

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**



**PERCEPCIÓN DE LAS NOTICIAS QUE SE PUBLICAN EN LAS
PÁGINAS DE FACEBOOK EN LOS ESTUDIANTES DE LA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNA - PUNO, 2023**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. LEYDY VIVIAM CÁCERES CHURA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SOCIAL

PUNO – PERÚ

2024

LEYDY VIVIAM CÁCERES CHURA

PERCEPCIÓN DE LAS NOTICIAS QUE SE PUBLICAN EN LAS PÁGINAS DE FACEBOOK EN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUE...

 Universidad Nacional del Altiplano

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::8254:415894716

Fecha de entrega

13 dic 2024, 2:51 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

13 dic 2024, 3:01 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

PERCEPCIÓN DE LAS NOTICIAS QUE SE PUBLICAN EN LAS PÁGINAS DE FACEBOOK EN LOS ESTUD...docx

Tamaño de archivo

1.1 MB

100 Páginas

19,099 Palabras

105,627 Caracteres

15% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 14% Fuentes de Internet
- 5% Publicaciones
- 11% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y lo revise.

Universidad
Nacional
del Altiplano 
Firmado digitalmente por ALEMÁN
CRUZ, Lucio Octavio FAU
20145496170.ac#
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 13.12.2024 15:12:52 -05:00

 UNA
PUNO
Firmado digitalmente por TAPIA
CRUZ, Mauro Octavio FAU
20145496170.ac#
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 13.12.2024 17:37:09 -05:00

DEDICATORIA

A mis padres, cuya dedicación y sacrificio han sido fundamentales en mi vida. Gracias por su apoyo constante y por confiar en mí durante todo este proceso. Este logro es tanto suyo como mío.

Leydy Viviam Cáceres Chura.

AGRADECIMIENTOS

A mi asesor de tesis por su orientación y apoyo, a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social por brindarme las herramientas necesarias para la realización de este proyecto.

Leydy Viviam Cáceres Chura.

ÍNDICE GENERAL

Pág.

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

ÍNDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE ANEXOS

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN 13

ABSTRACT..... 14

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... 18

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 20

1.2.1. Problema general..... 20

1.2.2. Problemas específicos 20

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN 20

1.3.1. Hipótesis General 20

1.3.2. Hipótesis Específicas 21

1.4. JUSTIFICACIÓN 21

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... 23

1.5.1. Objetivo General 23

1.5.2. Objetivos Específicos..... 23

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1.	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
2.1.1.	A Nivel Internacional.....	24
2.1.2.	A Nivel Nacional.....	25
2.1.3.	A Nivel Local.....	26
2.2.	MARCO TEÓRICO	28
2.2.1.	Percepción.....	28
2.2.2.	Noticias.....	29
2.2.3.	Facebook.....	37

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
3.2.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	39
3.3.	TÉCNICA E INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:.....	40
3.3.1.	Técnicas.....	40
3.3.2.	Instrumentos.....	40
3.4.	POBLACIÓN	41
3.5.	MUESTRA.....	41
3.6.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	43

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.	RESULTADOS.....	44
-------------	------------------------	-----------

4.1.1. Percepción de las noticias policiales que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno.....	50
4.1.2. Percepción de las noticias políticas que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA – Puno	62
4.1.3. Percepción de las noticias sociales que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA – Puno	74
4.2. DISCUSIÓN	84
V. CONCLUSIONES.....	89
VI. RECOMENDACIONES.....	91
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	92
ANEXOS.....	94

Área: Medios de comunicación

Tema: Percepción de las noticias en redes sociales

Fecha de sustentación: 18 de diciembre del 2024.

INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Operacionalización de variables	43
Tabla 2. Páginas que visitan los estudiantes para informarse de las noticias a nivel nacional	44
Tabla 3. Páginas que visitan los estudiantes para informarse de las noticias a nivel regional	46
Tabla 4. Páginas que visitan los estudiantes para informarse de las noticias a nivel local	48
Tabla 5. Percepción de la calidad de las noticias de contenido policial	50
Tabla 6. Percepción de las noticias policiales publicadas en el Facebook luego de ser leídas, te parecen	52
Tabla 7. Percepción de la credibilidad de las noticias policiales que son publicadas en el Facebook	54
Tabla 8. Percepción de la veracidad de las noticias policiales que son publicadas en el Facebook	56
Tabla 9. Percepción de la actualidad de las noticias policiales que son publicadas en el Facebook	58
Tabla 10. Percepción del interés general de las noticias policiales que son publicadas en el Facebook	60
Tabla 11. Percepción de la calidad de las noticias de contenido político	62
Tabla 12. Percepción de las noticias políticas publicadas en el Facebook luego de ser leídas, te parecen	64
Tabla 13. Percepción de la credibilidad de las noticias políticas que son publicadas en el Facebook	66

Tabla 14. Percepción de la veracidad de las noticias políticas que son publicadas en el Facebook	68
Tabla 15. Percepción de la actualidad de las noticias políticas que son publicadas en el Facebook	70
Tabla 16. Percepción del interés general de las noticias políticas que son publicadas en el Facebook	72
Tabla 17. Percepción de la calidad de las noticias de contenido social	74
Tabla 18. Percepción de las noticias sociales publicadas en el Facebook luego de ser leídas, te parecen	76
Tabla 19. Percepción de la credibilidad de las noticias sociales que son publicadas en el Facebook	78
Tabla 20. Percepción de la veracidad de las noticias sociales que son publicadas en el Facebook	79
Tabla 21. Percepción de la actualidad de las noticias sociales que son publicadas en el Facebook	81
Tabla 22. Percepción del interés general de las noticias sociales que son publicadas en el Facebook	83

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Encuesta	95
Anexo 2. Matriz de consistencia.....	98
Anexo 3. Declaración jurada de autenticidad de tesis	99
Anexo 4. Autorización el depósito de tesis en el Repositorio Institucional.	100

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

EPCCS:	Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.
UNA:	Universidad Nacional del Altiplano.

RESUMEN

Este estudio de la investigación titulada "Percepción de las noticias que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023" se basó en conocer la percepción de la credibilidad, veracidad, actualidad e interés general de las noticias publicadas en las páginas de Facebook de los medios de comunicación con mayor interacción en la región de Puno, desde la perspectiva de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno. Se buscó determinar cómo los estudiantes percibieron la calidad de la información difundida en estas páginas, utilizando un enfoque cuantitativo mediante un cuestionario dirigido a una muestra representativa de estudiantes de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación. La tesis se centró principalmente en la percepción de las noticias policiales, políticas y sociales publicadas en estas distintas páginas de Facebook. La revisión bibliográfica realizada para la tesis permitió identificar la importancia de la percepción de las noticias en la formación de la opinión pública y en la toma de decisiones en la sociedad. Además, se encontró que Facebook se había convertido en una de las principales fuentes de información de noticias para los jóvenes universitarios lo que hizo relevante conocer su percepción al respecto. Los hallazgos de la investigación proporcionaron una visión clara sobre cómo los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA en Puno interpretaron y valoraron las noticias en Facebook, subrayando la necesidad de un consumo crítico de la información en el contexto digital actual.

Palabras clave: Facebook, Noticias, Página de Facebook. Percepción, Periodismo informativo.

ABSTRACT

This study of the research titled "Perception of News Published on Facebook Pages among Students of the Professional School of Social Communication Sciences at UNA - Puno, 2023" was based on understanding the perception of the credibility, veracity, objectivity, and authenticity of the news published on Facebook pages of the most interactive media outlets in the Puno region, from the perspective of the Social Communication Sciences students at the National University of the Altiplano in Puno. The study aimed to determine how students perceived the quality of the information disseminated on these pages, using a quantitative approach through a questionnaire directed at a representative sample of students from the Professional School of Social Communication Sciences. The project primarily focused on the perception of police, political, and social news published on these different Facebook pages. The literature review conducted for this project identified the importance of news perception in shaping public opinion and decision-making in society. Additionally, it was found that Facebook had become one of the main sources of news information for university students, making it relevant to understand their perception of it. The findings of the research provided a clear insight into how students of the Professional School of Social Communication Sciences at UNA in Puno interpreted and valued news on Facebook, highlighting the need for a critical consumption of information in the current digital context.

Key words: Facebook, News, Facebook Page. Perception, Informative journalism.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales han transformado la manera en que se consume y se difunde la información. Facebook, como una de las plataformas más utilizadas a nivel mundial, se ha convertido en un espacio clave para la circulación de noticias. Este fenómeno ha suscitado un creciente interés en el estudio de cómo los usuarios perciben y procesan la información que encuentran en estas plataformas, especialmente entre grupos específicos como los estudiantes universitarios.

La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) en Puno representa un contexto ideal para investigar esta temática. Los estudiantes de comunicación son consumidores activos de contenido informativo y, al mismo tiempo, futuros profesionales que influirán en el panorama mediático de la región y del país. Comprender su percepción sobre las noticias que circulan en Facebook puede ofrecer valiosas perspectivas sobre el impacto de estas plataformas en la formación de opiniones y actitudes.

Las noticias policiales, políticas y sociales son categorías informativas que juegan un papel crucial en la construcción del conocimiento público. Las noticias policiales suelen estar relacionadas con la seguridad y el orden social, mientras que las políticas abordan temas de gobernanza y participación ciudadana. Por otro lado, las noticias sociales reflejan problemáticas comunitarias y culturales que afectan a la sociedad en su conjunto. Cada una de estas categorías tiene características particulares que pueden influir en cómo son recibidas por los estudiantes.

El primer objetivo específico de esta investigación es conocer la percepción de las noticias policiales publicadas en Facebook por parte de los estudiantes. La violencia, el crimen y otros eventos relacionados con la seguridad son temas recurrentes en esta categoría. Es fundamental entender cómo estos jóvenes interpretan y reaccionan ante este tipo de información, así como su influencia en sus percepciones sobre la seguridad pública.

El segundo objetivo se centra en las noticias políticas. En un contexto donde la política es un tema polarizante, es esencial explorar cómo los estudiantes perciben las noticias relacionadas con este ámbito. La forma en que se presentan estas noticias puede afectar no solo su comprensión del sistema político, sino también su participación cívica y su compromiso con procesos democráticos.

El tercer objetivo aborda las noticias sociales, que abarcan una amplia gama de temas desde derechos humanos hasta cuestiones medioambientales. La percepción de estas noticias puede revelar mucho sobre los valores y prioridades de los estudiantes, así como su capacidad para empatizar con realidades distintas a las propias.

Para llevar a cabo este estudio, se utilizó un enfoque cuantitativo que permitió obtener datos estadísticos sobre la percepción de las noticias en Facebook entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno. La investigación se estructuró en varias etapas clave.

En primer lugar, se diseñó un cuestionario estructurado que incluyó preguntas cerradas y escalas de Likert para medir la percepción de los estudiantes sobre las noticias policiales, políticas y sociales. Las preguntas fueron formuladas para evaluar aspectos como la actualidad, credibilidad, veracidad, e interés general de las noticias en sus vidas cotidianas.

