



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**

Prototipo de una Red Social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura, 2021.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
INGENIERO DE SISTEMAS**

**AUTOR:**

Temoche Imán, Jairo Alexis (ORCID: 0000-0001-6462-0848)  
Sullón Aguirre, Felix Fernando (ORCID: 0000-0002-8824-539X)

**ASESOR:**

Mg. More Valencia, Rubén Alexander (ORCID: 0000-0002-7496-3702)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Sistema de información y comunicaciones

**PIURA - PERÚ  
2021**

## **Dedicatoria**

A Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza necesaria para continuar en este largo proceso de investigación, a nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ello hemos podido lograr alcanzar la meta y convertirnos en lo que somos, ha sido un orgullo y el privilegio de ser sus hijos, simplemente son los mejores, también queremos considerar a todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el proyecto se realice con de manera exitosa en especial a aquellos que nos brindaron el apoyo cuando más lo necesitábamos, he aquí el resultado de todo ello, gracias por todo.

## **Agradecimiento**

Nos van a faltar páginas para agradecer a las personas que nos han apoyado en este camino por la finalización de este proyecto investigativo en primer lugar expresar nuestra gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre nuestras vidas, a nuestro padres por su paciencia, por el trabajo, por el apoyo incondicional y a toda nuestra familia en general por estar siempre presentes, asimismo nuestro profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal de la Universidad Cesar Vallejo, por confiar en nosotros, a nuestros profesores en especial al Ingeniero Rubén More Valencia por guiarnos en este camino, la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que podamos crecer como profesionales, también dar gracias a los a los Profesores que nos han visto crecer todo este tiempo, de ser unos inocentes estudiantes a convertirnos en todos unos profesionales, gracias a sus conocimientos hoy podemos sentirnos dichosos y contentos.

## Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables y paralización	14
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.5. Procedimiento	16
3.6. Método de análisis	16
3.7. Aspectos Éticos	18
IV. RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN	28
VI. CONCLUSIONES	30
VII. RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS	37

### **Índice de tablas**

Tabla 1.Operalización de variables	14
Tabla 2.Confiabilidad del pre-test.	17
Tabla 3.Confiabilidad del pre-test.	17
Tabla 4.Confiabilidad del pos-test	17
Tabla 5.Confiabilidad del pos-test	18

### **Índice de figuras**

Figura 1. Veracidad de fuentes de video antes y después de la implementación de la red social Wereline.	19
Figura 2.Figura 2. Veracidad de fuentes de imágenes antes y después de la implementación de la red social Wereline.	20
Figura 3.Veracidad de fuentes de sonido antes y después de la implementación de la red social Wereline.	21
Figura 4.. Adaptación antes y después de la implementación de la red social Wereline.	22
Figura 5.Mejoramiento antes y después de la implementación de la red social Wereline.	23
Figura 6.Influencia antes y después de la implementación de la red social Wereline.	24
Figura 7.Selectivo antes y después de la implementación de la red social Wereline.	25
Figura 8.. Comunicativo antes y después de la implementación de la red social Wereline.	26
Figura 9.Nivel de Interactividad antes y después de la implementación de la red social Wereline.	27

## Resumen

Hay redes sociales que brindan información que están basadas mayormente en doxa, sin bases teóricas en las plataformas digitales, esto hace que las informaciones compartidas por usuarios se clasifiquen en noticias llamadas fakes new que afectan a la población. Esta investigación tiene como título Prototipo de una Red Social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021, El objetivo fue Implementar un prototipo de una Red social como fuente de información para las productoras y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021. El diseño de la investigación es de tipo aplicada por que utiliza conocimientos de red social como fuente de información para los medios de comunicación, el método utilizado es experimental de tipo transaccional descriptivo, la población está conformada por productores y usuarios consumidores, se analizó los recursos de información a través de la evaluación de una lista de cotejo donde se midió los indicadores de cada dimensión, lo cual se analizó los resultados con ayuda del software R , donde se concluye que se logró la implementación de la red social Wereline como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021

**Palabras Clave:** Red Social, Fuente de información, Prototipo Productoras, Medios de Comunicación.

## **Abstract**

There are social networks that provide information that are based mostly on doxa, without theoretical bases in digital platforms, this causes the information shared by users to be classified into news called fakes new that affect the population. This research is entitled Prototype of a Social Network as a source of information for the production company JSL producciones and associated media in the Piura region, 2021, The objective was to implement a prototype of a social network as a source of information for the production companies and associated media in the Piura region, 2021. The research design is of an applied type because it uses knowledge of the social network as a source of information for the media, the method used is experimental of a descriptive transactional type, the population is made up of producers and consumer users, the resources were analyzed of information through the evaluation of a checklist where the indicators of each dimension were measured, which was analyzed the results with the help of the R software, where it is concluded that the implementation of the Wereline social network as a source of information was achieved for the production company JSL producciones and associated media in the Piura region, 2021

**Keywords:** Social Network, Information Source, Prototype Production Companies Media.

## I. INTRODUCCIÓN

Las redes sociales llegaron a la vida cotidiana del público con el propósito de interconectar a los usuarios sin medir la distancia que se encuentren. Las redes sociales abarcan medios antes que existiera el internet como los periódicos, revistas, tv, radio, etc. Que de ser estáticos están pasando a interactuar con otras personas, ayudando a tener más acceso a la tecnología.

Sin duda las redes sociales es un medio comunicativo internacional beneficiosos para el usuario, ya que se encargan de brindarnos noticias importantes, pero cuando no le damos el uso adecuado puede afectar a la vida personal, laboral y muchas veces compartiendo los más mencionados fake news sin tener una mayor investigación de dicha información.

(López-Segura-Miguel-Alberto ,2020) El Perú está atravesando una buena época en que canales digitales típicos están comenzando una sección de fact-checking; pero están descuidando la revisión de la veracidad de la información.

(Acosta,2017) Sostuvo en su investigación que hoy en día hay personas que se informan y se comunican a través de los medios como el correo electrónico y vía telefónica.

Para A, Iglesias. La red social se ha transformado en una herramienta de debate entre los usuarios sobre la información médica. («Causes of Erythema Nodosum in Patients Admitted to a Tertiary Care Hospital in Spain | Elsevier Enhanced Reader» 2020)

(Mena,2021) sostuvo que la información fake news en el 2021 ha ido en crecimiento y que esto preocupa al 56,4 % usuarios del mundo en saber cuál de la información es cierta y que no.

Para Nuria, Alvares y otros. Los requerimientos audiovisuales tienen una mayor importancia de comunicar a través de los medios digitales ya son de mucha Influencia en la salud. («Efecto de la formación en soporte vital básico a través de un video difundido en redes sociales | Elsevier Enhanced Reader» [2018]).

(Colan ,2019)Redes sociales como medios de comunicación influyen grandes cambios en la nuestra sociedad y es claro tener en cuenta la adaptación que estos tienen dentro de las funciones que estos deben cumplir. A diario se ha visto que no se practica de una manera adecuada el rol de los mismos y la mayor

preocupación es que no hay un mejoramiento que genera satisfacción a los usuarios. Para M, Alvares y otros. Redes sociales se han integrado a una rutina diaria de la población. En las redes sociales, las poblaciones pueden conectarse y comunicarse con varios a la vez sin medir la distancia en la que se encuentren. («Aplicaciones médicas de las redes sociales. Aspectos específicos de la pandemia de la COVID-19 | Elsevier Enhanced Reader» [2020]).

(Estrada-Cuzcano, Alfaro-Mendives y Saavedra-Vásquez 2020) La información en las redes sociales actualmente, se publiquen considerables cantidades de noticias e información frecuentemente; sin embargo, no tenemos la capacidad ética de publicar o reconocer cuando una noticia contiene fake new, que no tienen sustento científico u objetivo.

Este trabajo de investigación plantea hacer un Prototipo de una red social como fuente de información para medios de comunicación (*productora JSL producciones*) en el ámbito de la región Piura., donde nos permita narrar, publicar información completa y contextualizado, con hechos reales.

La formulación del problema es: ¿Cómo el prototipo una red social mejora las fuentes información en la productora JSL Producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021?

Consecutivos de preguntas específicas como: ¿Cómo analizar la producción audiovisual como fuente de información para la productora y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021?, ¿Cómo describir el impacto social como fuente de información para la productora y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021?,¿Cómo examinar la interactividad como fuente de información para la productora y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021?.

La presente investigación se justifica de manera social dado que los resultados servirán para que las redes sociales y sus comunicadores comprendan lo que puede afectar emocionalmente un fake news a los usuarios, y evalúen lo que necesitan mejorar, para así dar a conocer una noticia fidedigna. Tendrán que optar por estrategias que informen al usuario, ya sea publicando capacitaciones, conferencias, etc. Que contribuyan a saber informarse y no caer en la noticia falsa.

(Gómez Vilchis 2017) La presente investigación se justifica de manera teórica, La opinión o doxa es una falacia ya que muchos de los medios de comunicación no tienen la capacidad de aportar opiniones solidas sobre los temas que publican hacia el público, eso suele suceder ya que carecen falta de ética e información sobre asuntos relevantes que suceden. La información colectada da a conocer "hechos" reales".

La presente investigación se justifica de manera metodológica, Se usó un software llamado zotero, es un administrador de referencias bibliográficas, independiente, abierto y gratuito que nos ayudó a recolectar artículos científicos directamente de las pagina web y poder resaltar los antecedentes de artículos más relevantes de nuestra investigación. También se realizó un meta análisis de los artículos en Excel lo cual nos permitió analizar dimensiones, que se acercaban a nuestro proyecto y poder sacar nuestra variable de estudio.

(Pedriza 2018) La presente investigación se justifica de manera práctica, En su investigación llego a la conclusión que las noticias publicadas en los diarios digitales españoles el 75% son propias y el 25% son copia de las redes sociales.

Permitirá estudiar la variable de redes sociales, que son medios de comunicación que ha favorecido a muchos usuarios, lo cual incrementa significativamente en la comunicación e información de los usuarios.

El instrumento de evaluación empleada va reconocer las características de los usuarios que suben noticias y se evaluará en cuanto a su grado de información publicada y permitirá elaborar otras investigaciones que permitan analizar otras variables implicadas en las redes para la mejora de información.

La presente investigación se plantea, prototipar una red social una Red social como fuente de información para medios de comunicación., con la finalidad que toda información publicada tenga una buena credibilidad ante el público, para ello toda información que se publicará será verificado a profundidad y analizar si las noticias son relevantes para publicar, caso contrario rechazaremos los que no son relevantes.

La investigación tiene un objetivo general: Implementar un prototipo de una Red social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021. objetivos

específicos: Analizar la producción audiovisual como fuente de información para una Red social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura, 2021. Describir el impacto social como fuente de información para una Red social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura, 2021.

Examinar la interactividad como fuente de información para una Red social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura, 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de la investigación se recaudó información de fuentes nacionales e internacionales, Estos antecedentes son:

(Vásquez-Rizo, Murgueitio-Echeverri y Jiménez-Trochez 2021) cuya investigación tuvo como objetivo demostrar lo importante que son las redes digitales en el ámbito político actualmente es un instrumento comunicativo. Dicha investigación es de diseño descriptivo y exploratorio. La muestra estuvo conformada por 100 comunicadores políticos. La data obtenidos se dio a través de la observación, encuesta y entrevista (no estructurada). Según los resultados un 75 % de los comunicadores políticos usan las redes sociales para el proceso comunicativo-político. Llegando a la conclusión que los usos de las TIC se relacionan en la política con efectividad y éxito.

(Pedriza 2018) cuya investigación tuvo como objetivo describir y analizar el manejo de la información que recopilan los diarios digitales españoles de las redes que son publicadas en sus ediciones online. Dicha investigación es de diseño cuantitativo. La muestra, no probabilística, estuvo conformada por cuatro diarios digitales. La recolección de los datos se dio a través de la observación de referencias y contenidos de redes sociales. Según los resultados, 75,71% de las noticias más vistas no se obtuvieron de las redes sociales, 24,28 % obtuvo contenido de las redes sociales. Llegando a la conclusión que los medios digitales españoles tienen

una conducta profesional propia en relación al uso de las redes sociales como fuente de información periodística.

(Acosta,2017) cuya investigación tuvo como objetivo Crear y estructurar una red de periodismo ambiental en la jurisdicción de Corantioquia, Dicha investigación es de diseño mixto. La muestra estuvo conformada por 162 personas, de las cuales, 140 fueron presenciales,14 a través de correo electrónico y 8 vía telefónica. La información se recolecto basada en la encuesta. Según los resultados, el 43% de las personas forman parte de una red de periodismo ambiental y el 56% no. Es importante crear la Red de Periodismo, para una mejor información hacia las personas.

(Muñoz González y Soto Gómez 2020) cuya investigación tuvo como objetivo comprender las virtualidades y limitaciones de la red social, Dicha investigación es de diseño cualitativo. La muestra estuvo conformada por 60 estudiantes de primer año del grado de Educación Infantil. Los datos se recolectaron a través de seguimiento y la observación. Según los resultados reflejaron que Mahara como red social reconocen buenos resultados en el valor formativo.

(Sobral y otros ,2020) cuya investigación tuvo como objetivo fue conocer la apreciación que tenían los/as estudiantes de las noticias falsas. Dicha investigación es de diseño de enfoque cualitativo y un método mixto. La muestra estuvo conformada por (49) eran alumnos de una licenciatura en comunicación, en su mayoría fueron de sexo femenino, entre 21 y 23 años. Los datos se recolectaron a través del cuestionario. Según los resultados, el 42,9% manifiestan que encuentran noticias falsas o manipuladas todos los días. Los alumnos comprenden que es importante parar las publicaciones de los fake news y consideran que las autoridades no toman medidas para combatirlas.

(López-de-Ayala, Vizcaíno-Laorga y Montes-Vozmediano 2020) cuya investigación tuvo como objetivo conocer los hábitos de uso de las redes sociales por los jóvenes. Este proyecto utiliza el método de la investigación cuantitativa para analizar el manejo que ejercen los jóvenes a las redes sociales. La muestra estuvo

conformada por 533 entrevistados. Los datos se recolectaron a través de la encuesta. obteniendo como resultado que el 70% de los jóvenes tiene comunicación con amigos y familiares, ver sus fotos y vídeos y vídeos y música, 55% publican contenidos en sus perfiles, 43% consultan contenidos divertidos, 20 % emiten opiniones sobre la política, quejas de un perfil público. Llegando a la conclusión que los jóvenes utilizan las plataformas digitales para conversar, publicar imágenes, videos y música con sus amigos y familiares, un factor asociado al interés de que es lo que sucede en alrededor.

(Becerril et al. 2018)cuya investigación tuvo como objetivo fue conocer noticias falsas en las redes sociales. Dicha investigación tuvo como de la investigación cuantitativa para analizar las noticias fake news. La muestra estuvo conformada por profesionales y estudiantes, relacionados con la comunicación, el periodismo Los datos se recolectaron a través de la encuesta. obteniendo como resultado (87,4 %) señala que encuentra noticias frente a imágenes o vídeos manipulados. Los periodistas son quienes más perciben la falsedad en las imágenes (46,2 %). Llegando a la conclusión que los profesionales y estudiantes utilizan las redes sociales para informarse.

(Córdova, 2015)Cuya investigación tuvo como objetivo analizar el impacto de las redes sociales en el comportamiento de los adolescentes en unidad educativa en la ciudad de Guayaquil. Dicha investigación es de diseño cuantitativo. La muestra estuvo conformada por adolescentes y maestros. La recolección de los datos se dio a través de la encuesta. Según los resultados, 70,0% de los adolescentes indicaron que las redes sociales le han permitido a relacionarse mejor, 100,0 % de los maestros influyen al aprendizaje. Llegando a la conclusión que los estudiantes y maestros tienen un concepto favorable de las redes sociales que al uso de las redes sociales como fuente de información periodística.

