de la plataforma sociodigital Facebook como medio social. *Revista científica del centro de investigación para la comunicación aplicada*, 4(8), 113-131. <https://doi.org/10.36105/stx.2022n8.08>
- Sucasaire Pilco, J. (2022). *Orientaciones para la selección y el cálculo del tamaño de la muestra de investigación*. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/3096>
- Tampubolon, C. & Tambunan, H. (2023). Effects of Knowledge Management, Interpersonal Communication, Sensemaking, and Job Satisfaction. *The International Journal of Educational Organization and Leadership*, 30(1), 59-75. <https://www.proquest.com/docview/2780997293/fulltextPDF/45FA888BD2294722PQ/1?accountid=37408>
- Tarullo, R. (2020). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones.

Revista Prisma Social, (29), 222-239.
<https://revistaprismasocial.es/article/view/3558>

- Tello, M. (2020). *Análisis de herramientas SEO en el portal web del diario El Comercio durante la cobertura informativa de la pandemia producida por el coronavirus en Perú*. [Tesis pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/655028/TelloB_M.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Vilgis, V. Jordán, V. y Patiño, A. (2023). *Medición de la economía de Internet en América Latina: los casos del Brasil, Chile, Colombia y México*, Documentos de Proyectos (LC/TS.2023/51), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2023.
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/df35f1c0-77f4-4b39-94a7-4e6dbf254cd1/content>

ANEXOS

Anexo 1: Tabla de operacionalización de variables

Tabla 22

Tabla de operacionalización de hipertextualidad

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Hipertextualidad	La hipertextualidad se define como enfoques secuenciados que organizan distintos elementos para crear un modo de lectura en pantallas presentando formatos de medios (Alonso, 2021).	Los medios digitales han adaptado su contenido para dispositivos móviles brindando información inmediata a los usuarios y la posibilidad de documentación periodística (Alonso, 2021).	Medios digitales (Alonso, 2021).	Inmediatez	Ordinal
		La multimedialidad se encarga de mostrar los elementos de texto, video, sonido e imagen combinando más de dos en un mismo espacio (Alonso, 2021).		Multimedialidad (Alonso, 2021).	Documentación periodística
			Video		Ordinal
			Sonido		Ordinal
			Imagen	Ordinal	
			Texto	Ordinal	

Tabla 23*Tabla de operacionalización de interacción*

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Interacción	La interacción es, un elemento clave que afecta otros parámetros como el alcance y la distribución de las publicaciones asociando los intereses del usuario por el contenido a consumir (García y de la Fuente, 2022).	La inmersión se define como varios procesos generados por los usuarios en beneficio de la interacción y la	Inmersión (García y de la Fuente, 2022).	Interés del usuario	Ordinal
		la profundidad de búsqueda (García y de la Fuente, 2022).		Difusión de contenido	Ordinal
		La participación en redes sociales es autonomía y foro abierto al consumo de contenidos (García y de la Fuente, 2022)	Participación en Facebook (García y de la Fuente, 2022).	Reacciones	Ordinal
				Comentar	Ordinal
				Compartir	Ordinal

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos.

CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, la suscrita alumna Lia Atenea Chavez Campos estudiante de la escuela de Ciencias de la Comunicación en la Universidad César Vallejo campus Ate, presenta el cuestionario para el proyecto de investigación titulado: Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023, el cual tiene fines exclusivamente académicos.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente los enunciados y responda con seriedad marcando las casillas en la alternativa correspondiente.

ESCALA AUTOVALORATIVA

Totalmente de acuerdo	(TDA) =	1
De acuerdo	(DA) =	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(NAD) =	3
En desacuerdo	(ED) =	4
Totalmente en desacuerdo	(TD) =	5



I	Ítems/preguntas Variable 1: Hipertextualidad D1: Medios digitales	Escala de Valoración				
		1	2	3	4	5
		TDA	DA	NAD	ED	TD
1	Los medios digitales de América Noticias generan inmediatez en la presentación de contenido noticioso.					
2	La página de Facebook, página web, Instagram y Twitter de América Noticias permiten una búsqueda de información noticiosa.					
3	La documentación periodística de América Noticias proporciona acceso ilimitado para los usuarios.					
4	La información periodística de América Noticias proporciona una base de datos para los usuarios.					

II	D2: Multimedialidad					
5	Las notas periodísticas de la página web de América Noticias presentan algunos recursos como video, sonido e imagen.					
6	El sonido que emplea en sus notas periodísticas de la página web de América Noticias aporta valor a las informaciones digitales.					
7	La redacción de la página web de América Noticias es de fácil comprensión para el usuario.					
8	Las notas periodísticas de la página web de América Noticias contienen enlaces que redirigen al usuario a información adicional de su interés.					
9	La presentación de notas periodísticas en Facebook de América Noticias contiene hashtags relacionados al contenido de la información.					
10	Las notas periodísticas presentadas en <u>twitter</u> de América Noticias son informaciones relevantes.					