La población objetivo consistió en estudiantes matriculados en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social durante el año académico 2023. Se determinó un tamaño de muestra representativo utilizando un muestreo aleatorio simple, lo que garantizó que todos los grupos académicos estuvieran adecuadamente representados. Se seleccionaron 210 estudiantes para participar en el estudio.

La recolección de datos se llevó a cabo mediante. El periodo de recolección abarcó dos semanas, durante las cuales se visitaron las aulas de la escuela.

Una vez recopilados los datos, se procedió a su análisis utilizando software estadístico. Se aplicaron técnicas descriptivas para resumir las respuestas y calcular frecuencias y porcentajes.

Finalmente, los resultados obtenidos fueron presentados en tablas que facilitaron la interpretación visual de los hallazgos. Esta metodología cuantitativa permitió no solo obtener una visión general sobre la percepción de las noticias en Facebook entre los estudiantes, sino también establecer patrones significativos que podrían ser objeto de análisis más profundos en futuras investigaciones.

El trabajo de investigación está organizado en siete capítulos, que se describen a continuación:

Capítulo I: En esta sección se introduce el tema de estudio, se formula el problema de investigación y se desarrollan las preguntas específicas relacionadas. También se presentan la hipótesis del estudio, la justificación de la investigación, y se definen tanto los objetivos generales como los específicos.

Capítulo II: Aquí se lleva a cabo una revisión exhaustiva de la literatura existente, citando antecedentes y teorías relevantes que se relacionan con las variables del estudio.

Este capítulo ayuda a establecer las dimensiones y los indicadores necesarios para la investigación.

Capítulo III: En este capítulo se describen los métodos y materiales utilizados en la investigación. Se define el enfoque general del estudio, el tipo y diseño de la investigación, así como las técnicas e instrumentos empleados. También se detalla la población y muestra del estudio.

Capítulo IV: Se presentan los resultados obtenidos en el estudio, organizados en tablas que permiten una descripción y análisis detallado de los datos recopilados mediante el instrumento de investigación.

Capítulo V: Se exponen las conclusiones alcanzadas a partir de los resultados, en relación con los objetivos establecidos al inicio del estudio.

Capítulo VI: En esta sección se ofrecen recomendaciones basadas en los principales hallazgos del estudio, alineadas con los objetivos e hipótesis planteados.

Capítulo VII: Finalmente, se incluyen las referencias bibliográficas utilizadas en la investigación, así como los anexos correspondientes.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el contexto global, la proliferación de las redes sociales ha transformado radicalmente la forma en que se produce y consume información. Plataformas como Facebook han democratizado el acceso a las noticias, permitiendo que cualquier usuario pueda convertirse en emisor de contenido informativo. Sin embargo, esta apertura también ha dado lugar a la difusión de desinformación y noticias falsas, lo que plantea serios desafíos para la percepción pública y la confianza en los medios de comunicación. La falta de alfabetización mediática entre los usuarios puede llevar a interpretaciones

erróneas y a una polarización de opiniones, afectando así el debate público y la cohesión social.

A nivel nacional, Perú enfrenta un panorama complejo en cuanto al consumo de noticias en redes sociales. La inestabilidad política y social ha llevado a un aumento en la circulación de noticias relacionadas con corrupción, violencia y conflictos sociales. En este contexto, los jóvenes, especialmente los estudiantes universitarios, son consumidores activos de información digital. Sin embargo, su capacidad para discernir entre fuentes confiables y no confiables es variable. Esto genera preocupación sobre cómo estas percepciones pueden influir en su participación cívica y su formación como futuros comunicadores. La necesidad de comprender cómo los estudiantes perciben las noticias en Facebook se vuelve crucial para fomentar una ciudadanía informada y crítica.

En el ámbito regional, específicamente en Puno, la situación es aún más particular. La región enfrenta desafíos socioeconómicos significativos que afectan la calidad del acceso a la información. A pesar del crecimiento del uso de internet y redes sociales, persisten brechas digitales que limitan el acceso equitativo a fuentes informativas confiables. Además, las noticias locales suelen estar marcadas por problemáticas específicas como conflictos territoriales y cuestiones culturales que requieren una atención especial. En este sentido, es fundamental investigar cómo los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social perciben las noticias publicadas en Facebook sobre temas policiales, políticos y sociales, ya que esto puede ofrecer insights valiosos sobre sus actitudes hacia estos problemas regionales.

La intersección entre el consumo de noticias en redes sociales y la percepción crítica por parte de los estudiantes universitarios representa un área clave para entender el impacto de la información digital en contextos globales, nacionales y regionales

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la percepción de las noticias que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la percepción de las noticias POLICIALES que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023?
- ¿Cuál es la percepción de las noticias POLÍTICAS que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023?
- ¿Cuál es la percepción de las noticias SOCIALES que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis General

La percepción de las noticias que se publican en las páginas de Facebook es significativamente positiva entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.

1.3.2. Hipótesis Específicas

- La percepción de las noticias POLICIALES que se publican en las páginas de Facebook es significativamente positiva entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.
- La percepción de las noticias POLÍTICAS que se publican en las páginas de Facebook es significativamente positiva entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.
- La percepción de las noticias SOCIALES que se publican en las páginas de Facebook es significativamente positiva entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.

1.4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica en el ámbito académico, ya que busca contribuir al entendimiento de cómo los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social perciben las noticias en Facebook. En un contexto donde la comunicación digital juega un papel preponderante, es fundamental que los futuros comunicadores desarrollen habilidades críticas para analizar y evaluar la información que consumen.

Este estudio no solo enriquecerá el currículo académico al proporcionar datos empíricos sobre el comportamiento informativo de los estudiantes, sino que también servirá como base para futuras investigaciones en el campo de la comunicación y el

consumo mediático. Además, los hallazgos podrán ser utilizados para diseñar programas educativos que fomenten la alfabetización mediática entre los estudiantes.

Desde una perspectiva investigativa, esta investigación aborda una temática relevante y actual: la percepción de las noticias en redes sociales por parte de jóvenes universitarios. A medida que las plataformas digitales continúan evolucionando, es crucial entender cómo estas afectan la forma en que se construye el conocimiento y se forman opiniones.

La investigación proporcionará datos cuantitativos que permitirán identificar patrones y tendencias en la percepción de diferentes tipos de noticias (policiales, políticas y sociales). Estos resultados no solo enriquecerán el corpus teórico existente sobre comunicación digital, sino que también abrirán nuevas líneas de investigación sobre desinformación, credibilidad mediática y su impacto en la sociedad.

En términos de proyección social, esta investigación tiene implicaciones significativas para la comunidad local y nacional. Al comprender cómo los estudiantes perciben las noticias en Facebook, se pueden desarrollar estrategias para mejorar la calidad del consumo informativo entre los jóvenes. Esto es especialmente relevante en un contexto donde la desinformación puede tener consecuencias graves para la cohesión social y el ejercicio democrático. Los resultados del estudio pueden ser utilizados por instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales y entidades gubernamentales para implementar programas de capacitación en alfabetización mediática y promover un consumo crítico y responsable de información. De esta manera, se busca no solo formar profesionales competentes en comunicación, sino también ciudadanos informados y comprometidos con su entorno social.

Esta investigación se justifica académicamente por su contribución al conocimiento sobre el consumo informativo; investigativamente por su relevancia en un contexto cambiante; y socialmente por su potencial.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo General

Analizar la percepción de las noticias que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Conocer la percepción de las noticias POLICIALES que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.
- Conocer la percepción de las noticias POLÍTICAS que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.
- Conocer la percepción de las noticias SOCIALES que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. A Nivel Internacional

En el artículo sobre: Percepción de las noticias falsas en universitarios de Portugal: análisis de su consumo y actitudes, 2019, se menciona lo siguiente:

Las noticias falsas, también conocidas como fake news, representan una parte significativa de uno de los problemas más complejos en el marco de la circulación de información en la sociedad contemporánea: la desinformación. A pesar de no ser un fenómeno nuevo, su importancia y las posibles consecuencias sociales y políticas de su difusión por internet han sido ampliamente discutidas, especialmente, en los últimos dos años. Los jóvenes son uno de los grupos más expuestos a esta realidad, si tenemos en cuenta la presencia de la tecnología de la comunicación en su día a día. En este artículo revisamos la bibliografía relacionada con la desinformación y analizamos la ya larga relación entre las noticias falsas y el periodismo, con especial hincapié en las particularidades de la situación actual. Siguiendo el método cuantitativo, hemos utilizado un cuestionario para analizar la percepción de 602 jóvenes estudiantes portugueses de entre 17 y 25 años sobre las noticias falsas. Los resultados revelan que se trata de un grupo habituado a consumir información online, y que ya ha entrado en contacto con lo que consideran noticias falsas. Sin embargo, existen diferentes concepciones —en ocasiones, equivocadas— de la expresión fake news. Así pues, este estudio subraya la importancia de la alfabetización mediática y, más

concretamente, de la credibilidad, de contrastar la información online y de la actual dinámica de la información. (Santos, 2019)

En otro artículo de investigación titulado "Deontología y noticias falsas: estudio de las percepciones de periodistas españoles" se plantea:

Este trabajo confirma la investigación previa al señalar las redes sociales y, en general, la comunicación online, así como las causas de índole económica, como principales responsables del surgimiento de las noticias falsas. Al mismo tiempo, tanto la gravedad de este fenómeno como su vinculación con la deontología parecen claras. No obstante, la ética profesional precisa, como han afirmado los autores mencionados en este estudio, de la actualización de sus normativas y de un mayor grado de cumplimiento para poder aumentar su grado de efectividad. Sobre las medidas que resultan más efectivas para combatir las noticias falsas, los encuestados destacan la formación y la concienciación de los consumidores, así como el desarrollo de una cultura profesional entre los periodistas que rechace prácticas irresponsables. (Blanco-Herrero & Arcila-Calderón, 2019, p. 10)

2.1.2. A Nivel Nacional

A nivel nacional Pérez Garay (2020) en su estudio titulado "Percepción de la población del distrito de Tumbes sobre la información difundida en la página de Facebook noticias Tumbes, período mayo - julio, 2020" tiene una de las siguientes conclusiones:

Por otro lado, la percepción de los usuarios de la página en relación a la dimensión extrínseca que abarcó los ítems de contenido, novedad, tamaño y tiempo, no influye de manera significativa en la muestra estudiada, lo cual indica

un nivel de percepción “malo”; debido a que muchas veces por la inmediatez de publicar noticias de relevancia, no se encargan de verificar la información, corriendo el riesgo de que sean noticias falsas, lo que ocasiona en los usuarios una percepción negativa. (Perez Garay, 2020, p. 46)

Cajas, A. y Espinoza, G. (2022) en su estudio denominado: Femicidio en la noticia digital: "Página 3" y "El caso Dámaris", según percepción de los Comunicadores Sociales de la Ciudad de Huánuco, 2021. El estudio llegó a la siguiente conclusión:

Finalmente, una característica que resalta la interactividad de la información digital vertida por el diario Página 3 es que otorga lecturas rápidas, aspecto muy resaltado por los seguidores, además como ya se señaló, los lectores podían opinar también sobre el caso. Indudablemente algo que también resaltaron notablemente fue el enorme interés que suscitó el diario Página 3 a la audiencia respecto al seguimiento del caso. Por otro lado, los encuestados creen que los casos de femicidio son de gran importancia para los medios y la percepción que ellos tienen sobre la noticia digital es que permite acceder a la información de manera instantánea. (Cajas Bravo & Espinoza Felix, 2022, p. 96)

2.1.3. A Nivel Local

Quijhua (2020) en su estudio titulado "Criterios de noticiabilidad del diario Los Andes, radio Onda Azul y TV Una en la red social Facebook" llegó a la conclusión siguiente:

En las publicaciones del diario Los Andes, radio Onda Azul y TV Una, en la red social Facebook, se consideran siempre los tres criterios de noticiabilidad esenciales (veracidad, actualidad e interés general), con frecuencia tres criterios

de noticiabilidad implícitos (novedad, proximidad, prominencia) y dos criterios de noticiabilidad explícitos, respectivamente: sociedad y policial, sociedad y política, y sociedad y entretenimiento. (Gómez & César, s. f., p. 74)

Asimismo, en la tesis denominada: AGENDA PERIODÍSTICA DEL PROGRAMA RADIAL EXITOSA NOTICIAS DE LA CIUDAD DE JULIACA de Olga Condori Mamani, se puede apreciar en una de sus conclusiones lo siguiente:

El interés general, la relevancia y la proximidad, son los elementos de la agenda periodística que están dentro del contenido de las informaciones del programa radial Exitosa Noticias de la ciudad de Juliaca, predominando el interés general en los temas sociales y políticos, sin embargo, en menor proporción los acontecimientos policiales, pero tratados con la relevancia del caso las noticias policiacas (Condori Mamani, s. f., p. 65)

Finalmente, en la tesis: Uso de las redes sociales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano. Puno, 2014, cuyo autor es Marco Antonio Gavilano de la cruz, plantea en una de sus conclusiones:

El tipo de redes sociales que prefieren los estudiantes del E.P. de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA- Puno, son las redes de Interés General entre las que destacan el Facebook y el Twitter, redes que fusionan aplicaciones que permiten el posteo de diversos tipos de información; el You Tube (videos) también goza de la preferencia de los estudiantes, lo mismo que el Instagram (fotografías) mientras que los demás tipos de redes son ajenos para la mayor parte de los estudiantes. (Marco Gavilano, s. f., p. 92)

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Percepción

Vargas (1994): Según Vargas, la percepción es un proceso cognitivo consciente que implica la identificación, evaluación y atribución de significado a las impresiones recibidas del entorno físico y social, así como de los procesos mentales, como el aprendizaje, la memoria y la simbolización. Es un mecanismo esencial para que los seres humanos comprendan su entorno, ya que se basa en el procesamiento y organización de la información sensorial. Además, la percepción involucra varios procesos cognitivos que permiten interpretar y dar significado a las impresiones del entorno.

Barthey (1982): Barthey define la percepción como cualquier acto o proceso de conocimiento de objetos, hechos o verdades, ya sea mediante la experiencia sensorial o a través del pensamiento. Es una conciencia de los objetos y un conocimiento inmediato o intuitivo, acompañado de un juicio y discernimiento similar a la percepción sensorial en términos de inmediatez y certeza. Frecuentemente, este proceso incluye una observación placentera o una discriminación sutil.

Entonces, se puede decir que la percepción es un concepto amplio que tiene diferentes significados tanto en el lenguaje común como en la psicología. Implica la capacidad de relacionar sensaciones con objetos externos y puede involucrar un conocimiento inmediato e intuitivo, acompañado de un sentimiento de certeza y, a menudo, una apreciación placentera o una discriminación sutil.

Segado, Díaz, Navarro, y Remacha (2020): Estos autores sostienen que la internalización de las noticias, entendida como la medida en que las personas

asimilan y se apropian de la información recibida, tiene un impacto más significativo que la externalización o el acto de compartir noticias. Esto sugiere que los hábitos de consumo de noticias son más determinantes para la percepción y evaluación de las mismas que los hábitos de compartir. Asimismo, se indica que los usuarios que consideran las redes sociales como una fuente principal de información y que reciben una mayor cantidad de noticias a través de estas plataformas, tienden a tener percepciones y valoraciones diferentes de las noticias.

Rojas (1998): Rojas subraya la importancia de la percepción del individuo sobre la información recibida. Según el autor, si el receptor no encuentra la información significativa o no la percibe como beneficiosa para su crecimiento social, es probable que no la considere relevante y no se sienta motivado a leerla. Sin embargo, si el usuario percibe en la información un potencial de desarrollo y crecimiento, esto despertará su interés y lo motivará a continuar leyendo.

En conclusión, tanto Segado, Díaz, Navarro y Remacha (2020) como Rojas (1998) enfatizan la importancia de la percepción en la recepción y evaluación de la información. La internalización de las noticias y los hábitos de consumo son fundamentales para la percepción y valoración de las noticias, mientras que la percepción individual de significado y crecimiento social influye en el grado de interés y compromiso hacia la lectura y el procesamiento de la información.

2.2.2. Noticias

La definición de noticia es un asunto complejo y en continuo desarrollo. A pesar de que existen definiciones formales, la naturaleza dinámica del periodismo y los nuevos contextos han dado lugar a diversas perspectivas y concepciones del

término. Algunos académicos han propuesto definiciones basadas en la relevancia social de la información, mientras que otros han examinado en detalle los componentes que constituyen una noticia. A continuación, se presentan algunos conceptos y definiciones, según algunos autores:

Uno de los conceptos clásicos de la noticia es: “Una noticia es una información de interés público o colectivo, inédita y de actualidad absoluta.”(Campbell, 2016, p. 21).

La que da origen al género informativo, es la noticia. Es la que relata teniendo en cuenta los datos: “Es noticia todo aquello que ocurrió o que va a ocurrir y que, a juicio del periodista, tendrá gran repercusión social.” (Moreno Espinosa, 2001, p. 172)

“El periodismo produce las noticias que construyen una parte de la realidad social, y que posibilitan a los individuos el conocimiento del mundo al que no pueden acceder de manera directa” (Martini, 2000, p. 15).

“Los géneros periodísticos son útiles para los medios, los periodistas, los receptores, los profesores y los estudiantes de Periodismo porque operan como modelos, contribuyen a la organización de los materiales y responden a las expectativas del público.” (Betancourt, 2004, p. 326).

A lo largo de su historia, el periodismo ha experimentado continuas transformaciones que han influido tanto en la profesión como en los profesionales del sector. Aunque el enfoque teórico ha evolucionado con el tiempo, la esencia del periodismo se ha mantenido intacta. Estos cambios son, en su mayoría, impulsados por los avances tecnológicos (Larequi, 2001, p. 34).

2.2.2.1. Las noticias políticas

Son aquellas que informan sobre eventos, decisiones, y situaciones relacionadas con el gobierno, las políticas públicas, y la actividad política en general. Las noticias políticas son fundamentales para mantener informada a la ciudadanía sobre cómo se está gobernando el país, cuáles son las prioridades de los líderes, y cómo las decisiones políticas pueden afectar la vida cotidiana. Estas noticias cubren una amplia gama de temas que pueden incluir:

2.2.2.2. Gobierno y Administración Pública

- Cambios en el gabinete, nombramientos, y despidos de funcionarios.
- Políticas y decisiones tomadas por el gobierno o las autoridades locales.
- Proyectos de ley, reformas, y nuevas regulaciones.

2.2.2.3. Elecciones y Procesos Electorales

- Campañas políticas, debates electorales, y resultados de elecciones.
- Análisis de encuestas, perfil de candidatos, y plataformas políticas.

2.2.2.4. Relaciones Internacionales

- Diplomacia, tratados, y relaciones entre países.

- Conflictos internacionales, sanciones, y acuerdos multilaterales.

2.2.2.5. Partidos Políticos

- Actividades, declaraciones, y disputas internas de los partidos políticos.
- Alianzas, coaliciones, y cambios en las estructuras de poder dentro de los partidos.

2.2.2.6. Corrupción y Escándalos Políticos

- Investigaciones sobre corrupción, malversación de fondos, y otros delitos cometidos por políticos o funcionarios.
- Escándalos y crisis que afectan a la clase política.

2.2.2.7. Movimientos Sociales y Protestas

- Manifestaciones, huelgas, y movimientos sociales que buscan influir en las decisiones políticas.
- Reacciones y respuestas del gobierno ante las demandas de la sociedad civil.

2.2.2.8. Política Económica

- Decisiones sobre presupuestos, impuestos, y políticas fiscales.
- Medidas económicas adoptadas para enfrentar crisis o mejorar la situación financiera del país.

Las noticias sociales son aquellas que informan sobre eventos, situaciones y temas relacionados con la vida cotidiana de las personas y

las comunidades. Estas noticias se centran en aspectos de la sociedad, como la educación, la salud, el bienestar social, la cultura, y los problemas comunitarios. Su propósito es reflejar la realidad social y generar conciencia sobre cuestiones que afectan a la población en general. Las noticias sociales son esenciales para crear conciencia y fomentar el debate sobre cuestiones que afectan a la sociedad en su conjunto, ayudando a los ciudadanos a comprender mejor los desafíos y las oportunidades que enfrentan en su vida diaria. Los temas que pueden cubrir incluyen:

2.2.2.9. Educación

- Cambios en el sistema educativo, reformas, y políticas relacionadas con la enseñanza.
- Resultados de evaluaciones académicas, programas de becas, y acceso a la educación.

2.2.2.10. Salud Pública

- Información sobre epidemias, campañas de vacunación, y políticas sanitarias.
- Problemas de salud mental, acceso a servicios médicos, y promoción de estilos de vida saludables.

2.2.2.11. Cultura y Sociedad

- Eventos culturales, festivales, y manifestaciones artísticas.
- Cambios en las costumbres, tradiciones, y valores sociales.

2.2.2.12. Problemas Comunitarios

- Situaciones de pobreza, desigualdad, y exclusión social.
- Iniciativas de desarrollo comunitario, vivienda, y seguridad ciudadana.

2.2.2.13. Derechos Humanos y Justicia Social

- Casos de violaciones a los derechos humanos, discriminación, y lucha por la equidad.
- Movimientos sociales que buscan mejorar las condiciones de vida de grupos vulnerables.

2.2.2.14. Medio Ambiente y Sostenibilidad

- Noticias sobre cambio climático, desastres naturales, y políticas ambientales.
- Proyectos de sostenibilidad, conservación, y educación ambiental.

2.2.2.15. Empleo y Economía Social

- Condiciones laborales, empleo, y desempleo.
- Programas de apoyo social y protección a los trabajadores.