(Aquise, 2018)Cuya investigación tuvo como objetivo Determinar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado de interacción del ciberperiodismo 2018. Dicha investigación es de enfoque cualitativo, de tipo básico, y de diseño no experimental y transversal-comparativo.

La muestra estuvo conformada por sitios web de los diarios Correo – Perú y La Estrella de Arica – Chile. La recolección de los datos se dio a través de la encuesta. Según los resultados se evaluó por puntaje del 1 al 10, por parte del correo-peru tuvo 6pt en contenidos generados por usuarios, 3 pt La Estrella de Arica-Chile. Llegando a la conclusión que Correo-Perú cumple en mayor grado el primer indicador Relación Cibermedio-Usuario de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo frente al sitio web del diario La Estrella.

(Mesa-Betancur y Murcia 2019) cuyo artículo de investigación tiene como objetivo estudiar responsablemente los diferentes tipos de estructuras relacionales (redes) que se configuran en las políticas públicas y el ámbito público identificando la pertinencia de cuantificar la lectura sobre las redes basándose en la perspectiva analítica “Enfoque de redes de Políticas Públicas” que ha tomado forma en los aportes de autores conocidos como Hugh, Kenneth, entre otros. En sí se propone como una metodología matemática que puede ser empleada como una orientación conceptual y herramienta metodológica permitiendo complementar más no sustituir el análisis cualitativos, luego se muestran los principales instrumentos metodológicas y conceptuales del ARS de utilidad para el análisis politológico de las redes de política pública como Ucinet, Netdraw, Pajek, entre otros y en tercer lugar, haciendo precisiones y advertencias sobre el desempeño de este recurso metodológico con base en algunas experiencias investigativas de los autores

(Campos- Freire 2008) cuyo artículo de investigación tiene como objetivo explicar cómo la dinámica de la convergencia no solo se basa en algo tecnológico y económico sino también en algo transmedial y social, entendiendo que el impacto es más cultural que estructural, y al mismo tiempo la manera en que los medios de comunicación típicos se van “Digitalizando” a través de las plataformas virtuales como las redes sociales, obteniendo como resultados una lista estructural Mediática de las redes sociales teniendo a Facebook como cabeza de la lista con 550 grupos cuyo contenido se centra en Relación y ocio con 10 números de secciones generales, 10 secciones de video, 9 secciones de texto, ninguna sección, ni enlaces basados en la información,, como sublíder en la lista está Friendster, cuyo contenido se enfoca en Amistad y ocio, posee 39\*187.017 números de grupos, 8

secciones globales, ninguna sección, ni enlace orientados a la información, en tercera fila se encuentra Linkara cuyo contenido se centra en Afición, no tiene ningún número de grupos, posee 4 secciones de información, en cuarto lugar de esta lista se encuentra MySpace cuyo contenido se orienta más al ocio y relación, cuenta con 33\*17.737 números de grupos, posee una sección de información y ningún enlace, luego le sigue badoo cuyo contenido se enfoca a las relaciones y para culminar con orkut cuyo contenido se basa en contactos, que no poseen secciones de información, ni grupos.

(García-De Torres(España),Yezers'ka(Perú),Rost(Argentina),Calderín(Venezuela), Concha Edo(España), 2011) cuyo artículo de investigación tiene como objetivo se enfoca en investigar que uso le dan los iberoamericanos a medios sociales, para lograr ello se usó la metodología basada en un acoplamiento de observación y análisis de chats difundidos en Twitter y Facebook, La muestra está compuesta por 27 medios informativos regionales de 7 países (Argentina, Colombia, España, México, Perú, Portugal y Venezuela).El tipo de estudio de este artículo es exploratorio puesto que la variable era muy amplia para trabajarlo de manera comparativa por regiones. Los datos de los medios periodístico de cada región se contrastan con la información recepción de sitios web (páginas vistas/mes) y seguidores, fans o amigos en Twitter y Facebook, con la cual se obtuvieron resultados en cuanto al análisis de los perfiles, se procesó un total de 5.010 mensajes, de los cuales 1.634 se publicaron en Facebook (32,7%) y 3.376 en Twitter (67,3%) por un total de 26 medios (La voz no tenía perfil en Facebook y Journal de Leiria no contaba con presencia en Twitter en el momento de llevarse a cabo la investigación).Los datos reflejan que la presencia en la red social Facebook Los chats conversacionales son mínimos al 6% del total y van alanzados por un la web, es decir, también los chats conversacionales dirigidos al medio informativo.

(Campos-Freire, Rúas-Araújo, López-García y Martínez-Fernández, 2016) cuyo artículo de investigación tiene como objetivo aclarar los conceptos y analizar las alteraciones que se están publicando tanto en la gestión de los procesos, contextos y estructuras de la comunicación, la metodología usada es elaboración del

Barómetro de medios, la cual se basa en una encuesta de una muestra aleatoria de 300 empresas que representan la diversidad de la zona (prensa, radio, televisión y medios digitales), la muestra es de un 49,1% de organizaciones de menos de 10 empleados, un 37,7% de 10 a 49, un 9,4% de 50 a 250, y un 3,8% de más de 250. como objeto de estudio se consideró, a las redes sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube, Pinterest, Otras, en esta última se incluye Whatsapp, Telegram u otras herramienta de comunicación, para definir el resultado se hizo la siguiente pregunta: ¿Cuál de las redes cree que le aporta o puede aportar en el futuro más valor a su medio y/o organización de comunicación? y en base a ella se logró los siguientes resultados: estos resultados se dividieron en 3 niveles (nada, poco, mucho), de todas las redes sociales antes mencionadas en el nivel “Nada” la red social que obtuvo un mayor porcentaje fue Pinterest con el 19%, en el nivel “Poco” se encuentran las redes sociales, LinkedIn liderando la lista con 41,1%, luego le sigue Instagram con 35,2%, y en el nivel más alto de aporte “Mucho” se encuentra la red social Twitter con el 80%.

(Sadiku, Omotoso y Musa 2019)Una red social, es una plataforma que interactúa en línea con usuarios que les permite compartir información digital imágenes, agregar contenido multimedia o modificar la apariencia del perfil, publicar blogs, comentar publicaciones, compilar y compartir listas de contactos. Las redes sociales cumplen una doble función como proveedores y los consumidores de contenido.

(Lauff, Kotys-Schwartz y Rentschler 2017)Un prototipo es parte esencial del desarrollo de productos en las empresas , sin embargo, es uno de las áreas menos exploradas de la práctica del diseño. Hay estudios etnográficos limitados realizados dentro de las empresas, específicamente en torno al tema de la creación de prototipos. Este es un empírico estudio basado en la industria y utilizando observaciones etnográficas inductivas para promover nuestra.

(Deemer-Pete, Benefield-Gabrielle, Larman-Craig, Vodde-Bas 2009) Scrum es un marco de trabajo iterativo e incremental para la implementación de proyectos. Su sistema de implementación se basa en ciclos Sprints los cuales son iteraciones de

1 a 4 semanas, que van una detrás de otra. Tienen un tiempo fijo – terminan en una fecha específica, aunque no se haya finalizado el proyecto, y nunca se alargan. Se limitan en tiempo y se prioriza por el nivel de importancia o necesidad de los requerimientos del cliente.

(Guiña Vivian Luis Fernando 2018) Single Page Applications o comúnmente aplicaciones de una sola página, son sistemas web con el principal propósito de mejorar la experiencia de usuario imitando el comportamiento de una aplicación de escritorio. Una aplicación web con arquitectura SPA por lo general necesita que todos sus recursos los cuales son HTML que es un lenguaje vital para el funcionamiento de la Web, el mismo que proporciona un módulo de estructura basado en etiquetas o tags para la construcción de páginas web eficientes y fáciles de usar , CSS que funciona en conjunto con el lenguaje HTML, básicamente se utiliza para modificar la apariencia de la página web mediante la aplicación de reglas CSS , JavaScript, se carguen una única vez, de esta manera cualquier futuro cambio en la página web se construye en el navegador utilizando el Lenguaje de Programación JavaScript, que es interpretado por el navegador web, a diferencia de los lenguajes de programación compilados se puede ejecutar en diferentes sistemas operativos sin la necesidad de una máquina virtual. Se caracteriza por ser orientado a objetos, dinámico y basado en Prototipos, esta última característica permite a JavaScript simular la herencia considerando los requerimientos de la aplicación la solución más efectiva es Node.js que no es más que un Entorno de Ejecución Multiplataforma y Open Source que hace posible ejecutar el antes mencionado JavaScript en el lado del Servidor. Utiliza un modelo asíncrono donde Ajax es el candidato perfecto puesto que es una técnica de Programación generalmente usada aplicaciones web que permite enviar y recibir únicamente solo la información que se necesita en segundo plano. Gracias a esta técnica las aplicaciones transfieren sólo la información necesaria, de esta forma se aprovecha de mejor manera el ancho de banda que el usuario utiliza y es orientado a evento. Esto agregado de manera modular a NodeJS que en si se basa en el motor V8 del navegador Google Chrome el mismo que está escrito en C++ de tal manera que lo hace liviano y eficiente, este entorno utiliza una cantidad de módulos los cuales se van añadiendo acorde a las necesidades de la aplicación y uno de ellos express

que consiste en un módulo de trabajo inspirado en Sinatra (Framework Web de código abierto escrito en el lenguaje de programación Ruby) que trabaja en tiempo de ejecución, proporciona un conjunto robusto de características para compilar una o varias páginas web haciendo uso de múltiples Api Rest que no son más que un protocolo para la transferencia de Hipertexto, considerado el protocolo básico para la World Wide Web (WWW), se utiliza para el intercambio de información de diferentes archivos tanto orientados al usuario como de programación, mediante el modelo petición – respuesta los cuales necesitan ser transmitidos a través de HTTP que se resume a una interfaz de programación de aplicaciones que permite agrupar una serie servicios web para el intercambio de información mediante el uso de este protocolo, una aplicación SPA no podría funcionar sin una base de datos, puede ser local o en la nube, en esta circunstancia se optó por una base de datos NoSQL por el cual se destaca por el manejo de grandes volúmenes de información. Sugieren una estructura de persistencia versátil destacando la ausencia de esquemas y la posibilidad de realizar escalado horizontal, implementado diferentes estructuras de almacenamiento tales como Clave, Valor, Columna, Documentos y Grafos, la mejor opción para ello es MongoDB que se centra en un SGBD exclusivo para Bases de Datos NoSQL basada en documentos de tipo JSON los mismos que se agrupan en una colección, se destaca notablemente por su velocidad al momento de realizar consultas a la base de datos. En MongoDB la colección es la representación de una relación en el ámbito de las bases de datos relacionales, un documento representa a una fila y una clave equivale a un atributo

(Jesús López de Lerma Galán 2018) La veracidad ha sido uno de los elementos que mayor complejidad ha generado en el estudio del derecho a la información desde la disciplina jurídica y periodística la expresión misma «información veraz», brinda una noción cercana a la verdad, que exige un desarrollo posterior para dotarlo de sentido. El derecho a recibir información veraz se ha convertido en uno de los principales fundamentos de la realidad democrática, que nos ha permitido consolidar una opinión pública plural y libremente formada, contribuyendo a la consolidación del Estado social y democrático de derecho.

(Guiña Vivian Luis Fernando 2018) Un Api Rest es un protocolo para la transferencia de Hipertexto, considerado el protocolo básico para la World Wide Web (WWW), se utiliza para el intercambio de información tales como documentos HTML, CSS, Javascript, etc, mediante el modelo petición – respuesta

(Joan-Ferrés-Prats 2007) El contenido Audiovisual es la capacidad examinar y de evaluar el sistema informativo de un relato audiovisual y los mecanismos de la narración siendo de manera textual, a través de un archivo de audio o por medio de un video tomando en cuenta los roles narrativos que asumen en actividad del público objetivo al que se dirige.

(Ariel y Avidar, 2015) la interactividad se trata de la selectividad y transmisión de información en un proceso de comunicación. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la información se puede difundir simplemente sin producir interactividad alguna. La interactividad necesita la transmisión de información para existir. Esta relación entre "información" e "interactividad" es especialmente importante en un Entorno de redes digitales, donde se gestiona la información y se relaciona en los aspectos sociales y comunicativas.

(Gómez Vilchis 2017) Los medios de comunicación ejercitan diferentes géneros periodísticos, de tipo informativo, como notas periodísticas, entrevistas, reportajes y crónicas, y otros llamados géneros de opinión, como el editorial y el artículo, en los que los medios de comunicación y los periodistas expresan su opinión sobre los acontecimientos periodísticos.

(Alexis Apablaza-Campos 2018) cuando las primeras redes sociales (hi5, Myspace, YouTube, Facebook, Twitter y Tuenti entre los años 2003 y 2009), iniciaron, estas sobresalieron de manera excesiva por la forma de transformar la generación y el consumo de contenido audiovisual como videos e imágenes en línea (Nación, 2006) que por el intercambio mismo de contenido personal entre amigos como ocurrió con Facebook y MySpace. . La categorización de los usuarios como "videoteca digital" y no como "red social". Un ejemplo de ello fue en el segundo Estudio de Redes Sociales en Internet de IAB Spain, cuando solo un 3% de los

encuestados reconoció espontáneamente a YouTube como red social; en cambio, cuando se les preguntó si la conocían un 85% respondió de manera afirmativa y un 60% dijo usarla frecuentemente (IAB Spain, 2010).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es de tipo aplicada por que utiliza conocimientos de red social como fuente de información para los medios de comunicación. Se utilizará el método experimental de tipo transeccional descriptivo ya que se recolectarán los datos en un solo momento.

**G: O<sub>1</sub> X O<sub>2</sub>**

**G:(Grupo Experimental)** = Recursos que remiten personas, otros medios de noticias (Piura en la Noticia, Walac, Noticias piura, Comunicatel, Canal piura, Piura tv, ToditoPiura).

**X:(Red Social)** = Es lo que se pretende aplicar a fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021.

**O<sub>1</sub> : (Pre-test)** = Estudio que se desarrolla antes de la implementación de la red social Wireline a través de una ficha de cotejo.

**O<sub>2</sub> : (Post-test)** = Estudio experimental tras implementar la red social Wereline.

### 3.2. Variables y paralización

Operacionalización de la variable: Red social como fuente de información

Tabla 1. Operalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Red social como fuente de información	Las redes se convierten fuente de información cuando se utilizan para difundir contenidos periodísticos elaborados con cualquier tipo de fuente de información, incluidas las que no proceden de redes sociales. Pero también pueden ser consideradas una fuente de información periodística desde el momento en que sus contenidos sirven para elaborar informaciones (Pedriza 2018)	Audiovisuales	Fuente de Video	Nominal / ordinal
			Fuente de Imágenes	
			Fuente de Sonido	
		Impacto Social	Adaptación	
			Mejoramiento	
			Influencia	
		Interactivo	Selectivo	
			Comunicativo	
			Nivel de interactividad	

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### Población

(Kabir 2016) La población es el total de elementos sobre los que se desea información. Se puede clasificar en dos categorías- finito e infinito. Se dice que la población es finita si consta de un número fijo de elementos para que sea posible enumerar en su totalidad.

Para el presente estudio la población de este proyecto estará conformada por usuarios productores y usuarios consumidores cuya edad superen los 18 años previo Consentimiento dentro de la red social los cuales como productor se tomó al canal digital PiuraPlusTv, PiuraEnLaNoticia, Walac, Noticias piura, Comunicatel, Canal piura, Piura tv, ToditoPiura.

Para esta investigación se tendrá en cuenta lo siguiente: Para el estudio de población está conformada para los usuarios productores y consumidores en la ciudad de Piura. Para la obtención de la muestra, se empleó el muestreo estratificado, haciéndose uso de la fórmula infinita.