III	Ítems/preguntas Variable 2: Interacción D3: Inmersión	Escala de Valoración				
		1	2	3	4	5
		TDA	DA	NAD	ED	TD
11	Las notas periodísticas de América Noticias generan interés de acuerdo a su necesidad informativa del usuario.					
12	Las notas informativas de América Noticias son desarrolladas a profundidad con el fin de generar interés en el usuario.					

	desarrolladas a profundidad con el fin de generar interés en el usuario.					
13	Los seguidores pueden hacer sugerencias en la página de Facebook de América Noticias y de esta forma buscar casos similares.					
14	Las notas periodísticas publicadas en la página de Facebook de América Noticias son ágiles y dinámicas para el usuario.					
15	Las notas periodísticas publicadas en la página de Facebook de América Noticias se publican y actualizan en tiempo real.					
IV	D4: Participación en Facebook					
16	La cuenta de Facebook de América Noticias tiene reacciones como me gusta y me encanta generando aceptación de los seguidores.					
17	La cuenta de Facebook de América Noticias tiene reacciones como me importa, me divierte y me asombra generando un cambio de ánimo para los seguidores.					
18	La cuenta de Facebook de América Noticias tiene reacciones como me entristece y me enoja permitiendo interactuar de manera diferente en los seguidores.					
19	La cuenta de Facebook de América Noticias es relevante para el seguidor al permitirle comentar las publicaciones de interés.					
20	La cuenta de Facebook de América Noticias incrementa el alcance cuando permite al usuario compartir contenido en sus cuentas personales.					

Anexo 3. Fichas de validación de instrumentos para la recolección de datos



Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Encuesta: Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Javier Cabello Candela	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa (X)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Periodismo	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala Escala ordinal - Likert

Nombre de la Prueba:	
Autora:	
Procedencia:	
Administración:	
Tiempo de aplicación:	
Ámbito de aplicación:	
Significación:	

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición

Primera variable del instrumento: Hipertextualidad

- Primera dimensión: Medios digitales
- Objetivos de la Dimensión: Determinar la relación entre la hipertextualidad y los medios digitales de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
INMEDIATEZ	El portal web de América Noticias generan inmediatez en la presentación de contenido.	4	4	4	
	La página de Facebook de América Noticias permite una búsqueda de información novedosa para los usuarios.	4	4	4	
DOCUMENTACIÓN PERIODÍSTICA	La información publicada en América Noticias proporciona documentación de acceso ilimitado para los usuarios.	4	4	4	
	Las notas periodísticas de América Noticias proporcionan información relevante para los usuarios.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Multimedialidad
- Objetivos de la Dimensión: Determinar la relación entre la hipertextualidad y la multimedialidad de usuarios de América Noticias, 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
VIDEO	El portal web de América Noticias presenta notas periodísticas con elementos como el video.	4	4	4	
SONIDO	El portal web de América Noticias presenta notas periodísticas con elementos de sonido.	4	4	4	
IMAGEN	El portal web de América Noticias presenta notas periodísticas con elementos como imágenes.	4	4	4	
TEXTO	El portal web de América Noticias presenta las notas periodísticas con una redacción simple.	4	4	4	
	La cuenta de Facebook de América Noticias presenta las notas periodísticas con una redacción simple.	4	4	4	
	El portal web de América Noticias presenta textos cortos con enlaces para guiar al usuario a más contenido de interés.	4	4	4	




Firma del evaluador

DNI: 41610976

Segunda variable del instrumento: Interacción

- Primera dimensión: Inmersión
- Objetivos de la Dimensión: Determinar la relación entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
INTERÉS DEL USUARIO	La información publicada en América Noticias es de interés del usuario.	4	4	4	
	Las notas informativas de América Noticias son desarrolladas a profundidad con el fin de generar interés en el usuario.	4	4	4	
DIFUSIÓN DEL CONTENIDO	Los usuarios pueden hacer sugerencias en la página web de América Noticias y de esta forma buscar casos similares.	4	4	4	
	Las notas periodísticas de América Noticias son ágiles y dinámicas para el usuario.	4	4	4	
	Las notas periodísticas de América noticias se publican y actualizan en tiempo real.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Participación en Facebook
- Objetivos de la Dimensión: Determinar la relación entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios de América Noticias, 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
REACCIONES	La cuenta de Facebook de América Noticias tiene reacciones como me gusta y me encanta generando aceptación de los seguidores.	4	4	4	
	La cuenta de Facebook de América Noticias tiene reacciones como me importa, me divierte y me asombra generando un cambio de ánimo para los seguidores.	4	4	4	
	La cuenta de Facebook de América Noticias tiene reacciones como me entristece y me enoja permite interactuar de manera diferente en los seguidores.	4	4	4	
COMENTAR	La cuenta de Facebook de América Noticias es relevante al permitirte comentar las publicaciones de interés.	4	4	4	
COMPARTIR	La cuenta de Facebook de América Noticias incrementa el alcance cuando permite al usuario compartir contenido en sus cuentas personales.	4	4	4	




Firma del evaluador

DNI: 41610976

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Encuesta: Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Walter Vladimir Saldarña Manche	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa (X)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Periodismo	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala Escala ordinal - Likert

Nombre de la Prueba:	
Autora:	
Procedencia:	
Administración:	
Tiempo de aplicación:	
Ámbito de aplicación:	
Significación:	