2.2.2.16. Las noticias policiales

Son aquellas que informan sobre sucesos relacionados con la seguridad pública, la criminalidad, y las actividades de las fuerzas del orden. Este tipo de noticias cubre una amplia gama de eventos y temas

vinculados con la justicia penal, la violencia, y la protección ciudadana. Su propósito es mantener informada a la comunidad sobre incidentes que pueden afectar su seguridad y bienestar, así como sobre las acciones que las autoridades están tomando para prevenir y resolver dichos sucesos. Las noticias policiales son fundamentales para mantener a la sociedad informada sobre el estado de la seguridad y la justicia en su entorno, ayudando a la comunidad a tomar precauciones y a entender mejor el trabajo de las fuerzas del orden. Los temas que comúnmente abarcan son:

2.2.2.17. Crímenes y Delitos

- Informes sobre robos, asaltos, homicidios, secuestros, y otros actos delictivos.
- Descripciones de los métodos utilizados por los delincuentes y las circunstancias en las que ocurrieron los crímenes.

2.2.2.18. Operativos Policiales

- Cobertura de acciones realizadas por la policía, como redadas, arrestos, y desmantelamiento de bandas criminales.
- Operaciones contra el narcotráfico, tráfico de armas, o trata de personas.

2.2.2.19. Casos Judiciales

- Seguimiento de investigaciones criminales, procesos judiciales, y sentencias.
- Información sobre juicios, veredictos, y apelaciones.

2.2.2.20. Seguridad Ciudadana

- Noticias sobre medidas de seguridad implementadas por las autoridades, como patrullajes y vigilancia.
- Alertas y recomendaciones a la ciudadanía sobre cómo prevenir delitos.

2.2.2.21. Accidentes y emergencias

- Reportes sobre accidentes de tráfico, incendios, desastres naturales, y otras emergencias que involucran a las autoridades policiales.
- Intervenciones de la policía en situaciones de crisis, como rescates y evacuaciones.

2.2.2.22. Violencia y conflictos

- Información sobre conflictos entre grupos, violencia doméstica, y disturbios.
- Reportajes sobre enfrentamientos armados y situaciones de tensión social que requieren intervención policial.

2.2.2.23. Prevención del crimen

- Campañas y programas destinados a reducir la criminalidad y mejorar la seguridad pública.
- Iniciativas de colaboración entre la policía y la comunidad para prevenir el delito.

2.2.3. Facebook

Marquina (2013) destaca que Facebook es una de las redes sociales más populares en todo el mundo, y una de sus principales características es su amplia gama de servicios, que incluyen lista de amigos, grupos, páginas, muro, fotos, botón de "Me gusta" y aplicaciones.

Otros estudios también han examinado las motivaciones de los usuarios de Facebook. Por ejemplo, Palmer y Koenig-Lewis (2009) señalan que la red social genera curiosidad entre los usuarios, ya que pueden ver las fotos que comparten sus contactos. Además, brinda placer al permitir la comunicación con otros usuarios y emoción al brindar la posibilidad de enviar regalos y participar en juegos interactivos.

Coronado (2017) sostiene que el éxito de Facebook se debe principalmente a su sencillez. Aunque ofrece una variedad de servicios como fotos, videos y streaming, la red se destaca por la facilidad con la que se pueden establecer relaciones a través de una participación masiva, democrática y simple. Además, apela a interacciones lúdicas basadas en el placer, lo que ha permitido que una amplia gama de usuarios, desde nativos digitales hasta analfabetos tecnológicos, se sumen a esta red social.

Páginas de Facebook: Siqueira, L. (2020). “Una Fanpage es una página diseñada específicamente para ser un canal de comunicación con seguidores en Facebook”. A diferencia de los perfiles personales, las fanpages son espacios donde se reúnen personas con un interés común en un tema, empresa, causa o personaje.

Beese, E. (2016). “Una cuenta de empresa en Facebook es una plataforma que permite a pequeñas empresas compartir sus productos y servicios con su público objetivo”. Aunque es similar a un perfil de Facebook, ofrece herramientas exclusivas para gestionar y monitorear la interacción y participación en la página de la empresa.

Según Marquina (2013), las organizaciones y marcas utilizan las fanpages o páginas de fans como un punto de conexión con su público. Estos perfiles funcionan como un espacio de promoción de productos y servicios, donde los usuarios tienen la posibilidad de interactuar de manera directa y ágil con la organización

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Para esta investigación se aplicó el enfoque de investigación cuantitativo.

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (Hernández Sampieri et al., 2018, p. 10)

El enfoque cuantitativo precede una idea que acotándose una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. Mediante el uso de preguntas, se identifican variables e hipótesis; se crea un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un contexto predeterminado; se evalúan estadísticamente las mediciones; y, por último, se llega a una serie de conclusiones. (Hernández, 2014, p. 71)

3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Será de nivel descriptivo. La investigación es de diseño no experimental, puesto que se caracteriza el no manipular las variables de manera intencional durante el proceso de recolección de datos, y este proceso se realizará en un solo tiempo y un momento determinado y es por lo cual se le define como transversal (Charaja, 2019).

Los estudios descriptivos pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a los que se refieren. Desde

luego, pueden integrar las mediciones o información de cada una de dichas variables o conceptos para decir cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno de interés; su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas. Por ejemplo, un investigador organizacional que pretenda describir varias empresas industriales en términos de su complejidad, tecnología, tamaño, centralización y capacidad de innovación, mide esas variables para describirlas en los términos deseados. (Hernández Sampieri et al., 2018)

3.3. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:

3.3.1. Técnicas

Las técnicas de investigación cuantitativas comprenden un conjunto de pautas que orientan las actividades de los investigadores en cada fase del proceso de investigación científica. Estas técnicas, que funcionan como herramientas metodológicas y estratégicas, requieren un conocimiento previo de su propósito y uso, de manera que su elección y aplicación resulten comprensibles y manejables para el investigador.

3.3.2. Instrumentos

Un instrumento de investigación es una herramienta esencial para la recopilación de datos en un estudio científico. Su objetivo principal es obtener información relevante y precisa que permita responder las preguntas de investigación o alcanzar los objetivos del estudio. Los instrumentos de investigación deben ser diseñados con cuidado y rigor para asegurar su validez y confiabilidad, lo que significa que deben medir con exactitud lo que se pretende investigar y proporcionar resultados consistentes y reproducibles.

Además, los instrumentos deben ser adecuados para el tipo de datos que se buscan recolectar y para el contexto específico del estudio. Un ejemplo común de instrumento de investigación es el cuestionario, que puede ser estructurado para recopilar datos cuantitativos o cualitativos según las necesidades del estudio.

3.4. POBLACIÓN

Las poblaciones deben definirse con precisión en cuanto a sus características de contenido, ubicación y temporalidad. Además de los objetivos del estudio, existen factores prácticos que afectan la definición de los atributos de la población. "La calidad de una investigación no se mejora simplemente por tener una población más grande; radica en la clara delimitación de la población basada en el planteamiento del problema" (Hernández, 2014, p. 174)

Para esta investigación la población la constituyen los 429 estudiantes que se han matriculado durante el año académico 2023 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA Puno.

3.5. MUESTRA

En esencia, la muestra es un subconjunto de elementos que pertenecen a la población, que se caracteriza por sus rasgos, y un subgrupo de la población. Todas las muestras (en el enfoque cuantitativo) deben ser representativas; por tanto, el uso de los términos al azar y aleatorio sólo denota un tipo de procedimiento mecánico relacionado con la probabilidad y con la selección de elementos o unidades, pero no aclara el tipo de muestra ni el procedimiento de muestreo. (Hernández, 2014, p. 175)

La muestra a tomar en cuenta fueron 210 estudiantes de distintos semestres de estudios de la EPCCS de la UNA Puno.

Fórmula de muestra:

n: Muestra

N: Población = 429

V: Varianza = 400

$$n = \frac{N \times 400}{N + 400}$$

Resultado según la muestra es de 210 estudiantes.

Asimismo, las páginas de facebook que han sido tomadas en cuenta en el presente trabajo de investigación son las siguientes:

A nivel nacional: La República, Radio Programas del Perú, El Comercio, Exitosa noticia, Tv Perú, Perú 21.

A nivel Regional: Radio Onda Azul, , Radio Pachamama, Radio La Decana, Diario Sin Fronteras, El Portal Universitario, Puno Noticias.

A nivel local: Radio Onda Azul, Radio Pachamama, Fama TV, Diario Sin Fronteras, Puno Sin Filtro, Radio La Decana, Cositel, Artemusa TV, Foro TV, Red Universitaria, TV UNA.

3.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1.

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnicas/ Instrumentos
Percepción	Calidad	Credibilidad	Encuesta/ Instrumento
		Actualidad	
Noticias del facebook	Noticias policiales Noticias políticas Noticias sociales	Veracidad	Encuesta/ Instrumento
		Interés general	
		<u>Escala de Likert:</u>	
		Muy buena	
		Buena	
Regular			
		Mala	
		Deficiente	

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Antes de analizar los resultados de acuerdo a los objetivos planteados en la presente investigación, se describe en las tres primeras tablas las preferencias de las páginas de Facebook que son visitadas por los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Altiplano. De esta manera colocando en contexto la percepción que tienen los jóvenes universitarios en relación a las características esenciales de las noticias que se publican en el Facebook, tales como la credibilidad, veracidad, actualidad e interés general.

Tabla 2.

Páginas que visitan los estudiantes para informarse de las noticias a nivel nacional

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
La República	66	31.43
Radio Programas del Perú	40	19.05
El Comercio	38	18.09
Exitosa noticia	34	16.19
Tv Perú	12	5.71
Perú 21	9	4.29
Otros	11	5.24
TOTAL	210	100%

Nota: Elaboración propia en base a encuestas

- Interpretación

La Tabla 1 muestra las páginas más visitadas por los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno para informarse sobre noticias a nivel nacional. La República es la página más visitada, con un 31.43% de la preferencia, destacándose como la principal fuente informativa para los estudiantes. Esto puede deberse a su enfoque general en noticias nacionales y su presencia activa en redes sociales.

Radio Programas del Perú (RPP) ocupa el segundo lugar con un 19.05%, posiblemente por su reputación como una fuente confiable y de amplia cobertura. Asimismo, El Comercio y Exitosa Noticias tienen una participación del 18.09% y 16.19%, respectivamente, lo que sugiere que también son opciones populares, aunque con una ligera menor preferencia en comparación con La República.

Páginas de Facebook de medios como TV Perú con el 5.71% y Perú 21 con el 4.29% tienen una menor frecuencia de consulta, lo que podría reflejar una menor interacción en plataformas digitales entre el público joven. Otros medios suman un 5.24%, lo cual incluye probablemente páginas menos conocidas o menos visitadas por los jóvenes universitarios.

Por consiguiente, las páginas más visitadas son de los medios La República, RPP, El Comercio, y Exitosa Noticias, que representan alrededor del 85% del total de las preferencias. Esto sugiere que los estudiantes tienden a confiar en páginas de medios de comunicación establecidos, que suelen cubrir una amplia gama de temáticas, incluyendo noticias policiales, políticas y sociales, alineadas con los objetivos específicos del estudio.

La alta preferencia por estas páginas de los medios indica que estos podrían influir significativamente en la percepción de la credibilidad, veracidad, objetividad y

autenticidad de las noticias que los estudiantes consumen. Por ejemplo, las noticias policiales, políticas y sociales publicadas en páginas como La República y RPP, que combinan enfoque nacional y reputación, podrían moldear la forma en que los estudiantes valoran y entienden estos temas en el contexto de Facebook.