E (Error muestral): 0.05

P (Proporción de éxito): 0.5

Q (Proporción de fracaso): 0.5

Z (Valor para confianza): 1.96

N (Población de la investigación) = 51

n (tamaño de muestra) =45,13

Redondeando n=45

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

**n** = Tamaño de muestra buscado

**N** = Tamaño de la Población o Universo

**Z** = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

**e** = Erro de estimación máximo aceptado

**p** = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)  
**q** = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Nivel de confianza	Z Alfa
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

### Muestra

(Shukla 2020) La muestra es una parte comprensiva de una población de investigación. Cualquier subconjunto de población, que represente todos los tipos de elementos de la población, es llamado muestra. Muestra se refiere a la pequeña cantidad de algo que da la información sobre el cosa de la que se toma.

La muestra de esta investigación está conformada por 45 usuarios productores y consumidores de la región Piura.

### Muestreo

(Etikan 2017) El muestreo probabilístico se le conoce también como "muestreo aleatorio. muestreo que permite que cada elemento del universo tenga una probabilidad igual de presencia en la muestra. La investigación es de muestreo probabilístico aleatorio – simple, de población finita, ya que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegido para el estudio.

## 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### Técnicas

La técnica que se aplicó para la recopilación de datos fue la encuesta, que consistió en analizar los recursos de información en los medios digitales.

### Instrumento

El instrumento utilizado fue la ficha de cotejo, para el caso se aplicó por cada dimensión de las variables. Cabe precisar que cada uno de ellos contenía ítems que respondían a las dimensiones, que son evaluadas por escalas. La prueba consta de ítems, de los cuales los indicadores son para evaluar los indicadores de cada dimensión.

### 3.5. Procedimiento

se trabajará con los recursos de información lo cual lo evaluaremos a través de un software para determinar sus aspectos técnicos, conocer el tipo de usuario está enviando la fuente, si es fidedigna, original, etc. Para ello también nos ayudaremos del instrumento que es la lista de cotejo.

### 3.6. Método de análisis

Fase I: se seleccionó las variables de audiovisual, social e interactivo que influyen en las fuentes informativas digitales.

Fase II: luego de analizar sus dimensiones, se procedió a evaluar con la encuesta: (5) Totalmente de acuerdo; (4) De acuerdo ;(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo;(2) En desacuerdo y (1) Totalmente en desacuerdo.

Fase III: se procedió al registrar los ítems a la lista de cotejo con el fin de observar el nivel de cumplimiento de las dimensiones. se realizó una ficha de validación del instrumento que avala la validez del instrumento.

#### Confiabilidad

(Aithal y Aithal ,2020)El valor alfa de Cronbach suele oscilar entre 0 y 1 y, en ocasiones, puede ser negativo si algunos elementos se correlacionan negativamente con otros elementos del cuestionario. El valor cero del alfa de Cronbach indica que no hay consistencia interna (es decir, ningún elemento del cuestionario está correlacionado entre sí). El aumento en el valor positivo del alfa de Cronbach por encima de cero indica que los elementos están más fuertemente interrelacionados entre sí. El valor del alfa de Cronbach para un cuestionario es igual a uno indica una consistencia interna perfecta (es decir, todos los ítems del cuestionario están perfectamente correlacionados entre sí). es la varianza total del cuestionario.

Coeficiente alfa  $>.9$  a  $.95$  es excelente

Coeficiente alfa  $>.8$  es bueno

Coeficiente alfa  $>.7$  es aceptable

Coeficiente alfa  $>.6$  es cuestionable

Coeficiente alfa  $>.5$  es pobre -Coeficiente alfa

En esta investigación se hizo una prueba piloto (Test – Pre- test) con la participación voluntaria de 45 usuarios de redes sociales. En la que se obtuvo un coeficiente de 0.93 la cual, se encuentra en un estado excelente.

Tabla 2.Confiabilidad del pre-test.

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ALFA DE CRONBACH</b>
Audiovisual	0.93
Impacto social	
Nivel Interactivo	

Fuente de Elaboración propia.

En esta investigación se hizo una prueba piloto (Test – Pre- test) con la participación voluntaria de 45 usuarios de redes sociales. En la que se obtuvo un coeficiente de 0.86 en la dimensión audiovisual, en la dimensión impacto social se obtuvo un coeficiente de 0.84 y en la dimensión nivel interactivo se obtuvo un coeficiente de 0.82, lo cual las tres dimensiones se encuentran en un estado bueno.

Tabla 3.Confiabilidad del pre-test.

<b>DIMENSION</b>	<b>ALFA DE CRONBACH</b>
Audiovisual	0.86
Impacto social	0.84
Nivel Interactivo	0.82

Fuente de Elaboración propia

En esta investigación se hizo una prueba después de la red social Wireline (Test – Pos- test) con la participación voluntaria de 45 usuarios registrados en la red social Wireline. En la que se obtuvo un coeficiente de 0.90 la cual, se encuentra en un estado excelente.

Tabla 4.Confiabilidad del pos-test

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ALFA DE CRONBACH</b>
Audiovisual	0.90
Impacto social	
Nivel Interactivo	

Fuente de Elaboración propia.

En esta investigación se hizo una prueba después de la red social Wireline (Test – Pos- test) con la participación voluntaria de 45 usuarios de redes sociales. En la dimensión audiovisual se obtuvo un coeficiente de 0.84, lo cual se encuentra en un estado bueno, en la dimensión impacto social se obtuvo un coeficiente de 0.79, lo cual se encuentra en un estado aceptable y en la dimensión nivel interactivo se obtuvo un coeficiente de 0.83, lo cual se encuentran en un estado bueno.

Tabla 5. Confiabilidad del pos-test

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ALFA DE CRONBACH</b>
Audiovisual	0.84
Impacto social	0.79
Nivel Interactivo	0.82

Fuente de Elaboración propia

### **3.7. Aspectos Éticos**

Para este proyecto de investigación se tendrán en cuenta los siguientes aspectos éticos:

Se respeta la idea de los investigadores en sus proyectos realizados referenciando.

Se reserva las fuentes informativas de las productoras que participaran del estudio.

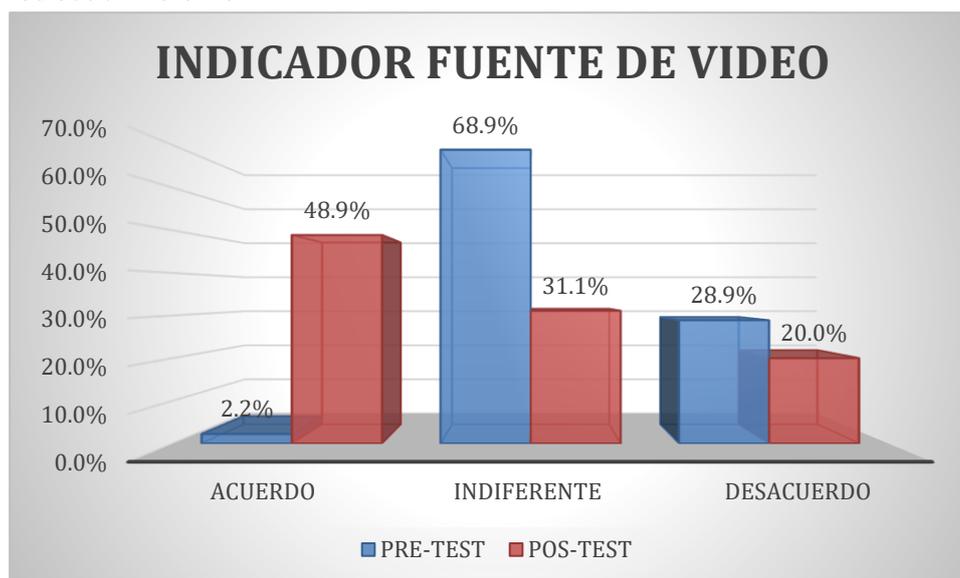
Se publicará la investigación con el permiso de las productoras de la región Piura.

#### IV. RESULTADOS

##### Indicador 1: Fuente de video

Para recolección de la data, se hizo un análisis 45 usuarios las cuales fueron recolectadas en un Pre-Test y en un pos-test que permitió investigar las condiciones al inicio del indicador, después se implementó la red. Los resultados descriptivos de dichas medidas se observan en la figura 1.

Figura 1. Veracidad de fuentes de video antes y después de la implementación de la red social Wereline.



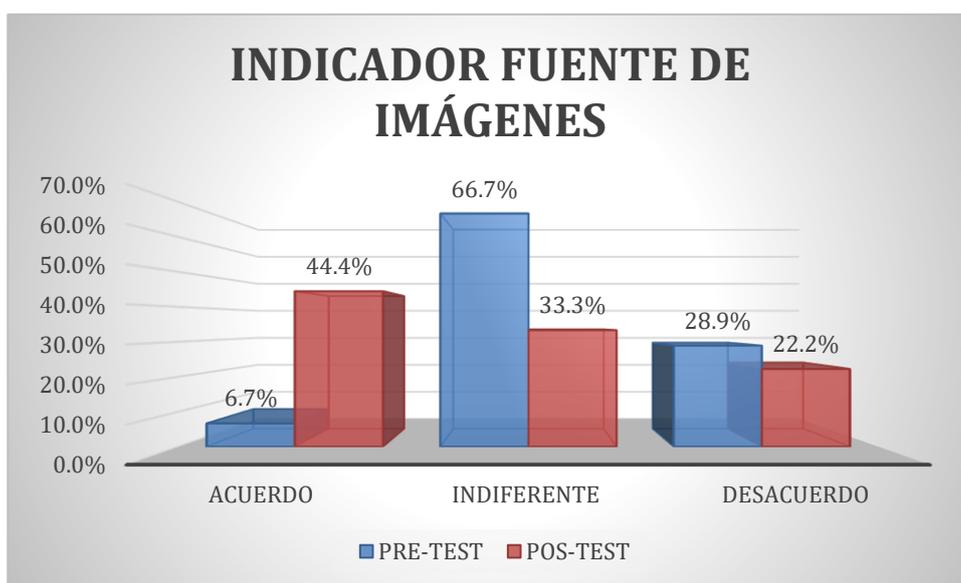
Fuente: Elaboración propia

En la figura 1. se observa de acuerdo al indicador fuente de video, 48.9% de las personas encuestadas están de acuerdo con la publicación de videos que realiza la red social Wereline, mientras que el 31.1% de las personas se encuentran indiferentes y 20.0% de las personas están en desacuerdo, a diferencia del 2.2% están de acuerdo con la publicación de video que realizan las redes sociales comunes, 68.9% se encuentran indiferentes y el 28.9% no está de acuerdo. Esto significa que la red social Wereline publica noticia de videos originales, sintetizadas, organizadas, confiables y que se respeta las credenciales del autor.

## Indicador 2: Fuente de Imágenes

Para recolección de la data, se hizo un análisis 45 usuarios las cuales fueron recolectadas en un Pre-Test y en un pos-test que permitió investigar las condiciones al inicio del indicador, después se implementó la red. Los resultados descriptivos de dichas medidas se observan en la figura 2.

Figura 2. Veracidad de fuentes de imágenes antes y después de la implementación de la red social Wereline.



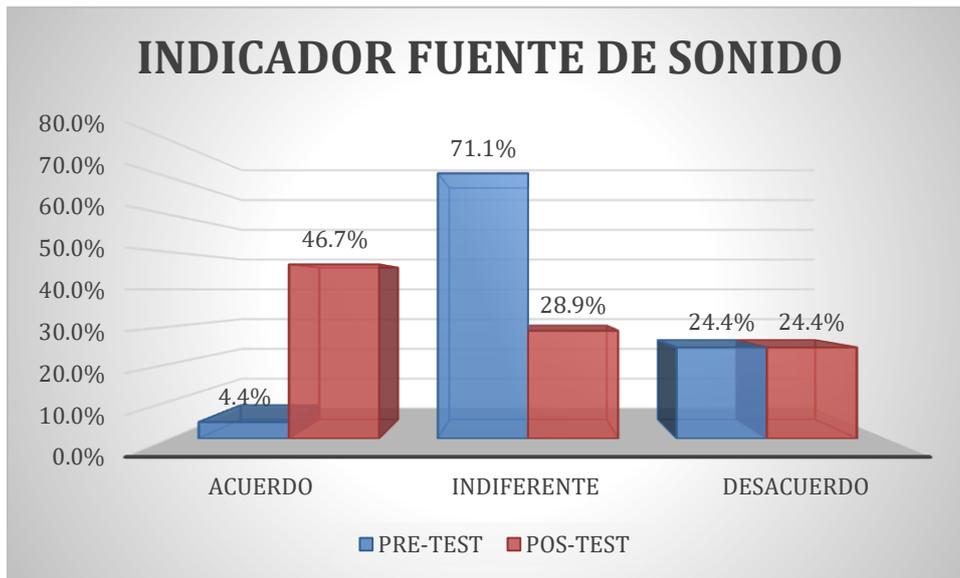
Fuente: Elaboración propia

En la figura 2. se observa de acuerdo al indicador fuente de imagen, 44.4% de las personas encuestadas están de acuerdo con la publicación de imágenes que realiza la red social Wereline, mientras que el 33.3% de las personas se encuentran indiferentes y 22.2% de las personas están en desacuerdo, a diferencia del 6.7% están de acuerdo con la publicación de imágenes que realizan las redes sociales comunes, 67.7% se encuentran indiferentes y el 28.9% no está de acuerdo. Esto significa que la red social Wereline publica noticia de imágenes originales, sintetizadas, organizadas, confiables y que se respeta las credenciales del autor.

### Indicador 3: Fuente de Sonido

Para recolección de la data, se hizo un análisis 45 usuarios las cuales fueron recolectadas en un Pre-Test y en un pos-test que permitió investigar las condiciones al inicio del indicador, después se implementó la red. Los resultados descriptivos de dichas medidas se observan en la figura 3.

Figura 3. Veracidad de fuentes de sonido antes y después de la implementación de la red social Wereline.



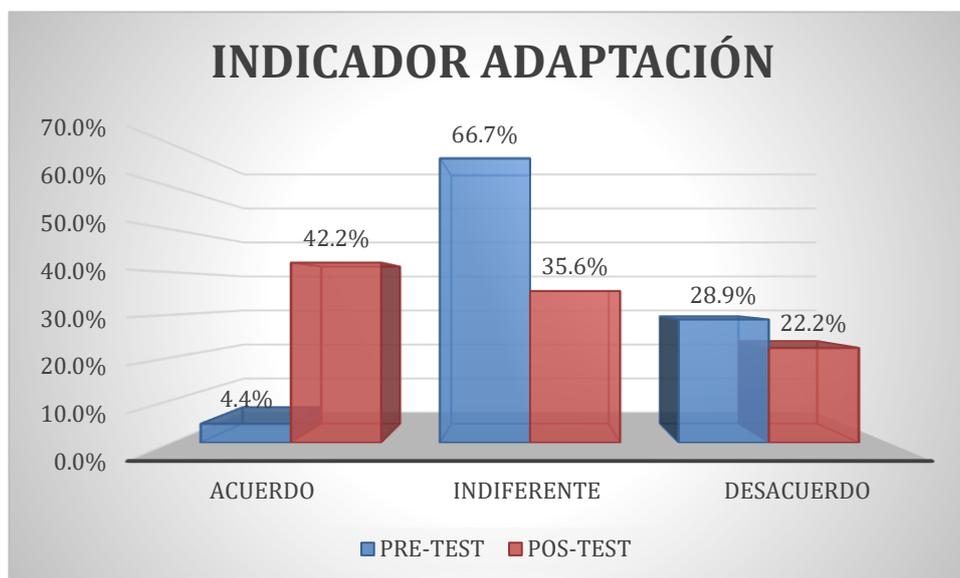
Fuente: Elaboración propia

En la figura 3. se observa de acuerdo al indicador fuente de sonido, 46.7% de las personas encuestadas están de acuerdo con la publicación de audios que realiza la red social Wereline, mientras que el 28.9% de las personas se encuentran indiferentes y 24.4% de las personas están en desacuerdo, a diferencia del 4.4% están de acuerdo con la publicación de audios que realizan las redes sociales comunes, 71.1% se encuentran indiferentes y el 24.4% no está de acuerdo. Esto significa que la red social Wereline publica noticia de sonidos como una noticia original, sintetizada, organizada, confiable, sobre todo tiene un tiempo determinado para entender la noticia y respeta las credenciales del autor.