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición

Primera variable del instrumento: Hipertextualidad

- Primera dimensión: Medios digitales
- Objetivos de la Dimensión: Determinar la relación entre la hipertextualidad y los medios digitales de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
INMEDIATEZ	El portal web de América Noticias generan inmediatez en la presentación de contenido.	4	4	4	
	La página de Facebook de América Noticias permite una búsqueda de información novedosa para los usuarios.	4	4	4	
DOCUMENTACIÓN PERIODÍSTICA	La información publicada en América Noticias proporciona documentación de acceso ilimitado para los usuarios.	4	4	4	
	Las notas periodísticas de América Noticias proporcionan información relevante para los usuarios.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Multimedialidad
- Objetivos de la Dimensión: Determinar la relación entre la hipertextualidad y la multimedialidad de usuarios de América Noticias, 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
VIDEO	El portal web de América Noticias presenta notas periodísticas con elementos como el video.	4	4	4	
SONIDO	El portal web de América Noticias presenta notas periodísticas con elementos de sonido.	4	4	4	
IMAGEN	El portal web de América Noticias presenta notas periodísticas con elementos como imágenes.	4	4	4	
TEXTO	El portal web de América Noticias presenta las notas periodísticas con una redacción simple.	4	4	4	
	La cuenta de Facebook de América Noticias presenta las notas periodísticas con una redacción simple.	4	4	4	
	El portal web de América Noticias presenta textos cortos con enlaces para guiar al usuario a más contenido de interés.	4	4	4	




Firma del evaluador

DNI:

40235361

Segunda variable del Instrumento: Interacción

- Primera dimensión: Inmersión
- Objetivos de la Dimensión: Determinar la relación entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
INTERÉS DEL USUARIO	La información publicada en América Noticias es de interés del usuario.	3	3	3	
	Las notas informativas de América Noticias son desarrolladas a profundidad con el fin de generar interés en el usuario.	3	3	3	
DIFUSIÓN DEL CONTENIDO	Los usuarios pueden hacer sugerencias en la página web de América Noticias y de esta forma buscar casos similares.	3	3	3	
	Las notas periodísticas de América Noticias son ágiles y dinámicas para el usuario.	3	3	3	
	Las notas periodísticas de América noticias se publican y actualizan en tiempo real.	3	3	3	

- Segunda dimensión: Participación en Facebook
- Objetivos de la Dimensión: Determinar la relación entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios de América Noticias, 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
REACCIONES	La cuenta de Facebook de América Noticias tiene reacciones como me gusta y me encanta generando aceptación de los seguidores.	4	4	4	
	La cuenta de Facebook de América Noticias tiene reacciones como me importa, me divierte y me asombra generando un cambio de ánimo para los seguidores.	4	4	4	
	La cuenta de Facebook de América Noticias tiene reacciones como me entristece y me enoja permite interactuar de manera diferente en los seguidores.	4	4	4	
COMENTAR	La cuenta de Facebook de América Noticias es relevante al permitirle comentar las publicaciones de interés.	4	4	4	
COMPARTIR	La cuenta de Facebook de América Noticias incrementa el alcance cuando permite al usuario compartir contenido en sus cuentas personales.	4	4	4	





Firma del evaluador

DNI:

40235361

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Encuesta: Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Luis Chavez Ramos	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa (X)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Periodismo Audiovisual	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala Escala ordinal - Likert

Nombre de la Prueba:	
Autora:	
Procedencia:	
Administración:	
Tiempo de aplicación:	
Ámbito de aplicación:	
Significación:	

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición

Segunda variable del instrumento: Interacción

- Primera dimensión: Inmersión
- Objetivos de la Dimensión: Determinar la relación entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
INTERÉS DEL USUARIO	La información publicada en América Noticias es de interés del usuario.	4	4	4	
	Las notas informativas de América Noticias son desarrolladas a profundidad con el fin de generar interés en el usuario.	4	4	4	
DIFUSIÓN DEL CONTENIDO	Los usuarios pueden hacer sugerencias en la página web de América Noticias y de esta forma buscar casos similares.	4	4	4	
	Las notas periodísticas de América Noticias son ágiles y dinámicas para el usuario.	4	4	4	
	Las notas periodísticas de América noticias se publican y actualizan en tiempo real.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Participación en Facebook
- Objetivos de la Dimensión: Determinar la relación entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios de América Noticias, 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
REACCIONES	La cuenta de Facebook de América Noticias tiene reacciones como me gusta y me encanta generando aceptación de los seguidores.	4	4	4	
	La cuenta de Facebook de América Noticias tiene reacciones como me importa, me divierte y me asombra generando un cambio de ánimo para los seguidores.	4	4	4	
	La cuenta de Facebook de América Noticias tiene reacciones como me entristece y me enoja permite interactuar de manera diferente en los seguidores.	4	4	4	
COMENTAR	La cuenta de Facebook de América Noticias es relevante al permitirle comentar las publicaciones de interés.	4	4	4	
COMPARTIR	La cuenta de Facebook de América Noticias incrementa el alcance cuando permite al usuario compartir contenido en sus cuentas personales.	4	4	4	



Firma del evaluador
DNI: 70644237

Primera variable del instrumento: Hipertextualidad

- Primera dimensión: Medios digitales
- Objetivos de la Dimensión: Determinar la relación entre la hipertextualidad y los medios digitales de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
INMEDIATEZ	El portal web de América Noticias generan inmediatez en la presentación de contenido.	3	3	3	
	La página de Facebook de América Noticias permite una búsqueda de información novedosa para los usuarios.	4	4	4	
DOCUMENTACIÓN PERIODÍSTICA	La información publicada en América Noticias proporciona documentación de acceso ilimitado para los usuarios.	4	4	4	
	Las notas periodísticas de América Noticias proporcionan información relevante para los usuarios.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Multimedialidad
- Objetivos de la Dimensión: Determinar la relación entre la hipertextualidad y la multimedialidad de usuarios de América Noticias, 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
VIDEO	El portal web de América Noticias presenta notas periodísticas con elementos como el video.	4	4	4	
SONIDO	El portal web de América Noticias presenta notas periodísticas con elementos de sonido.	4	4	4	
IMAGEN	El portal web de América Noticias presenta notas periodísticas con elementos como imágenes.	4	4	4	
TEXTO	El portal web de América Noticias presenta las notas periodísticas con una redacción simple.	4	4	4	
	La cuenta de Facebook de América Noticias presenta las notas periodísticas con una redacción simple.	4	4	4	
	El portal web de América Noticias presenta textos cortos con enlaces para guiar al usuario a más contenido de interés.	4	4	4	