La mayor proporción de consulta de noticias en medios digitales consolida a Facebook como una plataforma clave para el acceso a la información. Esto coincide con la revisión bibliográfica del proyecto, que resalta el predominio de las redes sociales como fuentes primarias de información entre los jóvenes.

Los resultados reflejan una clara inclinación de los estudiantes hacia páginas de medios nacionales reconocidos como La República y RPP, lo que puede estar relacionado con la percepción de calidad y confiabilidad en la información que estos ofrecen.

Tabla 3.

Páginas que visitan los estudiantes para informarse de las noticias a nivel regional

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Radio Onda Azul	74	35.24
Radio Pachamama	64	30.48
Radio La Decana	22	10.47
Diario Sin Fronteras	20	9.52
El Portal Universitario	18	8.57
Puno Noticias	6	2.86
Otros	6	2.86
TOTAL	210	100%

Nota: Elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

En la Tabla 2 los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA Puno muestran sus preferencias por las siguientes

páginas de Facebook, para informarse sobre noticias a nivel regional. Radio Onda Azul lidera las preferencias con un 35.24%, siendo la página más visitada para acceder a noticias regionales. Esto sugiere que los estudiantes perciben a este medio como una fuente confiable y relevante para mantenerse informados sobre temas locales.

Radio Pachamama ocupa el segundo lugar con un 30.48%, lo que refleja una considerable aceptación y posicionamiento entre los estudiantes en términos de credibilidad y alcance regional. Páginas de medios como Radio La Decana que cuenta con el 10.47% y el Diario Sin Fronteras con 9.52% tienen menor frecuencia de consulta, pero siguen siendo fuentes de información regional. El Portal Universitario con 8.57% se posiciona como una fuente importante entre los estudiantes, probablemente por su enfoque en temas universitarios y juveniles.

Puno Noticias y otras páginas de medios comparten un 2.86% de las preferencias cada uno, reflejando un interés reducido en fuentes menos conocidas o especializadas.

Los estudiantes tienden a priorizar páginas con una sólida reputación en la región, como Radio Onda Azul y Radio Pachamama, lo que indica que la percepción de la credibilidad, objetividad y autenticidad de las noticias influye en sus elecciones. La alta preferencia por estos medios puede estar vinculada a la percepción de que proporcionan información más cercana y relevante para su contexto social y cultural.

Radio Onda Azul y Radio Pachamama probablemente desempeñan un papel fundamental en la difusión de noticias sociales y políticas, temas que suelen ser prioritarios en su cobertura regional.

Páginas de medios como Radio La Decana y Diario Sin Fronteras podrían estar más enfocados en noticias policiales o de impacto inmediato, lo que explicaría su posicionamiento en un rango medio de las preferencias.

El Portal Universitario, aunque con menor porcentaje, puede ser una plataforma clave para noticias sociales vinculadas al entorno académico y juvenil, alineándose con el interés de los estudiantes.

La preferencia por páginas de medios específicos refleja cómo los estudiantes valoran la calidad y relevancia de las noticias regionales en su formación académica y percepción del entorno. La diversidad de fuentes consultadas también evidencia la necesidad de analizar críticamente la información.

Tabla 4.

Páginas que visitan los estudiantes para informarse de las noticias a nivel local

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Radio Onda Azul	52	24.76
Radio Pachamama	34	16.19
Fama TV	32	15.24
Diario Sin Fronteras	26	12.38
Puno Sin Filtro	12	5.71
Radio La Decana	12	5.71
Cositel	9	4.29
Artemusa TV	8	3.81
Foro TV	6	2.86
Red Universitaria	5	2.38
TV UNA	4	1.91
Otros	10	4.76
TOTAL	210	100%

Nota: Elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

En la Tabla 3 se puede observar que nuevamente Radio Onda Azul lidera con un 24.76%, consolidándose como la principal fuente de noticias locales. La página de este medio es percibida como confiable, con una cobertura amplia y un enfoque en temas que interesan a los estudiantes.

Radio Pachamama con 16.19% y Fama TV con 15.24% respectivamente, también tienen una notable preferencia, lo que refleja que los estudiantes consideran estas plataformas relevantes para mantenerse informados de la realidad local. Diario Sin Fronteras sigue de cerca con un 12.38%, posiblemente por su enfoque en noticias de impacto inmediato o temas de interés policial y local.

Otras páginas, como Puno Sin Filtro y Radio La Decana, cada uno con el 5.71%, tienen menor alcance, pero aún mantienen cierta relevancia como fuentes alternativas. Cositel, Artemusa TV, Foro TV, Red Universitaria, y TV UNA, junto con el grupo de otros medios representan una menor proporción de consulta, lo que puede indicar que son percibidos como menos influyentes o especializados en temas locales.

Por lo tanto, Radio Onda Azul, al igual que en las noticias regionales, lidera las preferencias en el ámbito local, probablemente por ser percibida como un medio creíble y auténtico. Esto refuerza su capacidad de influencia en la formación de opiniones sobre temas de relevancia comunitaria.

La diversificación de fuentes sugiere que los estudiantes recurren tanto a plataformas consolidadas como a otras emergentes para obtener una visión amplia de los acontecimientos locales. Es por ello que los medios como Fama TV y Diario Sin Fronteras pueden tener una mayor proporción de cobertura de noticias policiales, lo que explica su presencia significativa en la lista de preferencia.

Mientras que, Radio Pachamama y Radio Onda Azul podrían destacarse en la difusión de noticias políticas locales, dado su enfoque en temas sociales y de interés público.

La preferencia por medios locales con mayor interacción como Radio Onda Azul y Radio Pachamama destaca la importancia de la credibilidad y accesibilidad de los contenidos para los estudiantes.

El consumo de páginas de medios menos populares, como Cositel, Artemusa TV y Foro TV, podría estar relacionado con una percepción de menor calidad, especialización o alcance en sus noticias.

4.1.1. Percepción de las noticias policiales que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno

Tabla 5.

Percepción de la calidad de las noticias de contenido policial

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	9	4.3%
Buena	69	32.9%
Regular	120	57.1%
Mala	9	4.3%
Deficiente	3	1.4%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

La calidad de las noticias policiales fue calificada como promedio por aproximadamente el 57.1% de los estudiantes. Esto significa que un poco más de la mitad de los encuestados no consideró las noticias ni demasiado buenas ni malas, reflejando una percepción general de calidad media. Se observan tanto percepciones positivas como negativas. Un escaso 4.3% de los estudiantes

calificaron la calidad como "muy buena", mientras que el 32.9% la calificaron como "buena", sumando un saludable 37.2% de percepciones positivas.

Esto implica que, para una importante proporción de estudiantes, la calidad de las noticias policiales es percibida de manera positiva. Existe un 4.3% que califica la calidad como "mala" y un 1.4% como "deficiente", lo que representa un 5.7% de percepciones negativas en total. Esta es una minoría muy pequeña que tiene una percepción negativa de la calidad de estas noticias. La preponderancia de las calificaciones de "regular" sugiere una percepción de calidad aceptable, aunque no excelente, en las noticias policiales publicadas en Facebook, lo que podría indicar cierto margen para mejorar la calidad percibida.

Las páginas de Facebook sobre noticias policiales podrían hacer énfasis en mejorar la precisión, profundidad y presentación de los contenidos para elevar la percepción de calidad. Esto podría implicar el uso de fuentes creíbles, la adición de más detalles contextuales y la mejora en la redacción y edición de las noticias. No obstante, un aumento en la transparencia y la verificación de hechos dentro de los informes podría mejorar la percepción de calidad entre los estudiantes. Reducir el sesgo y el enfoque sensacionalista también puede contribuir positivamente.

En este caso, en cuanto a las noticias policiales, los estudiantes perciben una calidad regular. Aunque una buena parte tiene una percepción positiva, la minoría que lo ve como negativo y la mayoría que lo ve como "regular" indican áreas que se podrían mejorar. Las páginas de noticias policiales en Facebook deberían centrarse en aumentar la calidad y credibilidad del contenido para mejorar la percepción entre los estudiantes.

Tabla 6.

Percepción de las noticias policiales publicadas en el Facebook luego de ser leídas, te parecen

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy interesante	9	4.3%
Interesante	132	62.9%
Poco interesante	54	25.7%
No interesante	15	7.1%
Nada interesante	0	0.0%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

En la tabla 5 el nivel de interés por la lectura tiene una buena percepción entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social. Solo el 4.3% de los estudiantes consideró las noticias policiales como "Muy interesantes". Esto implicaría que una muy pequeña parte de la población estudiantil se siente altamente atraída por estas noticias. El 62.9% de los estudiantes calificó las noticias policiales como "Interesantes", lo que significa que un buen porcentaje las encuentra atractivas e interesantes. Esta es la percepción más común: aunque las noticias policiales no sean extremadamente cautivadoras, logran captar la atención de la mayoría de los estudiantes.

El 25.7% de los estudiantes considera las noticias policiales "Poco interesantes", lo cual indica que, para una cuarta parte de los encuestados, las noticias policiales no logran atraer significativamente. El 7.1% de los estudiantes considera las noticias "No interesantes". Aunque el número no es muy alto, representa un grupo significativo de estudiantes que apenas encuentra valor en

este tipo de noticias. Ninguno de los estudiantes clasifica este tipo de noticias como "Nada interesantes", lo cual podría considerarse positivo ya que no se percibe indiferencia o rechazo total. Esto muestra que la mayoría de los estudiantes, el 67.2%, encuentra las noticias de crímenes ya sea "Interesantes" o "Muy interesantes"; por lo tanto, estas noticias tienen cierto atractivo para los estudiantes.

El 32.8% de los estudiantes considera las noticias "Poco interesantes" o "No interesantes", lo cual indica que la presentación y el contenido de las noticias policiales podrían mejorarse para hacerlas más interesantes y atractivas para los estudiantes. Para hacerlas más interesantes, las páginas de Facebook podrían profundizar en reportajes detallados, análisis y perspectivas que resuenen con las experiencias y preocupaciones de los estudiantes. Esto podría incluir historias de interés humano de impacto local, cobertura de casos relevantes y reportajes de investigación profundos.

La impresión general de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, basada en las noticias publicadas en páginas de Facebook, muestra que el 62.9% las considera "Interesantes" y el 4.3% las considera "Muy interesantes". Por otro lado, en el caso del 32.8%, las consideran "Poco interesantes" o "No interesantes", lo cual sugiere que aún queda un largo camino para posicionarlas como noticias relevantes y altamente atractivas. Las páginas de Facebook deben encontrar formas de aumentar el interés mediante una mejor narrativa, más profundidad y mayor relevancia.

Tabla 7.

Percepción de la credibilidad de las noticias policiales que son publicadas en el Facebook

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Altamente creíble	9	4.3%
Creíble	93	44.3%
Poco creíble	90	42.9%
No creíble	12	5.7%
Nada creíble	6	2,8%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

Los niveles de credibilidad y las percepciones son positivos: el 4.3% de los estudiantes considera que las noticias policiales son "Altamente creíbles". Esto significa que una pequeña minoría tiene un alto nivel de confianza en la credibilidad de estas noticias. El 44.3% de los estudiantes percibe las noticias policiales como "creíbles", lo que indica que alrededor de la mitad de los estudiantes encuentra que estas noticias son razonablemente confiables, aunque no extremadamente creíbles.