#### Indicador 4: Adaptación

Para recolección de la data, se hizo un análisis 45 usuarios las cuales fueron recolectadas en un Pre-Test y en un pos-test que permitió investigar las condiciones al inicio del indicador, después se implementó la red. Los resultados descriptivos de dichas medidas se observan en la figura 4.

Figura 4.. Adaptación antes y después de la implementación de la red social Wereline.



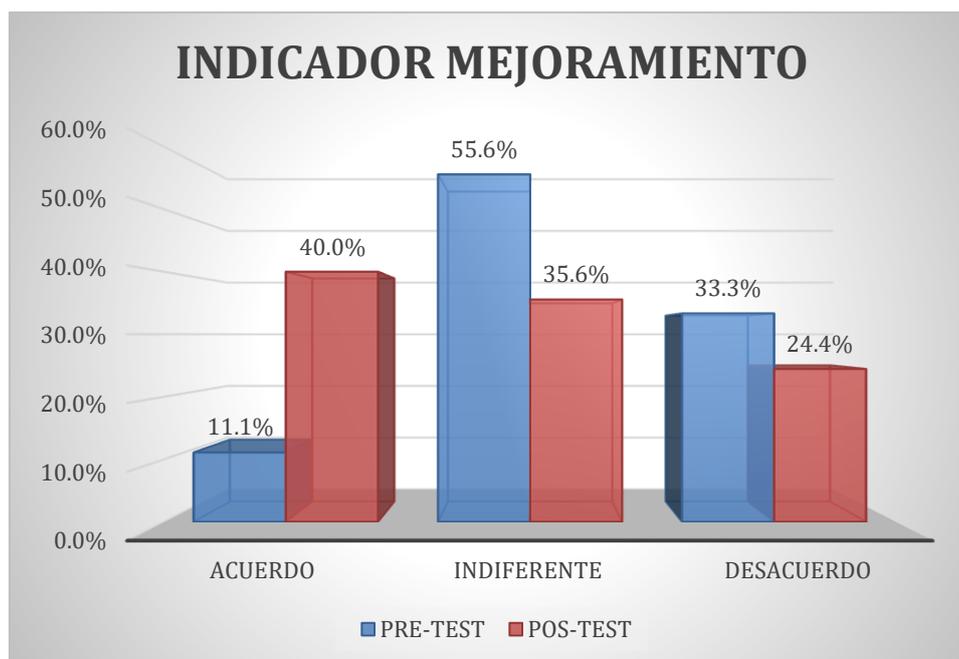
Fuente: Elaboración propia

En la figura 4. se observa de acuerdo al indicador Adaptación, 42.2% de las personas encuestadas están de acuerdo que la red social Wereline, se adapta al usuario mientras que el 35.6% de las personas se encuentran indiferentes y 22.2% de las personas están en desacuerdo, a diferencia del 4.4% están de acuerdo con la adaptación de las redes sociales comunes, 66.7% se encuentran indiferentes y el 28.9% no está de acuerdo. Esto significa que la red social Wereline posee interfaces de calidad, fácil de manejar y se familiariza con el usuario.

### Indicador 5: Mejoramiento

Para recolección de la data, se hizo un análisis 45 usuarios las cuales fueron recolectadas en un Pre-Test y en un pos-test que permitió investigar las condiciones al inicio del indicador, después se implementó la red. Los resultados descriptivos de dichas medidas se observan en la figura 5.

Figura 5. Mejoramiento antes y después de la implementación de la red social Wereline.



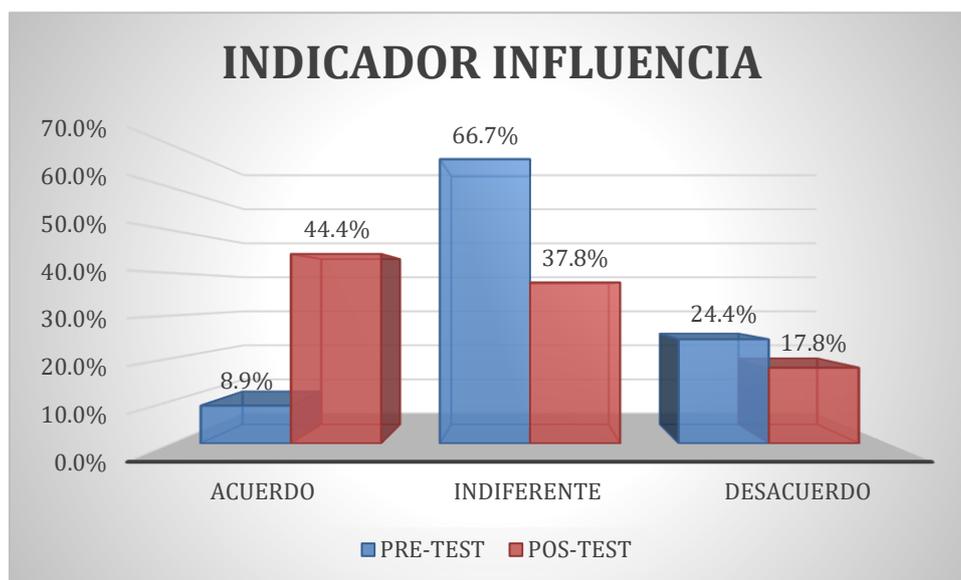
Fuente: Elaboración propia

En la figura 5. se observa de acuerdo al indicador Mejoramiento, 40.0% de las personas encuestadas están de acuerdo con el mejoramiento de la noticia que brinda la red social Wereline, mientras que el 35.6% de las personas se encuentran indiferentes y 24.4% de las personas están en desacuerdo, a diferencia del 11.1% están de acuerdo con el mejoramiento de la noticia que brinda las redes sociales comunes, 55.6% se encuentran indiferentes y el 33.3% no está de acuerdo. Esto significa que la red social Wereline contiene archivos multimedia que no son manipuladas al momento de publicar una noticia.

### Indicador 6: Influencia

Para recolección de la data, se hizo un análisis 45 usuarios las cuales fueron recolectadas en un Pre-Test y en un pos-test que permitió investigar las condiciones al inicio del indicador, después se implementó la red. Los resultados descriptivos de dichas medidas se observan en la figura 6.

Figura 6. Influencia antes y después de la implementación de la red social Wereline.



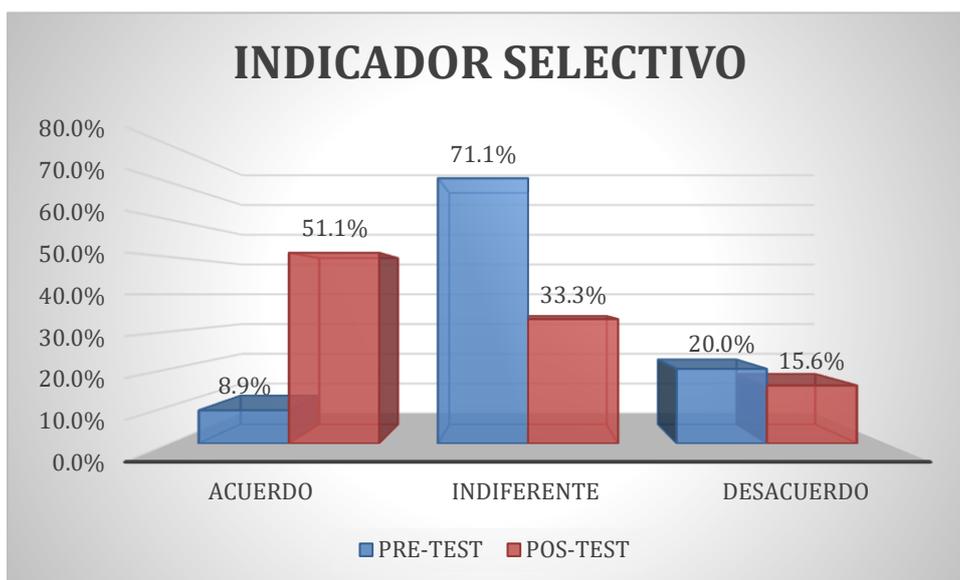
Fuente: Elaboración propia

En la figura 6. se observa de acuerdo al indicador Influencia, 44.4% de las personas encuestadas están de acuerdo con la influencia de la noticia que brinda la red social Wereline, mientras que el 37.8% de las personas se encuentran indiferentes y 17.8% de las personas están en desacuerdo, a diferencia del 8.9% están de acuerdo la influencia de la noticia que brinda las redes sociales comunes, 66.7% se encuentran indiferentes y el 24.4% no está de acuerdo. Esto significa que la red social Wereline publica noticias fidedignas que le sirve como información relevante para el usuario, contribuyendo con el aprendizaje.

### Indicador 7: Selectivo

Para recolección de la data, se hizo un análisis 45 usuarios las cuales fueron recolectadas en un Pre-Test y en un pos-test que permitió investigar las condiciones al inicio del indicador, después se implementó la red. Los resultados descriptivos de dichas medidas se observan en la figura 7.

Figura 7. Selectivo antes y después de la implementación de la red social Wereline.



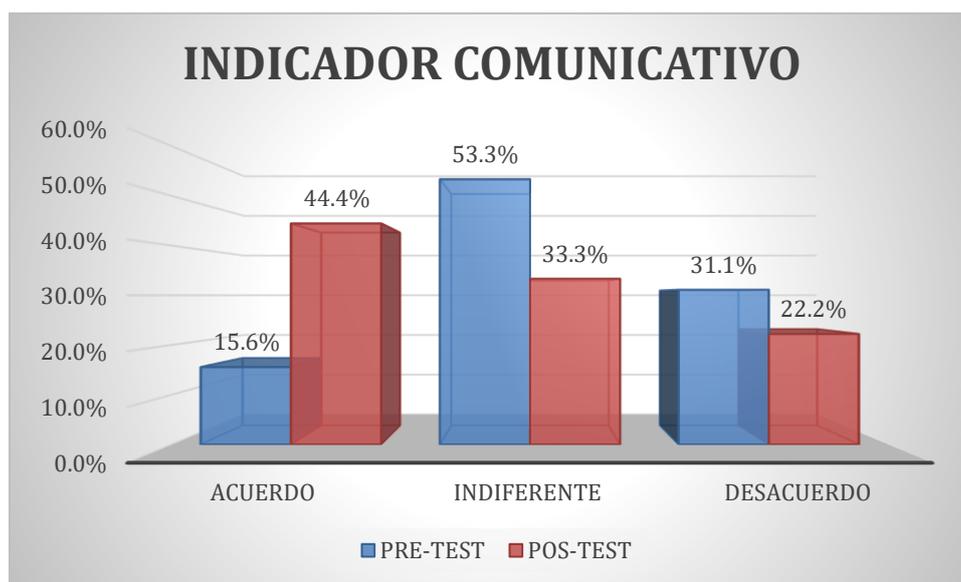
Fuente: Elaboración propia

En la figura 7. se observa de acuerdo al indicador Selectivo, 51.1% de las personas encuestadas están de acuerdo con la selección de información que realiza la red social Wereline, mientras que el 33.3% de las personas se encuentran indiferentes y 15.6% de las personas están en desacuerdo, a diferencia del 8.9% están de acuerdo con la selección de información que realizan las redes sociales comunes, 71.1% se encuentran indiferentes y el 20.0% no está de acuerdo. Esto significa que la red social Wereline tiene una jerarquía a nivel de usuario lo cual le permite a los productores seleccionar la información que contengan bases teóricas.

### Indicador 8: Comunicativo

Para recolección de la data, se hizo un análisis 45 usuarios las cuales fueron recolectadas en un Pre-Test y en un pos-test que permitió investigar las condiciones al inicio del indicador, después se implementó la red. Los resultados descriptivos de dichas medidas se observan en la figura 8.

Figura 8.. Comunicativo antes y después de la implementación de la red social Wereline.



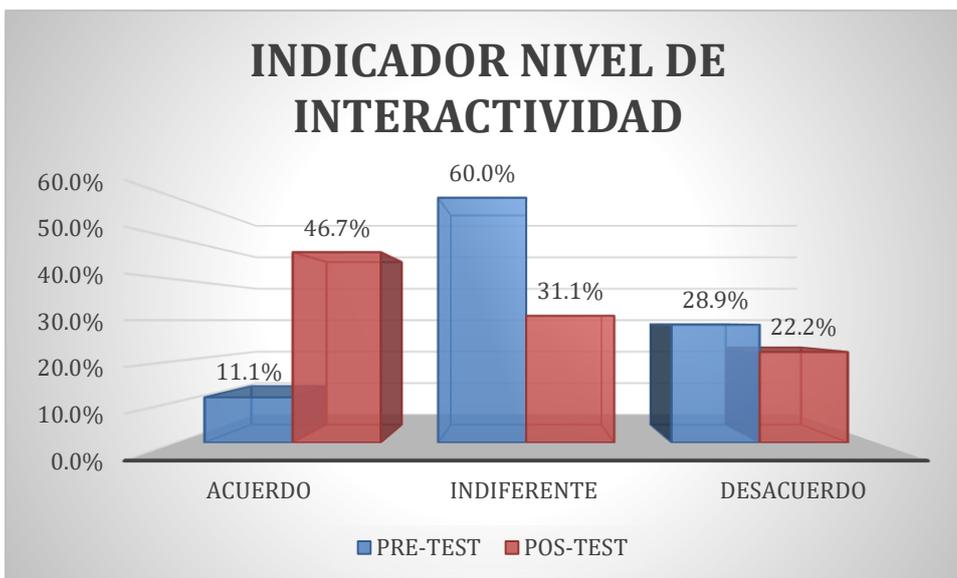
Fuente: Elaboración propia

En la figura 8. se observa de acuerdo al indicador Comunicativo, 44.4% de las personas encuestadas están de acuerdo con la comunicación de usuarios y productores registrados en la red social Wereline, mientras que el 33.3% de las personas se encuentran indiferentes y 22.2% de las personas están en desacuerdo, a diferencia del 15.6% están de acuerdo con la comunicación de usuarios que realizan las redes sociales comunes, 53.3% se encuentran indiferentes y el 31.1% no está de acuerdo. Esto significa que la red social Wereline se publica información, recibe y se chatea en tiempo real con los usuarios registrados.

### Indicador 9: Nivel de Interactividad

Para recolección de la data, se hizo un análisis 45 usuarios las cuales fueron recolectadas en un Pre-Test y en un pos-test que permitió investigar las condiciones al inicio del indicador, después se implementó la red. Los resultados descriptivos de dichas medidas se observan en la figura 9.

Figura 9. Nivel de Interactividad antes y después de la implementación de la red social Wereline.



Fuente: Elaboración propia

En la figura 9. se observa de acuerdo al indicador Nivel de Interactividad, 46.7% de las personas encuestadas están de acuerdo con la interactividad de la noticia a los usuarios y productores registrados en la red social Wereline, mientras que el 31.1% de las personas se encuentran indiferentes y 22.2% de las personas están en desacuerdo, a diferencia del 11.1% interactividad de la noticia a los usuarios que realizan las redes sociales comunes, 53.3% se encuentran indiferentes y el 31.1% no está de acuerdo. Esto significa que la red social Wereline tiene la capacidad para darle al usuario en la selección de información.

## V. DISCUSIÓN

La intención de Analizar la veracidad de la producción audiovisual como fuente de información en las redes sociales se revisó ciertas investigaciones como Becerril nos demuestra que la mayor parte de los encuestados señalan que detecta noticias falsas porque “dicen cosas que no les encajan”, frente a imágenes o videos trucados. Estos resultados ayudaron con la investigación de Analizar la producción audiovisual como fuente de información para la Red social Wereline, productoras y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura, 2021 lo cual demostró en el indicador fuente de video 48.9%, así mismo el indicador fuente de imágenes el 44.4% y finalmente el indicador fuente de sonido el 46.7 de los usuarios encuestadas ven un cambio en la publicación de información audiovisual que realiza la red social Wereline, en tal sentido bajo a lo antes ya analizado se afirma que la red social Wereline llega al mundo de la noticia digital con un propósito de eliminar las noticias fake news ,verificando que sea una noticia fidedigna, confiable y que se respeta los derechos de autor.