Firma del evaluador

DNI: 70644237

Anexo 4. Resultados del análisis de consistencia interna

De la prueba piloto. –

→ Fiabilidad

[ConjuntoDatos0]

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,909	20

→ Fiabilidad

[ConjuntoDatos0]

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,843	10

→ Fiabilidad

[ConjuntoDatos1]

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

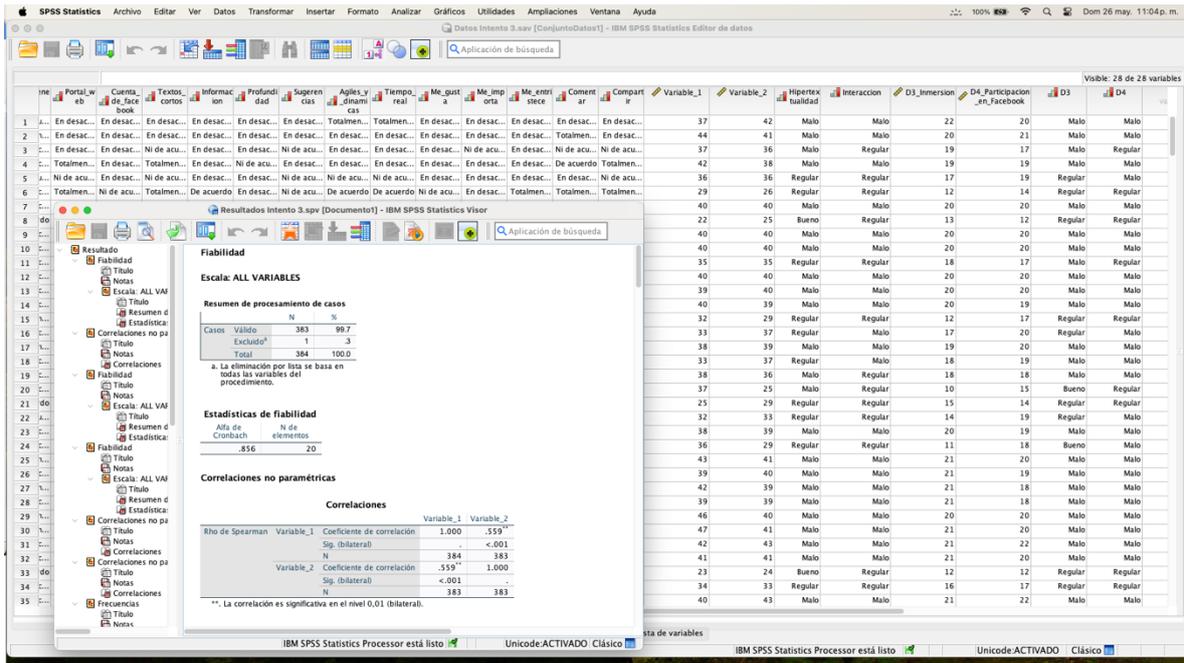
		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,796	10

Del análisis muestral para la investigación del informe de tesis. –



Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

Casos	Válido	N	%
	Válido	383	99.7
	Excluido ^a	1	.3
	Total	384	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.856	20

Correlaciones no paramétricas

Correlaciones

Rho de Spearman	Variable_1	Variable_2	Variable_1	Variable_2
Variable_1	Coefficiente de correlación	1.000	.559**	
	Sig. (bilateral)	.	<.001	
Variable_2	Coefficiente de correlación	.559**	1.000	
	Sig. (bilateral)	<.001	.	
	N	384	383	

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

Casos	Válido	N	%
	Válido	384	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	384	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.747	10

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

Casos	Válido	N	%
	Válido	383	99.7
	Excluido ^a	1	.3
	Total	384	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.772	10

Correlaciones no paramétricas

Correlaciones

Rho de Spearman	Variable_1 hipertextualidad (Agrupada)	Variable_1 (Agrupada)
Variable_1 hipertextualidad (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000
	Sig. (bilateral)	.
D3_Inmersion (Agrupada)	Coefficiente de correlación	.472**
	Sig. (bilateral)	<.001
	N	384

Correlaciones

Rho de Spearman	Variable_1 hipertextualidad (Agrupada)	D3_Inmersion (Agrupada)
Variable_1 hipertextualidad (Agrupada)	Coefficiente de correlación	.472**
	Sig. (bilateral)	<.001
D3_Inmersion (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000
	Sig. (bilateral)	.
	N	383

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones no paramétricas

Correlaciones

Rho de Spearman	Variable_1 (Agrupada)	Coefficiente de correlación	Variable_1 (Agrupada)
			1.000
		Sig. (bilateral)	.
		N	384
	D4_Participacion_en_Facebook (Agrupada)	Coefficiente de correlación	.414**
		Sig. (bilateral)	<.001
		N	384