Por otro lado, también existen percepciones negativas: el 42.9% de los estudiantes considera que las noticias policiales son "poco creíbles", lo que refleja un alto grado de desconfianza en la exactitud y veracidad de las noticias para esta porción significativa de estudiantes. Otro 5.7% califica las noticias como "no creíbles", reflejando una considerable falta de confianza en la información proporcionada. Además, el 2.8% de los estudiantes considera las noticias "nada

creíbles", representando una pequeña pero significativa fracción que no confía en absoluto en las noticias policiales.

Si se analizan las implicaciones de este resultado, el 42.9% de los estudiantes que encuentra las noticias "poco creíbles" sumado al 8.5% que las califica como "no creíbles" o "nada creíbles", indican una percepción generalizada de desconfianza; así, se percibe que la credibilidad de las noticias policiales publicadas en Facebook es baja. Esto indica que las fuentes de noticias deben trabajar en mejorar su credibilidad.

Las páginas de Facebook que publican noticias policiales deben enfocarse en ser más precisas y transparentes en sus reportajes. Esto podría lograrse mediante una rigurosa verificación de hechos, la inclusión de otros puntos de vista y la reducción de sesgos en las noticias. Aunque el 44.3% de los lectores encuentran las noticias "creíbles", el bajo porcentaje de "Altamente creíbles" que alcanza al 4.3% sugiere que hay espacio para mejorar la confianza de los lectores.

La percepción de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno sobre la credibilidad de las noticias policiales publicadas en las páginas de Facebook muestra una polarización significativa.

Tabla 8.

Percepción de la veracidad de las noticias policiales que son publicadas en el Facebook

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Altamente veraz	12	5.7%
Veraz	90	42.9%
Poco veraz	93	44.3%
No veraz	12	5.7%
Nada veraz	3	1.4%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

Solo el 5.7% de los estudiantes consideran que las noticias policiales son “Altamente veraces”. Esto muestra que una muy pequeña minoría de los estudiantes tiene un alto nivel de confianza en la veracidad de estas noticias. El 42.9% de los estudiantes considera que las noticias son “Veraces”. Aunque este es un porcentaje importante, sigue siendo menos de la mitad de los encuestados, lo que significa que hay mucho margen de mejora en la percepción de veracidad.

Es necesario analizar la percepción negativa, ya que el 44.3% de los estudiantes consideran que las noticias policiales son “Poco veraces”, lo cual refleja una gran desconfianza sobre la precisión de estas noticias. Esto se suma al indicador de “No veraz”: un 5.7% de los estudiantes clasifica las noticias como “No veraces”, lo que indica una falta notable de confianza en la información presentada. “Nada veraz”: el 1.4% de los estudiantes considera las noticias “Nada veraces”, una minoría pequeña pero significativa que no confía en absoluto en la veracidad de las noticias policiales.

La percepción de noticias “Poco veraces” con el 51.4% indica la necesidad de una mayor exactitud y fiabilidad en las noticias policiales. Las páginas de Facebook también podrían centrarse más en la verificación de hechos, la presentación clara de pruebas disponibles y, posiblemente, reducir el sensacionalismo. Aunque el 42.9% considera que las noticias son “Veraces”, el bajo porcentaje de “Altamente veraces” que alcanza al 5.7% muestra que hay margen para mejorar la confianza en su veracidad. Esto podría incluir más contexto, citas de fuentes confiables y una mayor transparencia en el proceso de recopilación de noticias.

La veracidad de las noticias policiales publicadas en las páginas de Facebook se percibe de manera dividida por los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno. Los estudiantes describen las noticias como “Veraces” en un 42.9%, mientras que un 51.4% mantiene una percepción negativa sobre su veracidad. Esto demuestra que las noticias policiales en Facebook necesitan ser más precisas, claras y confiables para aumentar la confianza de los estudiantes en la información proporcionada, y este proceso debe centrarse en una verificación rigurosa.

Tabla 9.

Percepción de la actualidad de las noticias policiales que son publicadas en el Facebook

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Altamente actual	12	5.7%
Actual	144	68.6%
Poco actual	48	22.9%
No actual	6	2.8%
Nada actual	0	0.0%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

La tabla 5 indica que solo el 5.7% de los estudiantes percibe que las noticias policiales son “Altamente actuales”. Esto significa que una muy pequeña minoría considera que las noticias son oportunas y adecuadas en el momento de su publicación. Según la tabla, el 68.6% de los estudiantes considera que las noticias policiales son “Actuales”. Este es un porcentaje considerablemente alto, lo que muestra que la mayoría de los estudiantes siente que las noticias están actualizadas y son relevantes.

El 22.9% considera que las noticias no están completamente al día con los eventos recientes. Solo el 2.8% de los estudiantes describe las noticias como “No actuales”, lo cual refleja que una pequeña mayoría percibe que las noticias no son realmente útiles o están desfasadas. Ningún estudiante consideró las noticias como

“Nada actuales”, lo que sugiere que no existe la percepción de irrelevancia total en cuanto a la temporalidad.

Con un 68.6% de los entrevistados considerando las noticias “Actuales”, se genera una impresión favorable de que las noticias policiales en Facebook son oportunas y relevantes, lo cual se considera una señal positiva sobre la capacidad de las páginas de noticias de cubrir eventos actuales. Sin embargo, el 22.9% cree que las noticias son “Poco actuales” y un 2.8% las percibe como “No actuales”. Esto sugiere que hay margen para mejorar la rapidez y relevancia de las noticias. Las páginas de Facebook podrían beneficiarse de un enfoque ágil de publicación de noticias para mantener mejor informada a su audiencia.

La percepción mixta respecto a la actualidad de las noticias implica que, si bien la mayoría percibe las noticias como actuales, una cantidad considerable cree lo contrario. Esto podría deberse a posibles retrasos en la publicación, falta de monitoreo continuo de eventos o una mayor atención a otro tipo de contenido. Según los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, gran parte de las noticias policiales publicadas en Facebook se consideran “Actuales” por el 68.6% de los estudiantes.

Tabla 10.

Percepción del interés general de las noticias policiales que son publicadas en el Facebook

Afirmaciones	Cantidad	Porcentaje
Altamente de interés general	12	5.7%
De interés general	120	57.1%
Poco interés general	69	32.9%
No tiene interés general	9	4.3%
Nada de interés general	0	0.0%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

El 5.7% de los estudiantes considera que las noticias policiales son "Altamente de interés general". Esto indica que una pequeña fracción de los estudiantes encuentra estas noticias extremadamente relevantes.

El 57.1% de los estudiantes considera que las noticias son "De interés general". Este porcentaje mayoritario sugiere que más de la mitad de los estudiantes percibe las noticias policiales como generalmente relevantes y de interés para ellos.

Un 32.9% de los estudiantes clasifica las noticias como de "Poco interés general", lo cual señala que una proporción significativa encuentra las noticias menos atractivas o menos relevantes.

El 4.3% de los estudiantes considera que las noticias no tienen interés general, mostrando que una pequeña minoría no encuentra ninguna relevancia en estas noticias.

Ningún estudiante clasificó las noticias como "Nada de interés general", lo que sugiere que, aunque hay críticas, no hay una percepción de irrelevancia total.

De esta manera se considera relevante este indicador, porque el 57.1% de los estudiantes ha percibido las noticias policiales "De interés general", hay una percepción predominante de que estas noticias son relevantes y de interés para la mayoría de los estudiantes. Esto es positivo y refleja que las noticias policiales captan la atención de una amplia audiencia.

Sin embargo, el 32.9% que considera las noticias de "Poco interés general" y el 4.3% que las ve como "No tiene interés general" sugiere que todavía hay un segmento significativo de la audiencia que no encuentra las noticias suficientemente atractivas. Esto puede indicar la necesidad de diversificar el contenido o de mejorar la presentación y el enfoque de las noticias policiales.

La combinación de percepciones positivas y neutrales a negativas indica que, aunque la mayoría de los estudiantes encuentra las noticias policiales interesantes, hay un margen considerable para captar la atención de aquellos que actualmente no las consideran tan relevantes.

La percepción del interés general de las noticias policiales publicadas en las páginas de Facebook, según los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, es predominantemente positiva, con un 57.1% de los estudiantes considerando estas noticias "De interés general". No obstante, el 32.9% que las encuentra de "Poco interés general" y el 4.3% que no les ve ningún interés sugiere que hay oportunidades para mejorar el contenido y la presentación de estas noticias para hacerlas más atractivas para un mayor número de estudiantes. Las estrategias pueden incluir un enfoque más

dinámico y variado en la cobertura de noticias policiales, así como una mayor interacción con la audiencia para identificar sus intereses específicos.

4.1.2. Percepción de las noticias políticas que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA – Puno

Tabla 11.

Percepción de la calidad de las noticias de contenido político

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	18	8.6%
Buena	87	41.4%
Regular	105	50.0%
Mala	0	0.0%
Deficiente	0	0.0%
TOTAL	210	100%

Nota: Elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

Con un 8.6% calificando como “Muy buena” y un 41.4% como “Buena”, el 50% de los estudiantes ha dado una opinión positiva sobre la calidad de las noticias políticas en Facebook. Esto implica que la mitad de los estudiantes percibe que la calidad de las noticias políticas es aceptable o superior. La notable presencia de estas calificaciones sugiere que las páginas de Facebook están ofreciendo contenido político que una parte significativa de la audiencia estudiantil percibe como de calidad.

El 50.0% de los estudiantes considera que la calidad de las noticias políticas es regular, siendo este el grupo más grande. Esto sugiere que, si bien las

noticias no se consideran malas, tampoco destacan como de alta calidad. Este porcentaje indica que existe un amplio margen para mejorar la calidad percibida de las noticias políticas. Las noticias cumplen con un estándar básico, pero se pueden hacer esfuerzos para elevar la percepción hacia niveles más altos.

Ningún estudiante clasificó la calidad de las noticias políticas como mala o deficiente, lo cual es positivo, ya que refleja la ausencia de percepciones muy negativas sobre la calidad de las noticias. Por lo tanto, la mayoría de los estudiantes percibe la calidad de las noticias políticas como regular o buena, lo que sugiere que, aunque las noticias son aceptables, existe un margen significativo para mejoras. Las páginas de Facebook podrían beneficiarse si trabajan en mejorar la percepción de calidad de su contenido político, tal vez a través de una mejor investigación, redacción y presentación.

La ausencia de percepciones de mala o deficiente calidad es un buen comienzo. No obstante, se podrían implementar estrategias de mejora continua para transformar las percepciones regulares en buenas o muy buenas. Dado que la mitad de los estudiantes percibe la calidad como regular, comprender y atender las expectativas de este grupo podría ser clave. Al mejorar la profundidad, precisión y relevancia de las noticias políticas, estas percepciones neutrales podrían convertirse en positivas.