Describir el impacto social como fuente de información para una Red social para las productoras y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021, lo cual demostró en el indicador de adaptación que el 42.2% de los usuarios encuestadas están conformes como se adapta la red social Wireline al usuario, así mismo el indicador Mejoramiento 40.0% de los usuarios encuestadas resaltan un mejoramiento de la noticia que brinda la red social Wereline y finalmente el indicador Influencia, 35.6% de las personas encuestadas están conscientes con lo que influye la noticia que brinda la red social Wereline dando como afirmacion que la red social Wereline tiene interfaces de calidad, que le permiten al usuario familiarizarse con la red, donde pueden informarse de noticias verdaderas que no son manipuladas, influenciando que la sociedad comparta noticia fidedigna, confiable y respeta los derechos de autor. Estos resultados son respaldados por Córdova quien en su estudio llega a concluir que las redes sociales los adolescentes se relacionan mucho mejor virtualmente que personalmente y profesores tienen un concepto aceptable de las redes sociales en la influencia del aprendizaje.

Examinar la interactividad como fuente de información para una Red social como fuente de información para la productora y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura, 2021, lo cual demostró el indicador selectivo 51.1% de los usuarios registrados están satisfechos con la selección de información que realiza la red social Wereline, así mismo el indicador comunicativo el 44.4% están conformes con la comunicación que se tiene entre usuarios y productores registrados en la red social Wereline y finalmente el indicador Interactividad 46.7% de los usuarios encuestados están conformes con la retroalimentación de la noticia entre usuarios y productores registrados en la red social Wereline, dando como afirmación que la red social Wereline posee una jerarquía a nivel de usuario: productores y usuarios lo cual hay unos procesos restringidos para el usuario comunicador. El usuario informa en tiempo real a las productoras, las productoras le hacen un fact checking a la información para constatar la veracidad de la noticia. Estos resultados son respaldados por Aquis en su estudio llega a concluir que las interacciones en las redes sociales producen un impacto directo en el consumo de noticias en los portales web en relación con los ciberusuarios que generan una retroalimentación de información generados por los usuarios.

## **VI. CONCLUSIONES**

Según el objetivo general en esta tesis se logró la implementación de la red social Wereline como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura, 2021, lo cual viene dando resultados muy notables en el ámbito de la noticia fidedigna.

Según el objetivo específico 1, en esta tesis se analizó la producción audiovisual como fuente de información para una Red social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura, 2021, mediante una lista de cotejo N°1 que se le aplicó a 45 usuarios productores, después de haber implementado la red social Wereline, lo que afirma que la red social Wereline se incorporó a las noticias digitales eliminando las noticias fake news, validando que cada video, imagen y sonido sea confiable, verdadera y sobre todo que tenga bases teóricas.

Según el objetivo específico 2, en esta tesis se describió el impacto social como fuente de información para una Red social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura, 2021, mediante una lista de cotejo N°2 que se le aplicó a 45 usuarios productores, después de haber implementado la red social Wereline, lo que afirma que la red social Wereline se caracteriza por tener interfaces de calidad, que le ayudan al usuario adaptarse mejor, informarse de noticias verdaderas que no son manipuladas, influenciando a que se comparta información veraz.

Según el objetivo específico 3, en esta tesis se examinó la interactividad como fuente de información para una Red social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura, 2021, mediante una lista de cotejo N°3 que se le aplicó a 45 usuarios productores, después de haber implementado la red social Wereline, tiene permisos por roles: productores y usuarios lo cual los productores tienen acceso a ver toda la información que comparte el usuario comunicador en tiempo real a las productoras le hacen un fact checking a la información para constatar la veracidad de la noticia.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- Automatizar con inteligencia artificial la evaluación de las noticias publicadas revisando en la red coincidencias tanto en las imágenes como en texto.
- Agregar IA en la evaluación de contenido audiovisual que este no posea contenido para adultos (Desnudos) y/o explícitos de personas fallecidas, entre otros, que puedan afectar la susceptibilidad del usuario consumidor.
- Escalabilidad de reacciones en los comentarios de los usuarios usando IA para analizar el impacto de las noticias mostradas en ellos.
- Integrar IA en la redacción de las noticias con el fin de filtrar palabras ofensivas y/o no aptas para todo público.

## REFERENCIAS

ESPINEL RUBIO, G.A., HERNÁNDEZ SUÁREZ, C.A. y PRADA NÚÑEZ, R., 2021. Usos y gratificaciones de las redes sociales en adolescentes de educación secundaria y media: de lo entretenido a lo educativo. *Uses and gratifications of social networks in adolescents of secondary and middle education: from the entertaining to the educational.*, vol. 19, no. 1, pp. 137-156. ISSN 16925858. DOI 10.15665/encuen.v19i01.2552.

LÓPEZ-DE-AYALA, M.-C., VIZCAÍNO-LAORGA, R. y MONTES-VOZMEDIANO, M., 2020. Hábitos y actitudes de los jóvenes ante las redes sociales: influencia del sexo, edad y clase social. *Social network practices and attitudes of young people: the influence of sex, age, and social class.*, vol. 29, no. 6, pp. 1-13. ISSN 13866710. DOI 10.3145/epi.2020.nov.04.

VÁSQUEZ-RIZO, F.E., MURGUEITIO-ECHEVERRI, M. y JIMÉNEZ-TROCHEZ, M.A., 2021. Las redes sociales y su relación con la función del comunicador político. *Social Networks and its Relation with the Function of the Political Communicator.*, vol. 19, no. 38, pp. 69-86. ISSN 16922522. DOI 10.22395/angr.v19n38a4.

PEDRIZA, S.B., 2018. Las Redes Sociales Como Fuente De Información Periodística En La Prensa Digital Española (‘el País’, ‘el Mundo’, ‘la Vanguardia’ Y ‘ABC’)., pp. 30.

ACOSTA, 2017. Creación y estructuración de una red de periodismo ambiental Convenio: Corantioquia y Corporación Universitaria Lasallista. [en línea], 2017. [Consulta: 20 mayo 2021]. Disponible en: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1909-04552017000200061&lang=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-04552017000200061&lang=es).

MUÑOZ GONZÁLEZ, L. de la C. y SOTO GÓMEZ, E., 2020. Mahara como red social y portafolio digital en los nuevos contextos de formación inicial docente. Un estudio de caso. Mahara as a social network and digital portfolio in the new contexts of initial teacher training. A case Study., vol. 20, no. 62, pp. 1-25. ISSN 15787680. DOI 10.6018/red.397021.

SOBRAL, F.A., 2020. INFORMACIÓN FALSA EN LA RED: LA PERSPECTIVA DE UN GRUPO DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE COMUNICACIÓN EN PORTUGAL., pp. 23.

MESA-BETANCUR Y MURCIA, 2019, El Análisis de Redes Sociales –ARS – como recurso metodológico para el estudio formal de redes de políticas públicas, vol. 28, núm. 3, 2019, pp. 109-128, ISSN: 1315-0006.

CAMPOS FREIRE, 2008, Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales, vol. 11, núm. 63, E-ISSN: 1138-5820.

GARCÍA-DE-TORRES, YEZERS'KA, ROST, CALDERÍN, EDO, ROJANO, SAID-HUNG, JERÓNIMO, ARCILA, SERRANO-TELLERÍA, SÁNCHEZ-BADILLO Y CORREDOIRA, 2011, Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos, El profesional de la información, v. 20, n. 6, pp. 611-620.

CAMPOS-FREIRE, RÚAS-ARAÚJO, LÓPEZ-GARCÍA Y MARTÍNEZ-FERNÁNDEZ, 2016, Impacto de las redes sociales en el periodismo”. El profesional de la información, v. 25, n. 3, pp. 449-457.

INFOGRAFÍA: LA AMENAZA DE LAS “FAKE NEWS”. *STATISTA INFOGRAFÍAS* [EN LÍNEA], [2021]. [CONSULTA: 31 MAYO 2021]. DISPONIBLE EN: <https://es.statista.com/grafico/24043/adultos-que-estan-preocupados-por-lo-que-es-cierto-y-lo-que-es-falso-en-el-ambito-de-las-noticias-en-internet/>.

Efecto de la formación en soporte vital básico a través de un video difundido en redes sociales | Elsevier Enhanced Reader. [en línea], 2018. [Consulta: 29 abril 2021]. Disponible en: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1575181318302079?token=4D7640A4E004ED3DD92ECC9782072FC8E123660B3974EC78DF8308DF01F5EEBEB3D73C0C47D7C5F8F305BD01737DE601&originRegion=us-east-1&originCreation=20210429222530>.

ESTRADA-CUZCANO, A., ALFARO-MENDIVES, K. y SAAVEDRA-VÁSQUEZ, V., 2020. Disinformation y Misinformation, Posverdad y Fake News: precisiones conceptuales,

diferencias, similitudes y yuxtaposiciones. Información, cultura y sociedad, no. 42, pp. 93-106. ISSN 1851-1740. DOI 10.34096/ics.i42.7427.

Aplicaciones médicas de las redes sociales. Aspectos específicos de la pandemia de la COVID-19 | Elsevier Enhanced Reader. [en línea], 2020. [Consulta: 27 abril 2021]. Disponible en: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0304541220303115?token=F135016A2DD529A1D48190231B2D37A113127B73985CBAFFA8146D1B26271A5A3DBD1E72A91E574E43EE3EDEC1891B7F&originRegion=us-east-1&originCreation=20210427210752>.

GÓMEZ VILCHIS, R.R., 2017. Medios de comunicación, conocimiento y entendimiento de la opinión pública sobre los sucesos políticos. El caso de México. Revista Mexicana de Opinión Pública, no. 24, pp. 53. ISSN 2448-4911, 1870-7300. DOI 10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61516.

Lopez\_Segura\_Miguel\_Alberto.pdf [en línea], 2020. S.l.: s.n. [Consulta: 1 junio 2021]. Disponible en: [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11787/Lopez\\_Segura\\_Miguel\\_Alberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11787/Lopez_Segura_Miguel_Alberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

COLAN, A.J.S., 2019. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD, HUACHO 2019., pp. 53.

ARIEL, Y. y AVIDAR, R., 2015. Information, Interactivity, and Social Media. *Atlantic Journal of Communication*, vol. 23, pp. 19-30. DOI 10.1080/15456870.2015.972404.

SADIKU, M., OMOTOSO, A. y MUSA, S., 2019. Social Networking. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, vol. Volume-3, pp. 126-128. DOI 10.31142/ijtsrd21657.

LAUFF, C., KOTYS-SCHWARTZ, D. y RENTSCHLER, M., 2017. What is a Prototype?: Emergent Roles of Prototypes From Empirical Work in Three Diverse Companies. . S.l.: s.n., DOI 10.1115/DETC2017-67173.

PETE DEEMER, GABRIELLE BENEFIELD, CRAIG LARMAN, BAS VODDE, , 2009, The Scrum Primer, pp. 3-20

MAHNIC, VILJAN & DRNOVSCEK, SLAVKO, SLOVENIA. 2005. Agile Software Project Management with Scrum.pp. 2-7

GUIÑA VIVIAN LUIS FERNANDO, MACHALA - ECUADOR .2018, Desarrollo De Una Aplicación Web Single Page Utilizando Api Rest Para La Gestión Musical De Sysmusic pp 18-20

JESÚS LÓPEZ DE LERMA GALÁN, ESPAÑA 2018, EL DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN VERAZ EN EL SISTEMA CONSTITUCIONAL. EL EJERCICIO PROFESIONAL DEL PERIODISMO COMO GARANTÍA DEMOCRÁTICA, no. 1, pp. 3-26. ISSN 0423-4847, ISSN-e 2386-9062. DOI 10.18543/ed-66(2)-2018pp435-459.

GÓMEZ VILCHIS, R.R., 2017. Medios de comunicación, conocimiento y entendimiento de la opinión pública sobre los sucesos políticos. El caso de México. Revista Mexicana de Opinión Pública, no. 24, pp. 53. ISSN 2448-4911, 1870-7300. DOI 10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61516.

ALEXIS APABLAZA-CAMPOS, 2018, Social media live streaming and its impact on the news media:the case of YouTube Hipertext.net, (17), pp, 118-128. DOI:10.31009/hipertext.net.2018.i17.11

SHUKLA, S., 2020. CONCEPT OF POPULATION AND SAMPLE. . S.l.: s.n.

ETIKAN, I., 2017. Sampling and Sampling Methods. Biometrics & Biostatistics International Journal [en línea], vol. 5, no. 6. [Consulta: 14 julio 2021]. ISSN 2378315X. DOI 10.15406/bbij.2017.05.00149. Disponible en: <https://medcraveonline.com/BBIJ/sampling-and-sampling-methods.html>.

AITHAL, A. y AITHAL, P.S., 2020. Development and Validation of Survey Questionnaire & Experimental Data – A Systematical Review-based Statistical Approach. , pp. 19.

ÁLVAREZ-MON, M.A., RODRÍGUEZ-QUIROGA, A., DE ANTA, L. y QUINTERO, J., 2020. Aplicaciones médicas de las redes sociales. Aspectos específicos de la pandemia de la COVID-19. *Medicine - Programa de Formación Médica Continuada Acreditado*, vol. 13, no. 23, pp. 1305-1310. ISSN 0304-5412. DOI 10.1016/j.med.2020.12.012.

BECERRIL, S., FERNÁNDEZ, A., RESANO, H., HUESA, J.M.G., RUIZ, B., MORODO, J.J., VILLAFANE, J., SIERRA, F., GUERRA, C.F. y YAGÜE, R., [sin fecha]. 6. COMENTARIOS NO TABULABLES. Pg. 35. , pp. 44.

CÓRDOVA, B., [sin fecha]. DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE GRADO. , pp. 139.

AQUISE, B.P.C.,2018. TESIS PRESENTADO POR: , pp. 149.