Correlaciones

Rho de Spearman	Variable_1 (Agrupada)	Coefficiente de correlación	D4_Participacion_en_Facebook (Agrupada)
			.414**
		Sig. (bilateral)	<.001
		N	384
	D4_Participacion_en_Facebook (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.
		N	384

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Frecuencias

[ConjuntoDatos1] /Volumen/LIA/DISCO D/1. UNIVERSIDAD/10mo ciclo/Desarrollo del proyecto de investigación/RESULTADOS/Datos Intento 3.sav

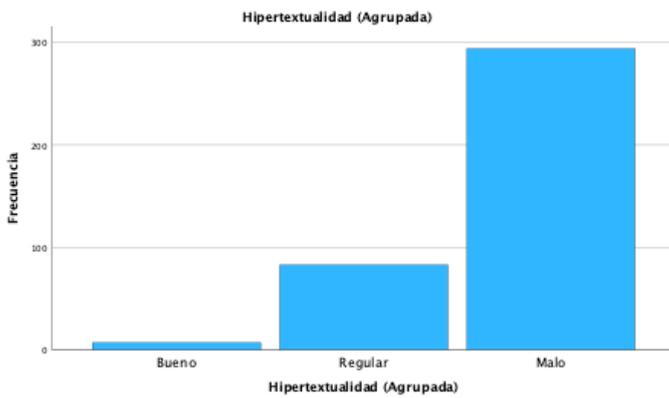
Estadísticos

Variable_1 (Agrupada)

N	Válido	384
	Perdidos	0

Hipertextualidad (Agrupada)

Válido	Buena	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Buena	7	1.8	1.8	1.8
	Regular	83	21.6	21.6	23.4
	Malo	294	76.6	76.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0	



Frecuencias

Estadísticos

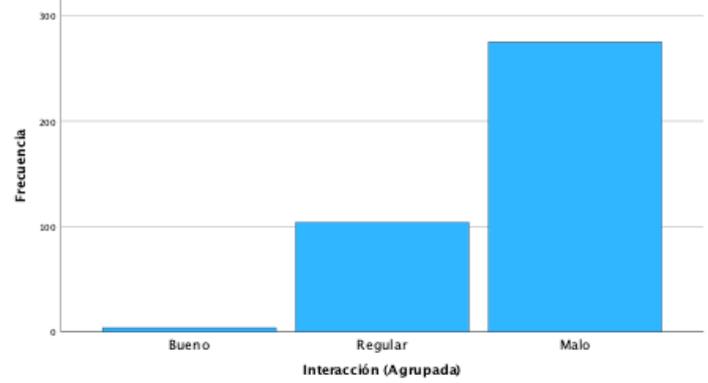
Variable_2 (Agrupada)

N	Válido	383
	Perdidos	1

Variable_2 (Agrupada)

Válido	Buena	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Buena	4	1.0	1.0	1.0
	Regular	104	27.1	27.2	28.2
	Malo	275	71.6	71.8	100.0
	Total	383	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		384	100.0		

Interacción (Agrupada)



Frecuencias

Estadísticos

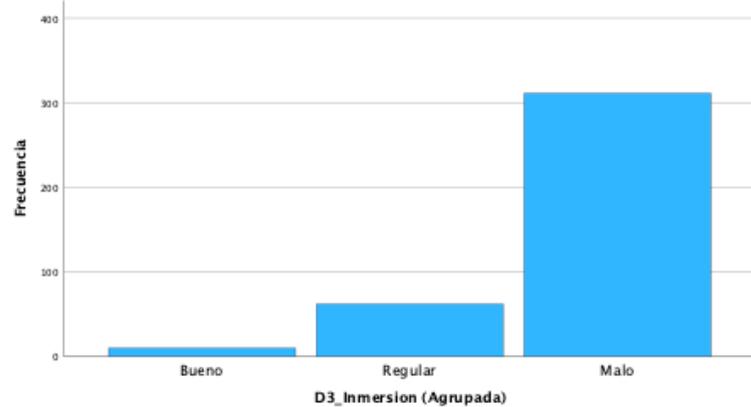
D3_Inmersión (Agrupada)

N	Válido	383
	Perdidos	1

D3_Inmersión (Agrupada)

Válido	Buena	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Buena	10	2.6	2.6	2.6
	Regular	62	16.1	16.2	18.8
	Malo	311	81.0	81.2	100.0
	Total	383	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		384	100.0		

D3_Inmersión (Agrupada)



Frecuencias

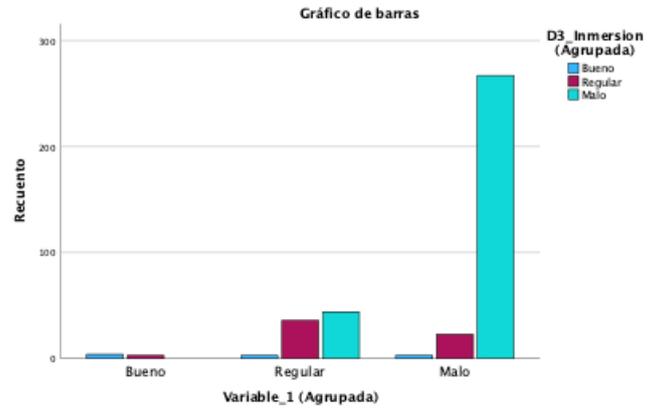
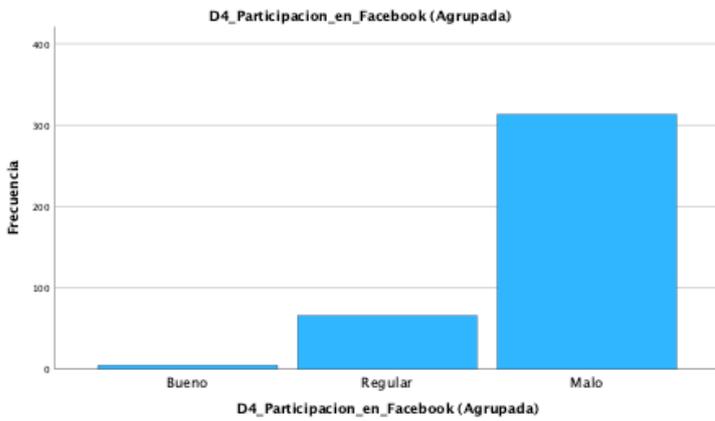
Estadísticos