Al analizar las percepciones de calidad de las noticias de contenido político en las páginas de Facebook por parte de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA – Puno, se observa que la mitad de los estudiantes tiene una percepción positiva de la calidad, mientras que la otra mitad la percibe como regular.

No existen percepciones muy negativas, sin embargo, también es posible mejorar la calidad percibida, elevando las noticias políticas de un estándar regular a uno bueno o muy bueno, de modo que se respondan mejor a las expectativas y necesidades informativas de los estudiantes.

Tabla 12.

Percepción de las noticias políticas publicadas en el Facebook luego de ser leídas, te parecen

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy interesante	21	10.0%
Interesante	138	65.7%
Poco interesante	42	20.0%
No interesante	9	4.3%
Nada interesante	0	0.0%
TOTAL	210	100%

Nota: Elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

El 10.0% de estudiantes percibe como "Muy interesantes" y un 65.7% como "Interesantes", en total el 75.7% de los estudiantes considera que las noticias políticas publicadas en Facebook son interesantes. Esta gran mayoría percibe que las noticias políticas captan y mantienen la atención de gran parte de la audiencia estudiantil. Esto podría indicar que el alto interés en noticias políticas significa que el contenido coincide con los intereses y expectativas de los estudiantes, presentando temas relevantes y atractivos.

El 20% señala que las noticias políticas son de poco interés, lo cual representa una minoría considerable de aquellos que no encuentran el contenido suficientemente atractivo. Aunque una pequeña fracción de los estudiantes no

encuentra interesante las noticias políticas, la mayoría las percibe de forma positiva.

La mayoría de los estudiantes encuentra las noticias políticas en Facebook interesantes, lo que significa que, en general, los temas y la manera en que se presentan las noticias políticas son bien recibidos. La razón detrás de que un 20.0% de los estudiantes encuentren el contenido de poco interés podría ser un área en la que este tipo de contenido podría mejorar, posiblemente aumentando la relevancia y profundidad en los temas políticos.

En general, los estudiantes encuentran interesante o muy interesante el contenido político publicado en Facebook, lo cual es positivo para la aceptación de dicho contenido en esta plataforma. La percepción de las noticias políticas publicadas en Facebook es en su mayoría positiva entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, donde el 75.7% las encuentra interesantes o muy interesantes.

Aunque el 20.0% de los estudiantes considera las noticias poco interesantes, la ausencia de percepciones extremadamente negativas es alentadora. Mejoras adicionales en la relevancia y presentación del contenido político podrían ayudar a captar el interés de aquellos que actualmente no están totalmente satisfechos con las noticias.

Tabla 13.

Percepción de la credibilidad de las noticias políticas que son publicadas en el Facebook

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Altamente creíble	3	1,4%
Creíble	90	42.9%
Poco creíble	102	48.6%
No creíble	9	4.3%
Nada creíble	6	2,8%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- **Interpretación**

Solo el 1.4% de los estudiantes consideró que las noticias políticas eran altamente creíbles, aunque el 42.9% las consideró creíbles. En total, el 44.3% de los estudiantes consideró creíbles las noticias políticas. Si bien un porcentaje relativamente alto de estudiantes consideró creíbles las noticias políticas, la estimación de alta credibilidad es extremadamente baja, lo que indica una gran duda sobre la veracidad de las noticias.

Un impresionante 48.6% de los estudiantes encuentra que las noticias políticas no son creíbles. Este es el porcentaje más alto, lo que refleja una preocupación general que afecta la credibilidad de las noticias políticas. Aproximadamente el 4.3% de ellos no encuentra creíbles las noticias políticas, mientras que el 2.8% afirma que estas noticias no son en absoluto creíbles. El hecho de que un alto porcentaje de estudiantes perciba las noticias en Facebook como poco confiables o nada confiables indica un nivel considerablemente bajo de desconfianza hacia las noticias políticas.

En relación a esto, por lo tanto, la credibilidad se percibe como de moderada a baja. La mayoría de los estudiantes no perciben las noticias políticas en Facebook como altamente creíbles. Es la categoría de “poco creíble” la que domina las respuestas, seguida de las respuestas que indican que son creíbles, un panorama que refleja una visión general de credibilidad de moderada a baja. El escepticismo generalizado sobre las noticias políticas en Facebook se indica mediante la mayor prevalencia de respuestas que señalan “poco creíble.” Esto podría deberse a la percepción de parcialidad, inexactitud de las noticias o la alta difusión de noticias falsas en la plataforma. Esto indica que las noticias políticas en Facebook deben mejorar considerablemente para ganar la plena confianza de sus lectores.

La credibilidad de las publicaciones de noticias políticas en Facebook entre los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, Escuela de Ciencias Profesional de Comunicación Social en Puno, es de baja a moderada. Aunque el 44.3% de los estudiantes califica las noticias como creíbles o altamente creíbles, el hecho de que casi la mitad de ellos 48.6% las considere poco creíbles muestra un nivel de desconfianza bastante significativo. La percepción de alta credibilidad es muy baja, en un 1.4%, lo que significa que aún es necesario mejorar la precisión, la objetividad y la transparencia de las noticias en el ámbito político para que los estudiantes puedan creer en ellas.

Por lo tanto, la percepción de credibilidad es media porque ese 42.9% de los encuestados considera que estas noticias son "Creíbles". Este es el segundo grupo más grande, lo cual demuestra que, aunque hay un nivel considerable de escepticismo, una porción significativa todavía confía en la información política de esta plataforma, aunque no en un nivel alto.

Tabla 14.

Percepción de la veracidad de las noticias políticas que son publicadas en el Facebook

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Altamente veraz	12	5.7%
Veraz	90	42.9%
Poco veraz	93	44.3%
No veraz	15	7.1%
Nada veraz	0	0.0%
TOTAL	210	100%

Nota: Elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

En la tabla 13, solo el 5.7% de los estudiantes considera que las noticias políticas son muy veraces y el 42.9% las considera veraces. En resumen, el 48.6% de los estudiantes perciben las noticias políticas como veraces. Aunque un gran porcentaje de estudiantes percibe las noticias políticas como verdaderas, el nivel de percepción de alta veracidad es relativamente bajo. La tabla indica que se deposita una fe moderada en la veracidad de las noticias políticas, aunque no sin reservas.

Un 44.3% de los estudiantes considera que las noticias políticas son poco veraces, siendo esta la categoría principal en la tabla. El 7.1% considera que las noticias políticas no son veraces, mientras que ningún estudiante las considera nada veraces. Esta alta proporción de estudiantes que consideran las noticias no muy veraces sugiere un gran nivel de desconfianza en la veracidad de las noticias políticas en Facebook. La mayoría de los estudiantes ha calificado las noticias políticas en Facebook como "poco veraces" en su percepción. La percepción de

veracidad se sugiere, por tanto, como media a baja, con respuestas dominadas principalmente por "Poco veraz", seguidas de "Veraz".

El gran porcentaje de respuestas mencionadas anteriormente, como "Poco veraz", representa una especie de incredulidad masiva en la veracidad de las noticias políticas en Facebook. Muy probablemente, esto puede atribuirse a la percepción de sesgo en las noticias, inexactitud o incluso noticias falsas en la plataforma. El bajo porcentaje de estudiantes que perciben las noticias como altamente veraces sugiere que las noticias políticas en Facebook necesitan hacer mucho más para llenar la confianza restante de su audiencia en cuanto a su veracidad.

Relativamente, la veracidad de las noticias políticas que los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA—Puno publican en Facebook es de moderada a baja. Aunque el 48.6% de los estudiantes considera que las noticias son en gran medida veraces, el hecho de que el 44.3% considere que las noticias no son muy veraces muestra un alto nivel de desconfianza. La percepción de alta credibilidad es baja, en un 5.7%, lo que sugiere que mejorar los atributos de precisión, objetividad y transparencia podría hacer que las noticias políticas se perciban con un mayor nivel de veracidad.

Tabla 15.

Percepción de la actualidad de las noticias políticas que son publicadas en el Facebook

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Altamente actual	24	11.4%
Actual	147	70.0%
Poco actual	36	17.2%
No actual	3	1.4%
Nada actual	0	0.0%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

El 11.4% considera altamente actual, mientras que el 70.0% expresa que es actual, por lo que las noticias políticas vistas en Facebook son actuales y altamente actuales. La mayoría de los estudiantes percibe la relevancia de las noticias políticas publicadas en Facebook como oportuna. Esto significa que los estudiantes confían en que estas noticias reflejan los eventos y desarrollos más recientes.

El 17.2% de los estudiantes considera que las noticias políticas son relativamente poco actuales. Solo una pequeña fracción del 1.4% cree que las noticias no son actuales y ninguno las considera nada actuales. Sin embargo, aunque las percepciones de las noticias políticas como poco actuales o nada actuales son las de una pequeña minoría entre la muestra estudiantil, la frecuencia de estas opiniones señala el hecho de que ciertas noticias pueden estar desactualizadas y no reflejan de manera efectiva los eventos recientes.

En consecuencia, la percepción general de actualidad es alta entre los estudiantes. Un porcentaje aún mayor, el 81.4%, considera que las noticias políticas son actuales o muy actuales, por lo que, en general, las noticias publicadas en Facebook están en sintonía con las noticias de hoy. Sin embargo, existe un 17.2% que no considera que las noticias sean actuales y un 1.4% que no percibe las noticias como actuales, lo cual indica un área de mejora. Esto podría explicarse por un retraso en la actualización de las noticias o porque se publica contenido que los estudiantes no consideran actual o relevante.

La percepción de novedad de los artículos de noticias políticas publicados en Facebook es en su mayoría positiva para los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno. El 81.4% de los estudiantes sienten que están actualizados o muy actualizados, lo cual refleja una gran confianza en la relevancia temporal al referirse a las noticias. En contraste, el 18.6% considera que no están muy actualizadas o que no están actualizadas, lo que implica que la rapidez y relevancia de las actualizaciones deben mantenerse y mejorarse para cumplir con las expectativas de toda la audiencia estudiantil.

Tabla 16.

Percepción del interés general de las noticias políticas que son publicadas en el Facebook

Afirmaciones	Cantidad	Porcentaje
Altamente de interés general	42	20.0%
De interés general	120	57.1%
Poco interés general	45	21.5%
No tiene interés general	3	1.4%
Nada de interés general	0	0.0%
TOTAL	210	100%

Nota: Elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

En total, el 20.0% y 57.1% de los estudiantes percibe las noticias políticas en Facebook como de interés general o altamente interesantes respectivamente. Es por esta razón que la mayoría de los estudiantes encuentran atractivas las noticias políticas publicadas en Facebook. Se podría mencionar que las noticias políticas son importantes y valiosas para los estudiantes, reflejando una conexión significativa con los temas políticos.

El 21.5% de los estudiantes cree que las noticias políticas tienen poco interés general, el 1.4% considera que no tienen interés general, y ninguno cree que tengan algún interés general. En este sentido, aunque algunos estudiantes encuentran que las noticias políticas no son tan interesantes, o incluso en general aburridas, la aparición de estas opiniones en gran número significa que algunas noticias o temas políticos podrían no ser interesantes para todos, o que algunos contenidos podrían no mostrarse de manera atractiva. Aquí tenemos una

confirmación más de que, en general, los estudiantes encuentran interesante este contenido.