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PREGUNTA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	PREGUNTAS ESPECÍFICAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Prototipo de una red social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura, 2021.	¿Cómo prototipar una red social como fuente de información para medios de comunicación (productora JSL producciones) en el ámbito de la región Piura?	Prototipar una Red social como fuente de información para medios de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cómo analizar la producción audiovisual como fuente de información para medios de comunicación?</li> <li>- ¿Cómo describir la comunicación social como fuente de información para medios de comunicación?</li> <li>- ¿Cómo examinar la interactividad como fuente de información para medios de comunicación?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar la producción audiovisual como fuente de información para medios de comunicación.</li> <li>- Describir la comunicación social como fuente de información para medios de comunicación.</li> <li>- Examinar la interactividad como fuente de información para medios de comunicación.</li> </ul>	Red social como fuente de información	Las redes se convierten fuente de información cuando se utilizan para difundir contenidos periodísticos elaborados con cualquier tipo de fuente de información, incluidas las que no proceden de redes sociales. Pero también pueden ser consideradas una fuente de información periodística desde el momento en que sus contenidos sirven para elaborar informaciones (Pedriza 2018).	Audiovisuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Fuente de video</li> <li>-Fuente de imágenes</li> <li>-Fuente de sonido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Escala/discreta</li> <li>- Escala/discreta</li> <li>-Escala/discreta</li> </ul>
							Impacto Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Adaptación</li> <li>-Mejoramiento</li> <li>-Influencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Continua/razón</li> <li>- Escala/discreta</li> <li>- Continua/razón</li> </ul>
							Interactivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Selectivo</li> <li>-Comunicativo</li> <li>-Nivel de Interactividad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Continua/razón</li> <li>- Continua/razón</li> <li>-Escala/discreta</li> </ul>

## ANEXO 2: INSTRUMENTOS – LISTA DE COTEJO

Totalmente de acuerdo= 5

De acuerdo =4

Ni de acuerdo ni en desacuerdo= 3

En desacuerdo= 2

Totalmente en desacuerdo= 1

Lista de cotejo pre-test							
Investigadores		Temoche Imán Jairo Alexis Sullon Aguirre Felix Fernando	Tipo de prueba		DESCRIPTIVO		
Institución		Universidad Privada César Vallejo					
Dimensión de estudio		Audiovisual	Fecha				
N°	INDICADORES A EVALUAR	Ítems	1	2	3	4	5
1.	FUENTE DE VIDEO	Las redes social contienen información original, sintetizada y reorganizada.					
		Es confiable la fuente de video en la construcción de la noticia					
		Se reconoce las credenciales del autor					
2.	FUENTE DE IMAGENES	Identifica la fuente de la imagen como fuente primaria					
		Identifica la fuente de la imagen como fuente secundaria					
		Es confiable la fuente de imagen en la construcción de la noticia					
		Se reconoce Las credenciales del autor					
3.	FUENTE DE SONIDO	Identifica la fuente del sonido como fuente primaria					
		Identifica la fuente de sonido como fuente secundaria					
		Es confiable la fuente de sonido en la construcción de la noticia					
		Se reconoce Las credenciales del autor					
		Obtención de un tiempo preciso					

Lista de cotejo pre-test									
Investigadores		Temoche Imán Jairo Alexis Sullon Aguirre Felix Fernando			Tipo de prueba		DESCRIPTIVO		
Institución		Universidad Privada César Vallejo							
Dimensión de estudio		Impacto Social			Fecha				
N°	INDICADORES A EVALUAR	Ítems			1	2	3	4	5
1.	ADAPTACIÓN	Las redes sociales contienen interfaces de calidad							
		Los archivos multimedia son originales y de buena calidad							
		Interfaces son entendibles y fácil de manejar							
2.	MEJORAMIENTO	Reconocen fuentes originales							
		Clasifica por categoría de información							
3.	INFLUENCIA	Contribuye aprendizaje							
		Contenido sirve como información para el usuario							
		Contenido en tiempo real							
		Profundidad de la información							

Lista de cotejo									
Investigadores		Temoche Imán Jairo Alexis Sullon Aguirre Felix Fernando			Tipo de prueba		DESCRIPTIVO		
Institución		Universidad Privada César Vallejo							
Dimensión de estudio		Interactivo			Fecha				
N°	INDICADORES A EVALUAR	Ítems			1	2	3	4	5
1.	SELECTIVO	Las redes sociales aceptan contenido real con bases teóricas.							
		Contienen una jerarquía							
		Poseen fuentes primarias y secundarias							
2.	COMUNICATIVO	Intercambio de opiniones							
		Interfaces se adecuan al usuario							
3.	NIVEL DE INTERACTIVIDAD	Información recepcionada contiene gráficos sonidos							
		Control de la información							
		Información en tiempo real							

**Lista de cotejo pos-test**

Investigadores		Temoche Imán Jairo Alexis Sullon Aguirre Felix Fernando	Tipo de prueba		DESCRIPTIVO				
Institución		Universidad Privada César Vallejo							
Dimensión de estudio		Audiovisual	Fecha						
N°	INDICADORES A EVALUAR	Ítems			1	2	3	4	5
1.	FUENTE DE VIDEO	La red social Wereline contiene información original, sintetizada y reorganizada.							
		En la red social Wereline las fuente de video es confiable en la construcción de la noticia.							
		La red social Wireline reconoce las credenciales del autor.							
2.	FUENTE DE IMAGENES	La red social Wereline Identifica la fuente de la imagen como fuente primaria.							
		La red social Wereline Identifica la fuente de la imagen como fuente secundaria							
		En la red social Wereline la fuente de imagen es confiable en la construcción de la noticia.							
		En la red social Wereline se reconoce Las credenciales del autor.							
3.	FUENTE DE SONIDO	En la red social Wereline Identifica la fuente del sonido como fuente primaria.							
		En la red social Wereline Identifica la fuente de sonido como fuente secundaria.							
		En la red social Wereline la fuente de sonido es confiable en la construcción de la noticia.							
		En la red social Wereline las fuentes de sonido alcanza un tiempo preciso para entender la noticia.							
		En la red social Wereline reconoce Las credenciales del autor.							

Lista de cotejo pos-test							
Investigadores		Temoche Imán Jairo Alexis Sullon Aguirre Felix Fernando	Tipo de prueba	DESCRIPTIVO			
Institución		Universidad Privada César Vallejo					
Dimensión de estudio		Impacto Social	Fecha				
N°	INDICADORES A EVALUAR	Ítems	1	2	3	4	5
1.	ADAPTACIÓN	En la red social Wereline contiene interfaces de calidad .					
		Se le hace fácil el manejo de la red social wilreline.					
		Se ha familiarizado con la red social werline.					
2.	MEJORAMIENTO	En la red social Wereline los archivos multimedia son originales y no manipuladas.					
		Wereline tiene diferencias muy notables al momento de publicar una noticia que las demás redes sociales.					
3.	INFLUENCIA	En la red social Wereline contribuye al aprendizaje					
		Contenido de la en la red social Wereline sirve como información para el usuario					
		El contenido en la red social Wereline es en tiempo real					
		En la red social Wereline la información es profundizada					

Lista de cotejo pos-test							
Investigadores		Temoche Imán Jairo Alexis Sullon Aguirre Felix Fernando	Tipo de prueba	DESCRIPTIVO			
Institución		Universidad Privada César Vallejo					
Dimensión de estudio		Interactivo	Fecha				
N°	INDICADORES A EVALUAR	Ítems	1	2	3	4	5
1.	SELECTIVO	En la red social Wereline acepta contenido real con bases teóricas.					
		En la red social Wereline contienen una jerarquía					
		La red social wereline cumple con la selectividad al momento de publicar la información.					
2.	COMUNICATIVO	En la red social Wereline intercambia opiniones con los usuarios					
		Wereline se ha convertido en la red social donde puedes compartir información en tiempo real					
3.	NIVEL DE INTERACTIVIDAD	En la red social Wereline la Información recepcionada contiene información que se relaciona al usuario					
		En la red social Wereline se controla la información de los fake news					
		En la red social Wereline la Información creativa a la hora de publicar los archivos multimedia.					

## ANEXO 4: VALIDEZ DE JUICIO DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSION 1:</b> Audiovisuales							
<b>1</b>	<b>INDICADORES:</b> 1. Fuente de video 2. Fuente de imágenes 3. Fuente de sonidos							
<b>a</b>	Es formulado con lenguaje apropiado.	X		X		X		
<b>b</b>	Es adecuado el avance, la ciencia y tecnología.	X		X		X		
<b>c</b>	Existe una organización lógica.	X		X		X		
<b>d</b>	Adecuado para valorar los aspectos del sistema metodológico y científico.	X		X		X		
<b>e</b>	Está basado en aspectos teóricos y científicos.	X		X		X		
<b>f</b>	En los datos respecto al indicador.	X		X		X		
<b>g</b>	Responde al propósito de investigación.	X		X		X		
<b>h</b>	El instrumento es adecuado al tipo de investigación.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [x]**                      **Aplicable después de corregir [ ]**                      **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador.    **Winner Agurto Marchán**

DNI: 40673760

Especialidad del validador: **Ingeniería de datos**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Piura, 18 de Julio del 2021

Mg. Ing. Winner Agurto Marchán  
DNI: 40673760

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSION 2:</b> Social							
<b>1</b>	<b>INDICADORES:</b> 1. Adaptación 2. Mejoramiento 3. Influencia							
<b>a</b>	Es formulado con lenguaje apropiado.	X		X		X		
<b>b</b>	Es adecuado el avance, la ciencia y tecnología.	X		X		X		
<b>c</b>	Existe una organización lógica.	X		X		X		
<b>d</b>	Adecuado para valorar los aspectos del sistema metodológico y científico.	X		X		X		
<b>e</b>	Está basado en aspectos teóricos y científicos.	X		X		X		
<b>f</b>	En los datos respecto al indicador.	X		X		X		
<b>g</b>	Responde al propósito de investigación.	X		X		X		
<b>h</b>	El instrumento es adecuado al tipo de investigación.	X		X		X		

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** \_\_\_\_\_

**Opinión de aplicabilidad:**    **Aplicable [x]**                    **Aplicable después de corregir [ ]**                    **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador:** Winner Agurto Marchán

**DNI:** 40673760

**Especialidad del validador:** Ingeniería de datos

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

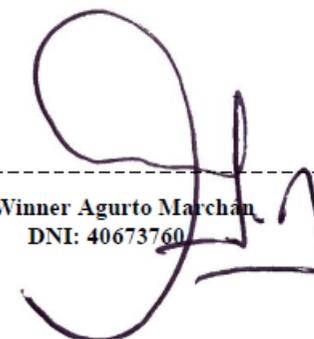
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Piura, 18 de Julio del 2021

-----  
Mg. Ing. Winner Agurto Marchán  
DNI: 40673760





**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSION 2:</b> Interactivo							
<b>1</b>	<b>INDICADORES:</b> 1. Selectivo 2. Comunicativo 3. Nivel de interactividad							
<b>a</b>	Es formulado con lenguaje apropiado.	X		X		X		
<b>b</b>	Es adecuado el avance, la ciencia y tecnología.	X		X		X		
<b>c</b>	Existe una organización lógica.	X		X		X		
<b>d</b>	Adecuado para valorar los aspectos del sistema metodológico y científico.	X		X		X		
<b>e</b>	Está basado en aspectos teóricos y científicos.	X		X		X		
<b>f</b>	En los datos respecto al indicador.	X		X		X		
<b>g</b>	Responde al propósito de investigación.	X		X		X		
<b>h</b>	El instrumento es adecuado al tipo de investigación.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [x]**                      **Aplicable después de corregir [ ]**                      **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador.    **Winner Agurto Marchán**

DNI: 40673760

Especialidad del validador: **Ingeniería de datos**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Piura, 18 de Julio del 2021

-----  
Mg. Ing. Winner Agurto Marchán  
DNI: 40673760

**TABLA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE EXPERTOS: Audiovisual**

**I. DATOS GENERALES**

Apellidos y Nombres del Experto: **AGURTO MARCHAN WINNER**  
 Título y/o Grado Académico: **Ingeniero De sistemas Mg.**

Doctor ( )    Magister ( x )    Ingeniero ( )    Licenciado ( )    Otro ( ).....

Universidad que labora: **UCV**  
 Fecha : **18/07/2021**

**TESIS : Prototipo de una red social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021.**

**Autores: Temoche Iman, Jairo A lexis y Sullon Aguirre, Felix Fernando.**

**Deficiente (0-20%)    Regular (21-50%)    Bueno (51-70%)    Muy Bueno (71-80%)    Excelente (81-100%)**

Mediante la evaluación de expertos usted tiene la facultad de calificar la tabla de validación del instrumento involucrado mediante una serie de indicadores con puntuaciones especificadas en la tabla, con la valoración de 0% - 100%. Asimismo, se exhorta a las sugerencias de cambio de ítems que crea pertinente, con la finalidad de mejorar la coherencia de los indicadores para su valoración.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADOR	CRITERIO	VALORACIÓN				
		0-20%	21-50%	51-70%	71-80%	81-100%
CLARIDAD	Es formulado con lenguaje apropiado.				75%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conducta observable.				75%	
ACTUALIDAD	Es adecuado el avance, la ciencia y tecnología.				75%	
ORGANIZACION	Existe una organización lógica.				75%	
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.				75%	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos del sistema metodológico y científico.				75%	
CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos.				75%	
COHERENCIA	En los datos respecto al indicador.				75%	
METODOLOGIA	Responde al propósito de investigación.				75%	
PERTENENCIA	El instrumento es adecuado al tipo de investigación.				75%	
<b>TOTAL PROMEDIO</b>					75%	

**III. PROMEDIO DE VALIDACIÓN**

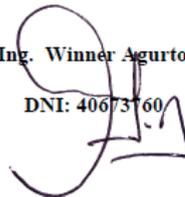
75%

**IV. OPCIÓN DE APLICABILIDAD**

- ( X ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado El instrumento debe ser mejorado antes de ser  
 ( ) aplicado

**Mg. Ing. Winner Agurto Marchán**

**DNI: 40673160**



**TABLA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE EXPERTOS: Social**

**V. DATOS GENERALES**

Apellidos y Nombres del Experto:  
Título y/o Grado Académico:

**AGURTO MARCHAN WINNER**  
**Ingeniero De sistemas Mg.**

Doctor ( )    Magister ( x )    Ingeniero ( )    Licenciado ( )    Otro ( ).....

Universidad que labora:  
Fecha :

UCV  
18/07/2021

**TESIS : Prototipo de una red social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021.**

**Autores: Temoche Iman, Jairo A lexis y Sullon Aguirre, Felix Fernando.**

**Deficiente (0-20%)    Regular (21-50%)    Bueno (51-70%)    Muy Bueno (71-80%)    Excelente (81-100%)**

Mediante la evaluación de expertos usted tiene la facultad de calificar la tabla de validación del instrumento involucrado mediante una serie de indicadores con puntuaciones especificadas en la tabla, con la valoración de 0% - 100%. Asimismo, se exhorta a las sugerencias de cambio de ítems que crea pertinente, con la finalidad de mejorar la coherencia de los indicadores para su valoración.

**VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADOR	CRITERIO	VALORACIÓN				
		0-20%	21-50%	51-70%	71-80%	81-100%
CLARIDAD	Es formulado con lenguaje apropiado.				75%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conducta observable.				75%	
ACTUALIDAD	Es adecuado el avance, la ciencia y tecnología.				75%	
ORGANIZACION	Existe una organización lógica.				75%	
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.				75%	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos del sistema metodológico y científico.				75%	
CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos.				75%	
COHERENCIA	En los datos respecto al indicador.				75%	
METODOLOGIA	Responde al propósito de investigación.				75%	
PERTENENCIA	El instrumento es adecuado al tipo de investigación.				75%	
<b>TOTAL PROMEDIO</b>					75%	

**VII. PROMEDIO DE VALIDACIÓN**

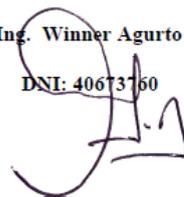
75%

**VIII. OPCIÓN DE APLICABILIDAD**

- ( X ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado El instrumento debe ser mejorado antes de ser  
( ) aplicado

Mg. Ing. Winner Agurto Marchán

DNI: 40673760



**TABLA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE EXPERTOS: Interactivo**

**IX. DATOS GENERALES**

Apellidos y Nombres del Experto: **AGURTO MARCHÁN WINNER**  
 Título y/o Grado Académico: **Ingeniero De sistemas Mg.**

Doctor ( )    Magister ( x )    Ingeniero ( )    Licenciado ( )    Otro ( ).....

Universidad que labora: **ucv**  
 Fecha : **18/07/2021**

**TESIS : Prototipo de una red social como fuente de información para la productora JSL producciones y medios asociados de comunicación en el ámbito de la región Piura,2021.**

**Autores: Temoche Iman, Jairo A Ilexis y Sullon Aguirre, Felix Fernando.**

**Deficiente (0-20%)    Regular (21-50%)    Bueno (51-70%)    Muy Bueno (71-80%)    Excelente (81-100%)**

Mediante la evaluación de expertos usted tiene la facultad de calificar la tabla de validación del instrumento involucrado mediante una serie de indicadores con puntuaciones especificadas en la tabla, con la valoración de 0% - 100%. Asimismo, se exhorta a las sugerencias de cambio de ítems que crea pertinente, con la finalidad de mejorar la coherencia de los indicadores para su valoración.