D4_Participacion_en_Facebook (Agrupada)

N	Válido	384
	Perdidos	0

D4_Participacion_en_Facebook (Agrupada)

Válido	Buena	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Buena	5	1.3	1.3	1.3
	Regular	66	17.2	17.2	18.5
	Malo	313	81.5	81.5	100.0
	Total	384	100.0	100.0	



Tablas cruzadas

Resumen de procesamiento de casos

	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Variable_1 (Agrupada) * Variable_2 (Agrupada)	383	99.7%	1	0.3%	384	100.0%

Tablas cruzadas

Resumen de procesamiento de casos

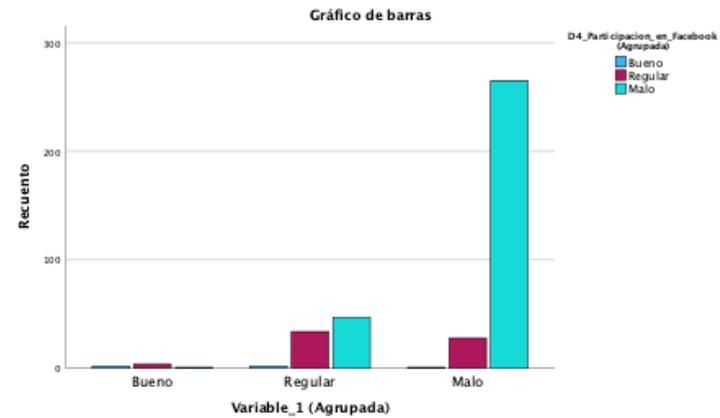
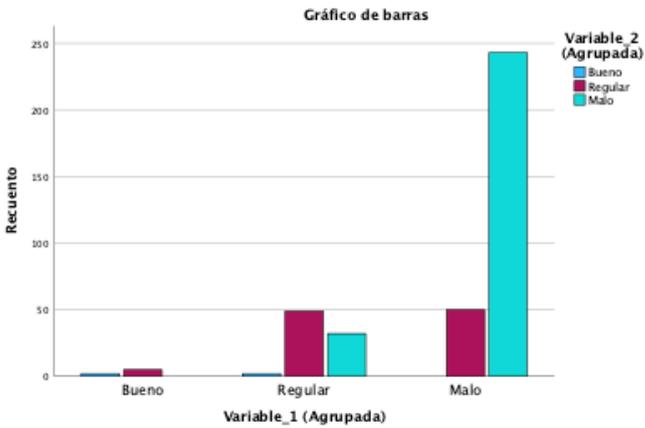
	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Variable_1 (Agrupada) * D4_Participacion_en_Facebook (Agrupada)	384	100.0%	0	0.0%	384	100.0%

Tabla cruzada Variable_1 (Agrupada)*Variable_2 (Agrupada)

Variable_1 (Agrupada)		Variable_2 (Agrupada)			Total
		Bueno	Regular	Malo	
Bueno		2	5	0	7
Regular		2	49	32	83
Malo		0	50	243	293
Total		4	104	275	383

Tabla cruzada Variable_1 (Agrupada)*D4_Participacion_en_Facebook (Agrupada)

Variable_1 (Agrupada)		D4_Participacion_en_Facebook (Agrupada)			Total
		Bueno	Regular	Malo	
Bueno		2	4	1	7
Regular		2	34	47	83
Malo		1	28	265	294
Total		5	66	313	384



Tablas cruzadas

Resumen de procesamiento de casos

	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Variable_1 (Agrupada) * D3_Inmersion (Agrupada)	383	99.7%	1	0.3%	384	100.0%

Tabla cruzada Variable_1 (Agrupada)*D3_Inmersion (Agrupada)

Variable_1 (Agrupada)		D3_Inmersion (Agrupada)			Total
		Bueno	Regular	Malo	
Bueno		4	3	0	7
Regular		3	36	44	83
Malo		3	23	267	293
Total		10	62	311	383

SPSS Statistics Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Datos Intento 3.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Aplicación de búsqueda

Nombre	Tipo	Anchura	Decima...	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1 Inmediatez	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2 Novedosa	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3 Ilimitado	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4 Relevante	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5 Video	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6 Sonido	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7 Imágenes	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8 Portal_web	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9 Cuenta_de...	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10 Textos_cor...	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11 Información	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12 Profundidad	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13 Sugerencias	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14 Agiles_y_d...	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15 Tiempo_real	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16 Me_gusta	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17 Me_importa	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18 Me_entrist...	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19 Comentar	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20 Computar	Númerico	8	0		{1, Totalm...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21 Variable_1	Númerico	8	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
22 Variable_2	Númerico	8	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
23 Hipertexto...	Númerico	5	0	Variable_1 (A...	{1, Buenol...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24 Interaccion	Númerico	5	0	Variable_2 (A...	{1, Buenol...	Ninguna	13	Derecha	Ordinal	Entrada
25 D3_Inmers...	Númerico	8	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
26 D4_Partici...	Númerico	8	0		Ninguna	Ninguna	14	Derecha	Escala	Entrada
27 D3	Númerico	5	0	D3_Inmersion...	{1, Buenol...	Ninguna	10	Derecha	Ordinal	Entrada
28 D4	Númerico	5	0	D4_Participac...	{1, Buenol...	Ninguna	10	Derecha	Ordinal	Entrada
29										
30										
31										
32										
33										
34										
35										
36										
37										
38										

Visión general Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unico:ACTIVADO Clásico

Anexo 5. Consentimiento o asentimiento informado UCV.

De la prueba piloto. –

Encuesta: "Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023".

Es muy grato presentarme ante usted, la suscrita alumna Lia Atenea Chavez Campos estudiante de la escuela de Ciencias de la Comunicación en la Universidad César Vallejo campus Ate, presenta el cuestionario para el proyecto de investigación titulado: Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023, el cual tiene fines exclusivamente académicos.

Edad *

Elige

¿Eres seguidor de la página de Facebook de América Noticias? *

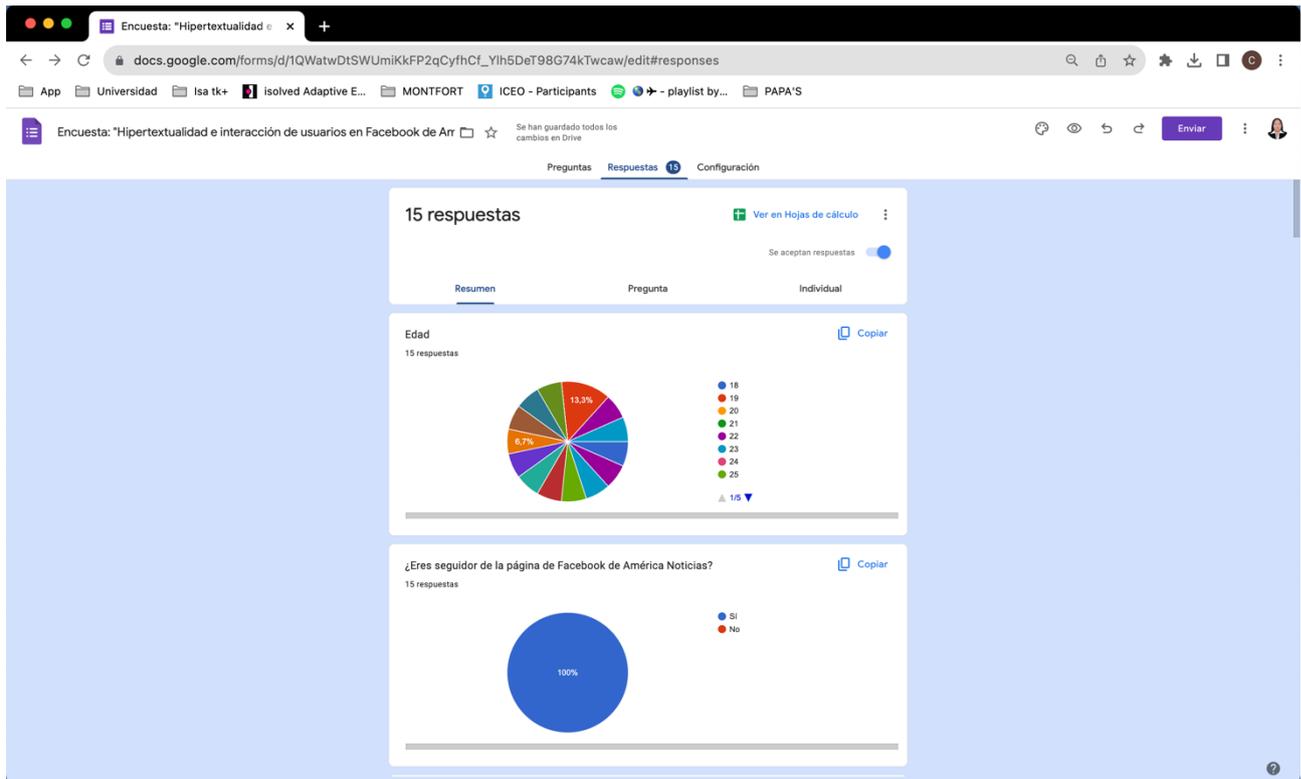
Si

No

CONSENTIMIENTO INFORMADO: *

Soy consciente que mi participación es voluntaria para participar en la investigación denominada: "Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023". Entiendo que debo responder con la verdad y si decido ser participante de la investigación la información recolectada del cuestionario será alojada en el Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referencia en futuras investigaciones, dejando en claro los derechos de propiedad intelectual que corresponden exclusivamente a la autora del estudio.