**X. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADOR	CRITERIO	VALORACIÓN				
		0-20%	21-50%	51-70%	71-80%	81-100%
CLARIDAD	Es formulado con lenguaje apropiado.				75%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conducta observable.				75%	
ACTUALIDAD	Es adecuado el avance, la ciencia y tecnología.				75%	
ORGANIZACION	Existe una organización lógica.				75%	
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.				75%	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos del sistema metodológico y científico.				75%	
CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos.				75%	
COHERENCIA	En los datos respecto al indicador.				75%	
METODOLOGIA	Responde al propósito de investigación.				75%	
PERTENENCIA	El instrumento es adecuado al tipo de investigación.				75%	
<b>TOTAL PROMEDIO</b>					75%	

**XI. PROMEDIO DE VALIDACIÓN**

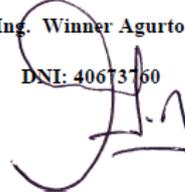
75%

**XII. OPCIÓN DE APLICABILIDAD**

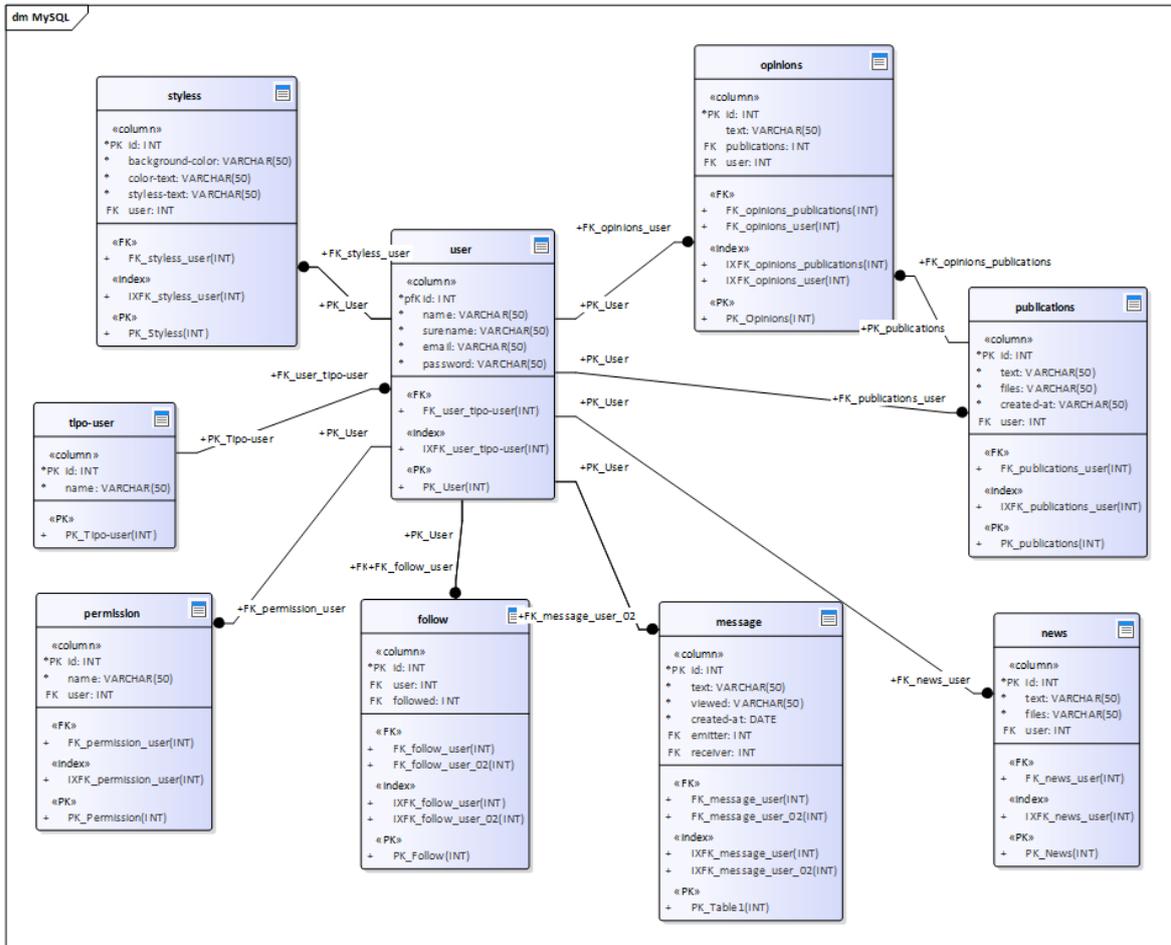
- ( X ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado El instrumento debe ser mejorado antes de ser  
 ( ) aplicado

**Mg. Ing. Winner Agurto Marchán**

**DNI: 40673760**



## ANEXO 5: DISEÑO DE BASE DE DATOS



## ANEXO 5: HISTORIAS DE USUARIO

### Historias de usuario

Ingreso de usuario (usuario, productor, admin)

Historia de Usuario		
ID	HU01	Usuario, Productor, Admin
Nombre:	Ingreso al sistema	
Prioridad	Alto	
Riesgo	Medio	
Programador:	Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán	
Descripción:	El usuario ingresara con un correo y contraseña y tendrá acceso total del sistema	

## Registrar usuarios (Usuario, Portal)

Historia de Usuario		
ID	HU02	Usuario
Nombre: Registrar usuarios		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El usuario insertara datos del usuario y les bloqueara algunos privilegios.		

## Autorización Portales de Noticias (Admin)

Historia de Usuario		
ID	HU03	Admin
Nombre: Permisos Productor		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El admin proporciona un formulario de datos que el postulante debe llenar para una futura aprobación		

## Crear Logro (Usuario, Productores)

Historia de Usuario		
ID	HU04	Usuario, Productores
Nombre: Creación de Publicaciones		
Prioridad	Medio	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El Usuario crea un nuevo contenido textual acorde a lo está pensando sobre un determinado tema		

## Visualizar Logros (Usuario, Productores)

Historia de Usuario		
ID	HU05	Usuario, Productores
Nombre: Listar Publicaciones (Seguidos)		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El usuario puede visualizar las publicaciones de los usuarios que sigue		

### Eliminar Logros (Usuario, Productor)

Historia de Usuario		
ID	HU06	Usuario, Productor
Nombre: Eliminar Publicaciones		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El usuario puede eliminar las publicaciones creadas por el mismo		

### Seguir Usuarios (Usuario)

Historia de Usuario		
ID	HU07	Usuario
Nombre: Seguir Usuarios		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El usuario puede darle en seguir a otro usuario y poder visualizar sus datos y publicaciones		

### Enviar y recibir mensajes entre Usuarios seguidos (Usuario)

Historia de Usuario		
ID	HU08	Usuario
<b>Nombre: Enviar mensajes entre Usuarios seguidos</b>		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El usuario puede enviar y recibir mensajes internos del usuario seguido		

### Visualizar noticias (Usuario, Productor, Admin)

Historia de Usuario		
ID	HU09	Usuario, Productor, Admin
Nombre: visualizar noticias		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El usuario / productor / admin puede visualizar las noticias publicadas		

### Borrador de noticias (Usuario, Productor, Admin)

Historia de Usuario		
ID	HU10	Usuario, Productor, Admin
Nombre: borrador noticias (Seguidos)		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El productor puede visualizar las noticias redactadas por los editores		

### Crear Noticias (Productor)

Historia de Usuario		
ID	HU11	Productor
Nombre: Crear Noticias		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El productor puede publicar las noticias creadas por los editores		

### Redactar Noticias (Editor)

Historia de Usuario		
ID	HU12	Editor
Nombre: Redactar Noticias		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El editor puede redactar alguna noticia, no puede publicar ni para el publico en general, ni en la sección de Red interna		

### Eliminar Noticias Publicadas (Productor, Admin)

Historia de Usuario		
ID	HU13	Productor, Admin
Nombre: Eliminar Noticias		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El productor puede eliminar las noticias creadas por el mismo		

### Eliminar Noticias Borrador (Productor, Editor)

Historia de Usuario		
ID	HU14	Productor, Editor
Nombre: Eliminar Noticias		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Iman		
Descripción: El productor puede eliminar las noticias creadas por el mismo		

### Visualizar noticias (Red Interna) (Productor, Admin)

Historia de Usuario		
ID	HU15	Productor, Admin
Nombre: visualizar noticias Red Interna		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El usuario / productor puede visualizar las noticias publicadas en la red interna, unas sección específica para los medios de comunicación		

### Publicar Noticias (Red Interna) (Productor)

Historia de Usuario		
ID	HU16	Productor
Nombre: Crear Noticias		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El productor puede publicar en la sección de red interna las noticias creadas por los editores		

### Eliminar Noticias (Red Interna) (Productor, Admin)

Historia de Usuario		
ID	HU17	Productor, Admin
Nombre: Eliminar Noticias		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El productor puede eliminar las noticias creadas en red interna por el mismo o el editor		

## Visualizar noticias (Propias) (Productor)

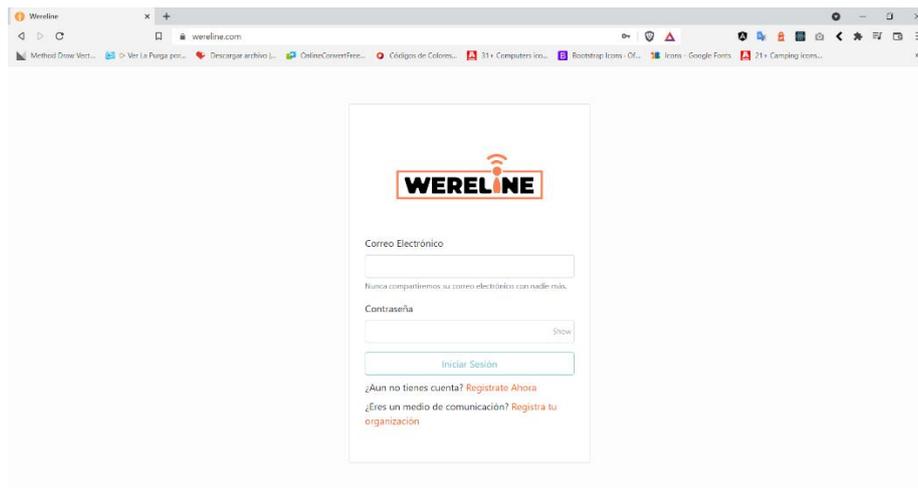
Historia de Usuario		
ID	HU18	Usuario
Nombre: Listar Noticias (Propias)		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix, Jairo A. Temoche Imán		
Descripción: El productor puede visualizar las noticias creadas por el mismo		

## Gestionar Usuarios (Admin)

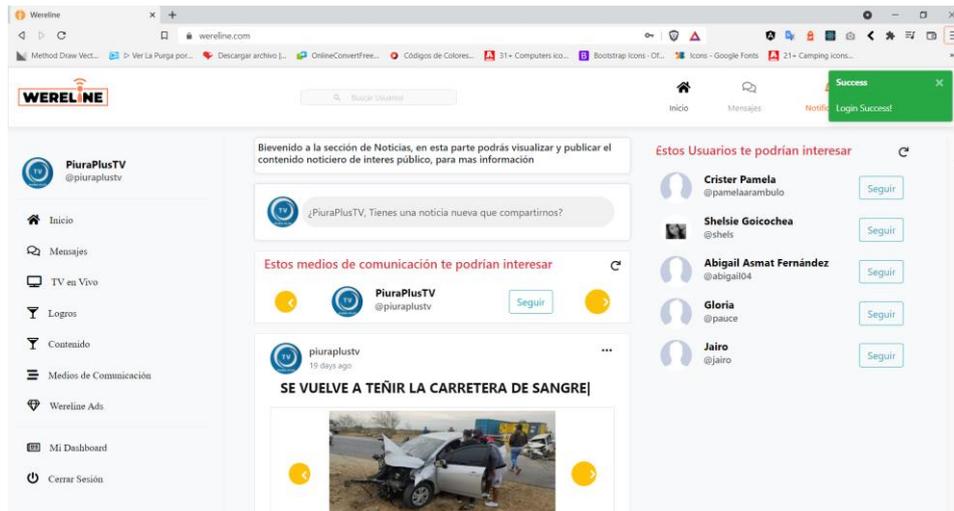
Historia de Usuario		
ID	HU19	Admin
Nombre: Gestionar Usuarios		
Prioridad	Alto	
Riesgo	<b>Medio</b>	
Programador: Sullon Aguirre Félix		
Descripción: El administrador puede visualizar todos los usuarios registrados		

## Acceso al Sistema

El usuario / productor o admin ingresara su correo y contraseña. El sistema validara si los datos ingresados son correctos o incorrectos.



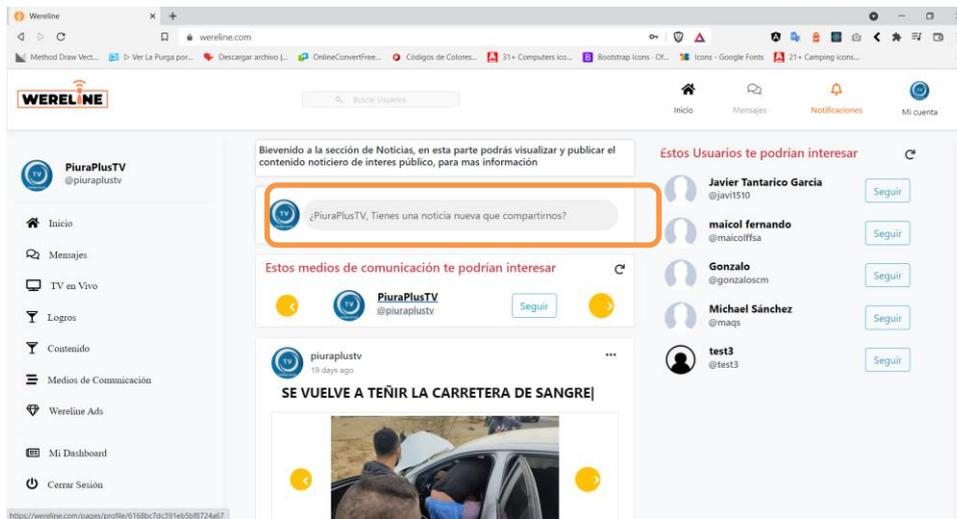
Al validar que el usuario y contraseña son correctos muestra un mensaje de Bienvenida y nos direcciona a la interface de inicio.



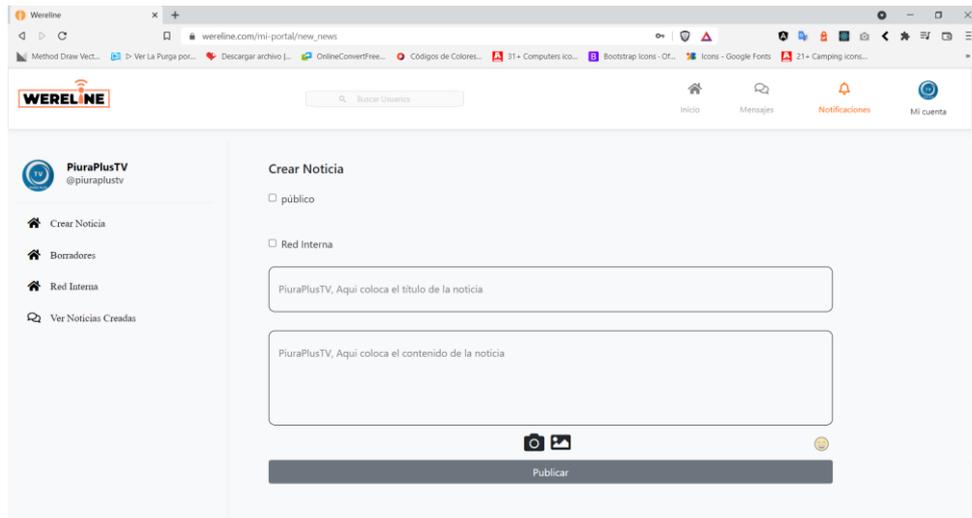
Luego

## Crear Noticia

En el contenido principal se muestra en el panel de navegación muestra el usuario que ha iniciado sesión, usuarios, proyectos, actividades.