Autorizo



Del consentimiento informado para la investigación del informe de tesis. –

docs.google.com/forms/d/1QWdwDtSWUmKkFP2qCyfhCf_Ylh5DeT98G74kTwcaw/edit#question=2002551253&field=661322116

Encuesta: "Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023"

Preguntas Resuestas 389 Configuración

389 respuestas

Ver en Hojas de cálculo

No se aceptan más respuestas

Mensaje para los encuestados

Ya no se aceptan respuestas en este formulario

Resumen **Pregunta** Individual

CONSENTIMIENTO INFORMADO: Soy cons... < 3 de 23 >

CONSENTIMIENTO INFORMADO:

Soy consciente que mi participación es voluntaria para participar en la investigación denominada: "Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023". Entiendo que debo responder con la verdad y si decido ser participante de la investigación la información recolectada del cuestionario será alojada en el Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referencia en futuras investigaciones, dejando en claro los derechos de propiedad intelectual que corresponden exclusivamente a la autora del estudio.

Ocultar opciones

Autorizo

docs.google.com/forms/d/1QWdwDtSWUmKkFP2qCyfhCf_Ylh5DeT98G74kTwcaw/edit#responses

Encuesta: "Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023"

Preguntas Resuestas 389 Configuración

389 respuestas

Ver en Hojas de cálculo

No se aceptan más respuestas

Mensaje para los encuestados

Ya no se aceptan respuestas en este formulario

Resumen **Pregunta** Individual

Edad

389 respuestas

Copiar

18
19
20
21
22
23
24
25

1/5

¿Eres seguidor de la página de Facebook de América Noticias?

389 respuestas

Copiar

Sí
No

Anexo 6. Reporte de similitud en software Turnitin

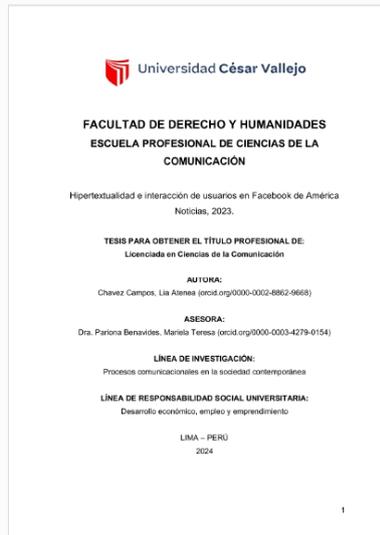


Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: LIA ATENEA CHAVEZ CAMPOS
Título del ejercicio: Turnitin INFORME DE TESIS
Título de la entrega: Copia de TESIS - LIA CHAVEZ 2.pdf
Nombre del archivo: Copia_de_TESIS_-_LIA_CHAVEZ_2.pdf
Tamaño del archivo: 274.06K
Total páginas: 37
Total de palabras: 9,153
Total de caracteres: 49,075
Fecha de entrega: 27-may.-2024 12:08a. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega... 2388992255



Anexo 7. Análisis complementario

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2} = \frac{1.96^2 0.5 * 0.5}{0.05^2} = 384$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza

p = variabilidad positiva

$q = (1 - p)$ proporción no representada en el objeto de estudio

e = precisión o el error

Anexo 8. Autorizaciones para el desarrollo del proyecto de investigación.



ANEXO N.º 3: Modelo de informe para proyectos exentos de revisión

Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de Ciencias de la Comunicación

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de Ciencias de la Comunicación, deja constancia que el proyecto de investigación titulado "Hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.", presentado por el autor Chávez Campos, Lia Atenea., queda exento de revisión de acuerdo a la verificación realizada por Dr. Felipe Anderson Ríos Incio, Mg. Javier Ernesto Argote Moreau y la Dra. Mariela Pariona Benavides de acuerdo a la comunicación remitida el 20 de noviembre del 2023, por lo cual se determina que la continuidad para la ejecución del proyecto de investigación cuenta con un **dictamen favorable**.

Trujillo, 27 de noviembre de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Mg. Dennis Herman Flores Sifuentes	Presidente	32914697	
Mg. Javier Ernesto Argote Moreau	Vicepresidente	08018500	
Mg. Mariela Teresa Pariona Benavides	Miembro 1	09722329	
Dr. Felipe Anderson Ríos Incio	Miembro 2	44198255	
Mg. Ruperto Arroyo Coico	Miembro 3	42366595	

Anexo 9: Otras evidencias

Tabla 24

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<u>Problema general</u> ¿Qué relación existe entre la hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023?	<u>Objetivo general</u> Establecer la relación entre la hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.	<u>Hipótesis general</u> Existe relación entre la hipertextualidad e interacción de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.	V1 Hipertextualidad	Medios digitales (Alonso, 2021). Multimedialidad (Alonso, 2021).	- Inmediatez - Documentación periodística - Video - Sonido - Imagen	<u>Enfoque de investigación</u> Cuantitativo <u>Método</u> Aplicada <u>Nivel de estudio</u> Correlacional
<u>Problemas específicos</u> ¿Qué relación existe entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias,	<u>Objetivos específicos</u> Determinar la relación entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias,	<u>Hipótesis específicas</u> Existe relación entre la hipertextualidad y la inmersión de usuarios en Facebook de América Noticias, 2023.	Interacción	Inmersión (García y de la Fuente, 2022).	- Interés del usuario - Difusión de contenido	<u>Diseño de estudio</u> No experimental, transversal <u>Técnica</u> Encuesta <u>Instrumento</u>

2023?

2023.

Cuestionario

- Reacciones

¿Qué relación existe entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios en América Noticias, 2023?

Determinar la relación entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios en América Noticias, 2023.

Existe relación entre la hipertextualidad y la participación en Facebook de usuarios en América Noticias, 2023.

Participación en Facebook (García y de la Fuente, 2022).

- Comentar

- Compartir