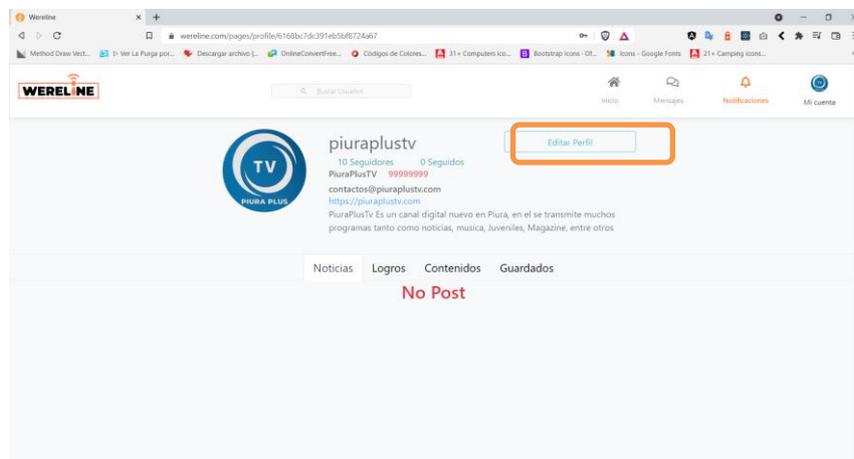


Luego

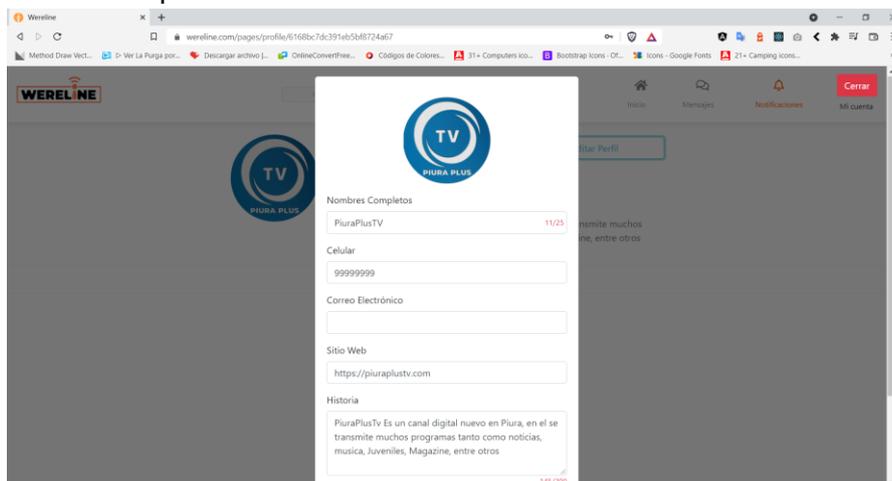


## Mi Perfil

En el contenido usuario lista todas las noticias, logros, contenidos y guardados que el productor posee, con una opción de poder editarlos

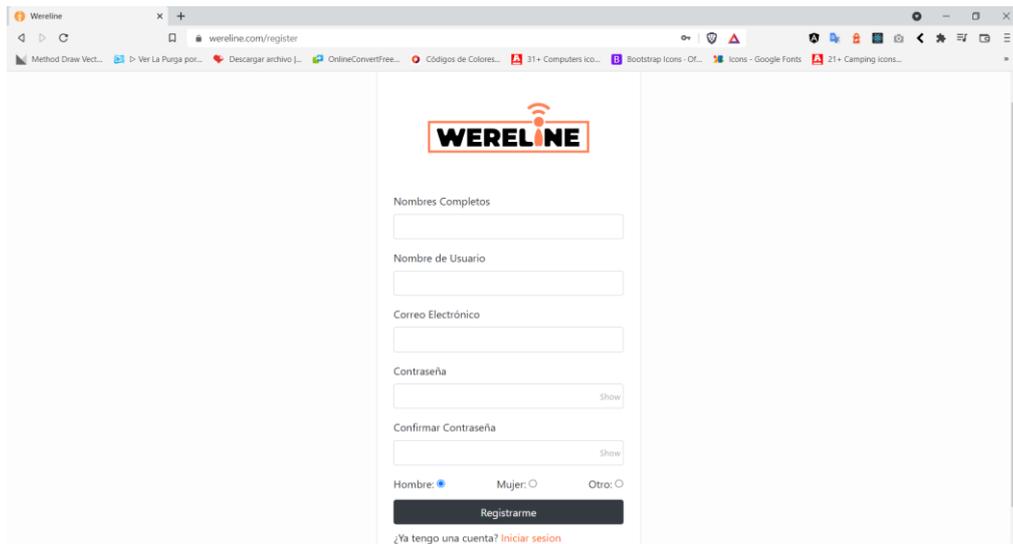


El botón de color azul permitirá editar todos los datos del usuario



## Registrar usuario

Para agregar a un nuevo usuario nos direccionamos a la opción de registrar usuario

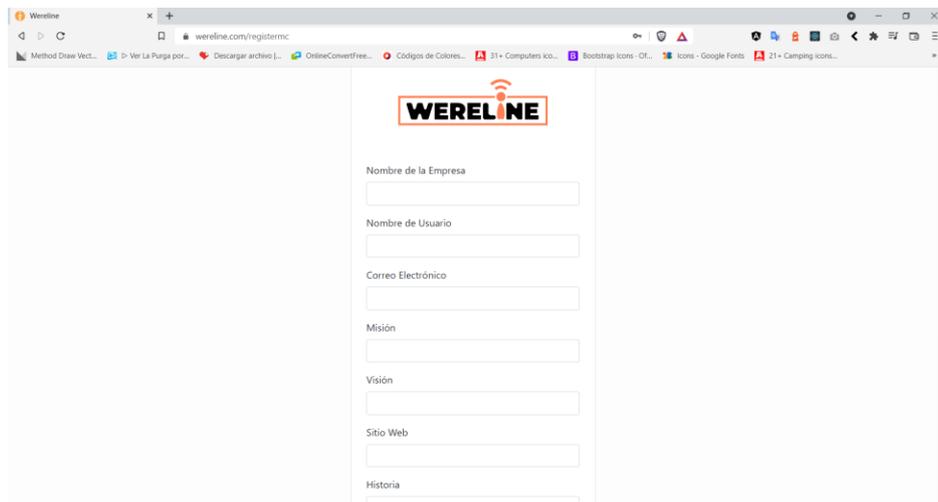


The screenshot shows a web browser window with the URL `wereline.com/register`. The page features the WERELINE logo at the top center. Below the logo is a registration form with the following fields and options:

- Nombres Completos
- Nombre de Usuario
- Correo Electrónico
- Contraseña (with a "Show" toggle)
- Confirmar Contraseña (with a "Show" toggle)
- Gender selection: Hombre (selected), Mujer, Otro
- A "Registrarme" button
- A link: ¿Ya tengo una cuenta? [Iniciar sesion](#)

## Registrar Portal

Para agregar a un nuevo usuario nos direccionamos a la opción de registrar Portal

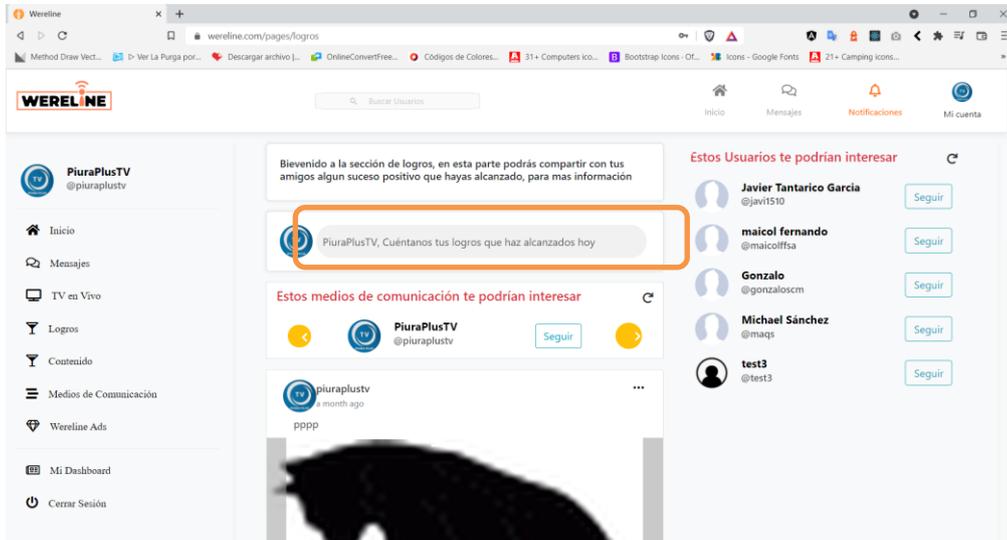


The screenshot shows a web browser window with the URL `wereline.com/registermic`. The page features the WERELINE logo at the top center. Below the logo is a registration form for a portal with the following fields:

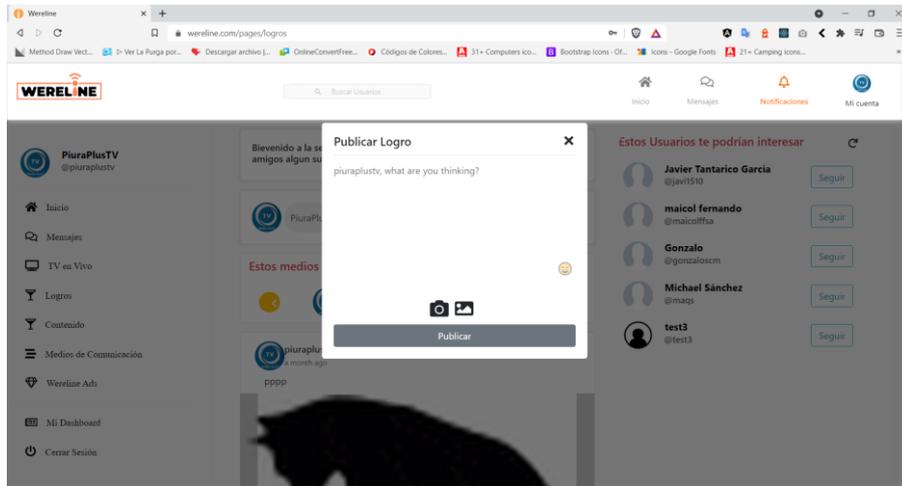
- Nombre de la Empresa
- Nombre de Usuario
- Correo Electrónico
- Misión
- Visión
- Sitio Web
- Historia

## Logro

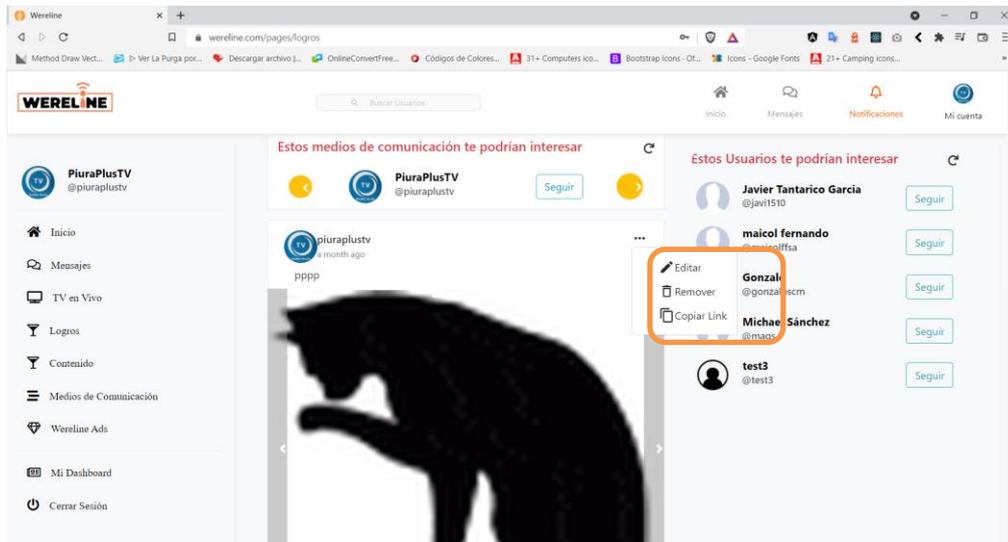
En esta sección se podrá registrar logros obtenidos en la vida cotidiana o en el ámbito laboral



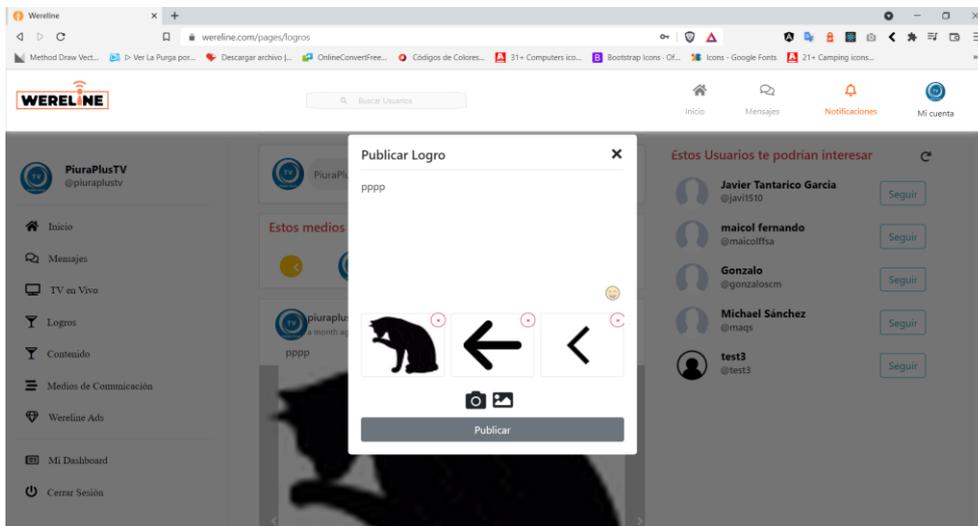
Luego



Los 3 puntitos Horizontal te dan la opción de editar o eliminar el logro publicado

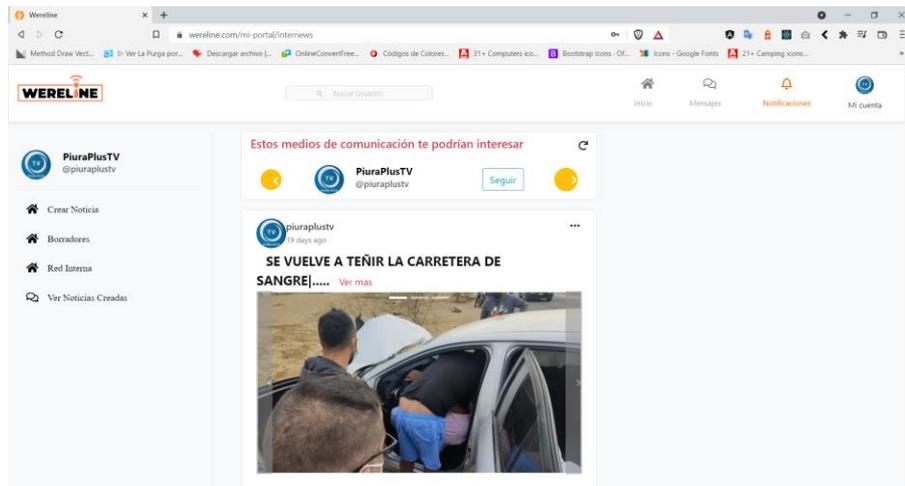


Luego



## Red Interna

Esta sección es específicamente para los medios audiovisuales



## Borradores

Esta sección se muestra las redacciones de los editores, los productores se encargan de autorizar o eliminar dichos contenidos