Sin embargo, la existencia de un 21.5% que considera que estas noticias tienen poco interés general y un 1.4% que no las ve con interés general señala un área de mejora. Esto podría deberse a una falta de conexión con algunas noticias políticas o a la forma en que se presentan. La percepción general sobre el interés hacia las noticias políticas publicadas en Facebook fue mayormente positiva para los estudiantes de la UNA—Puno, Facultad de Ciencias de la Comunicación.

No obstante, el hecho de que el 77.1% de los estudiantes las calificara como de interés general o de gran interés general sugiere un alto nivel de confianza en el interés general o el valor informativo del material. Pero el 22.9% de los estudiantes que las perciben como de escaso interés general, o sin interés general, apunta a la necesidad de diversificar los temas políticos tratados y mejorar la presentación de la información para captar el interés de más personas.

4.1.3. Percepción de las noticias sociales que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA – Puno

Tabla 17.

Percepción de la calidad de las noticias de contenido social

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	18	8.6%
Buena	102	48.6%
Regular	84	40%
Mala	6	2.8%
Deficiente	0	0.0%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

El 8.6% y 48.6% de estudiantes considera que la calidad de las noticias sociales en Facebook es buena y muy buena. Esto indica que la mayoría de los estudiantes tiene una percepción positiva sobre la calidad de las noticias sociales, considerándolas bien desarrolladas, útiles y precisas. La calidad de las noticias sociales es calificada como regular por el 40.0% de los estudiantes. Esta gran proporción de estudiantes indica que tienen una visión neutral respecto a la calidad de las noticias. Esto significa que no consideran que las noticias sean malas, pero al mismo tiempo no las encuentran particularmente destacables, lo que sugiere brechas en la forma y en los detalles con los que se presenta la información.

Solo unos pocos estudiantes con el 2.8% ven la calidad de las noticias sociales como mala. Ningún estudiante la considera muy mala. La baja percepción

negativa indica que, si bien la calidad general de las noticias sociales podría mejorar en ciertos aspectos, no es percibida como gravemente deficiente.

El otro 40% de los estudiantes que consideran la calidad como regular indica que, aunque no la perciben negativamente, hay margen para mejorar en cuanto a la profundidad de la información, la claridad en su presentación o en mantener los contenidos actualizados. El porcentaje de percepción negativa es bajo, lo que claramente indica que, en general, las noticias sociales no se ven de manera desfavorable. Simplemente se espera que mejoren para reducir incluso este pequeño porcentaje negativo.

Por lo tanto, en el caso de las noticias sociales, la percepción de calidad puede incrementarse, por ejemplo, de regular a buena o muy buena, aumentando la profundidad del análisis. Esto se logrará proporcionando contexto, antecedentes y diversas perspectivas. Asegurarse de que las noticias sociales aborden temas de alta relevancia e interés para los estudiantes puede aumentar la percepción positiva. Las áreas de enfoque pueden guiarse mediante encuestas periódicas sobre los intereses de los estudiantes.

Invertir en la representación visual y la claridad de la información también hará que las noticias sean más atractivas, amenas y pueda mejorar su percepción de calidad. La capacitación continua de los creadores de contenido en el uso de técnicas de periodismo digital y redes sociales podría llevar a mejorar la calidad general de las noticias. La percepción de calidad de las noticias sociales en Facebook es mayormente positiva entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, aunque con un margen considerable de mejora. Se podría aumentar la percepción de calidad con

iniciativas para profundizar el análisis, incrementar la relevancia y mejorar la presentación.

Tabla 18.

Percepción de las noticias sociales publicadas en el Facebook luego de ser leídas, te parecen

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy interesante	36	17.1%
Interesante	123	58.6%
Poco interesante	48	22.9%
No interesante	3	1.4%
Nada interesante	0	0.0%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

El 17.1% y 58.6% de los estudiantes consideran que las noticias sociales en Facebook son interesantes o muy interesantes. La mayoría de los estudiantes muestra un alto interés en las noticias sociales, lo que sugiere que el contenido es relevante y capta su atención. Un 22.9% encontró las noticias sociales poco interesantes. Aunque la mayoría las encuentra interesantes, un grupo reducido de estudiantes no se siente atraída por el contenido. Esto podría señalar áreas específicas de mejora para captar mejor el interés de este grupo. Solo el 1.4% de los estudiantes consideró las noticias sociales como no interesantes, y ninguno las calificó como nada interesantes. El bajo porcentaje de estudiantes que considera aburridas o muy aburridas estas noticias sugiere que el impacto general es positivo y relevante, aunque siempre se puede aumentar el interés.

Así, la mayoría de los estudiantes encontró las noticias sociales en Facebook al menos interesantes, lo que significa que cumplen con las expectativas de la audiencia estudiantil y sus necesidades informativas. Un 22.9% de los estudiantes las consideró algo interesantes, lo cual sugiere que hay espacio para mejoras que mantengan el interés de todos los estudiantes. Esto podría implicar adaptar el contenido para hacerlo más relevante o atractivo. La proporción mínima de estudiantes que calificó las noticias como "no interesantes" o "nada interesantes" indica que los contenidos están bien orientados en términos de captar el interés de los estudiantes.

Algunas ideas para hacer que las noticias sociales sean aún más atractivas incluyen el uso de diferentes formatos como videos, infografías o análisis profundos. Identificar los temas de mayor interés dentro de la categoría de noticias sociales y adaptar el contenido en función de estos temas. Añadir encuestas, debates o comentarios que permitan la participación estudiantil en la creación y discusión de las noticias, lo cual podría elevar el interés general. Asegurarse de que las noticias sean actuales y relevantes en relación con temas sociales, para maximizar el interés y la participación.

La percepción general de las noticias sociales publicadas en Facebook es muy positiva, ya que la mayoría de los estudiantes las encuentran interesantes. Sin embargo, esto abre una oportunidad para mejorar aún más el contenido y captar la atención de aquellos estudiantes que encuentran las noticias menos interesantes. Enriquecer y desarrollar el contenido en función de los intereses específicos de los estudiantes puede ayudar a aumentar el interés general en las noticias sociales.

Tabla 19.

Percepción de la credibilidad de las noticias sociales que son publicadas en el Facebook

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Altamente creíble	18	8.6%
Creíble	120	57.1%
Poco creíble	69	32.9%
No creíble	0	0.0%
Nada creíble	3	1.4%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

El 8.6% de estudiantes las considera altamente creíbles y el 57.1% como creíbles, evidenciando que existe un buen porcentaje de credibilidad de las noticias sociales que encuentran en Facebook, lo cual muestra que esta plataforma es vista en términos generales como una fuente confiable. Sin embargo, un 32.9% de los estudiantes considera estas noticias son poco creíbles, lo que indica una preocupación considerable por la precisión de la información y la calidad de las fuentes. Este dato refleja que, aunque la mayoría confía en los contenidos de noticias en redes sociales, un número significativo tiene dudas, lo cual afecta la confianza total en la información compartida.

El hecho de que no haya respuestas en la categoría de "No creíble" y una baja cantidad en "Nada creíble" sugiere que, a pesar de las dudas, no se percibe una desconfianza extrema en los contenidos publicados en Facebook. Esto es un

buen indicador para la plataforma y sus editores, ya que sugiere que el contenido es generalmente aceptado y valorado como fiable.

No obstante, la proporción de estudiantes que ve estas noticias con escepticismo resalta la importancia de mejorar la calidad y veracidad de los contenidos. Esto implica implementar prácticas rigurosas de verificación de hechos y asegurar que las fuentes de información estén bien identificadas y sean confiables. Además, sería beneficioso ofrecer a los estudiantes formación en habilidades de pensamiento crítico, que los ayude a evaluar la credibilidad de las noticias y a identificar fuentes fiables.

Asimismo, incentivar la publicación de contenidos revisados y verificados contribuiría a fortalecer la percepción de credibilidad. Aunque la mayoría de los estudiantes ve las noticias en Facebook como creíbles, hay una inquietud importante sobre la fiabilidad en una parte de ellos. Abordar estas preocupaciones mediante un esfuerzo en la verificación y la transparencia de los contenidos podría aumentar la confianza general en las noticias sociales.

Tabla 20.

Percepción de la veracidad de las noticias sociales que son publicadas en el Facebook

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Altamente veraz	18	8.6%
Veraz	105	50.0%
Poco veraz	81	38.6%
No veraz	6	2.8%
Nada veraz	0	0.0%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

Sumando el porcentaje de 8.6% que considera altamente veraces y el 50.0% que estima que son veraces confía en las páginas de noticias sociales que ve en Facebook, lo cual indica que, en general, una mayoría percibe este tipo de contenido como confiable. Sin embargo, un 38.6% de los estudiantes considera que estas noticias son "poco veraces", lo cual señala una preocupación relevante sobre la precisión y confiabilidad de algunos de estos contenidos.

Solo el 2.8% ve las noticias sociales como "no veraces" y ninguno las considera "nada veraces". Esto implica que, aunque existen dudas, la desconfianza total es baja. Así, la percepción de los estudiantes sobre la veracidad de las noticias en Facebook es, en su mayoría, positiva.

No obstante, el hecho de que una cantidad significativa de estudiantes tenga reservas sobre la veracidad de estos contenidos resalta la necesidad de mejorar la precisión y calidad de la información en la plataforma.

La baja cantidad de respuestas en las categorías de "No veraz" y "Nada veraz" indica que, si bien hay preocupaciones, estas no son generalizadas. Sin embargo, es esencial abordar cualquier señal de desinformación con seriedad para mantener la confianza del público.

Implementar prácticas de verificación y validación de los contenidos ayudaría a garantizar que las noticias sociales sean lo más precisas y confiables posible. Además, sería útil asegurar que las fuentes de estas noticias sean claras y de confianza, mejorando así la percepción de veracidad entre los estudiantes.

En concreto, aunque la mayoría de los estudiantes ve las noticias en Facebook como veraces, una proporción significativa tiene dudas al respecto. Mejorar la precisión y la calidad de los contenidos, así como brindar herramientas educativas sobre cómo evaluar la veracidad de las noticias, podría aumentar la confianza en el contenido social publicado en estas plataformas.

Tabla 21.

Percepción de la actualidad de las noticias sociales que son publicadas en el Facebook

Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
Altamente actual	18	8.6%
Actual	147	70.0%
Poco actual	42	20.0%
No actual	3	1.4%
Nada actual	0	0.0%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

El 70.0% de estudiantes señaló como actuales las noticias sociales y el 8.6% consideró como altamente actuales, percibiendo que las noticias sociales en Facebook están bien actualizadas, lo cual demuestra que la plataforma cumple con las expectativas en términos de relevancia y actualidad. Sin embargo, un 20.0% considera estas noticias poco actuales, lo que muestra que algunos estudiantes sienten que la información podría mejorar en cuanto a la rapidez con la que se publica.

Solo el 1.4% opina que las noticias son "no actuales", y ninguno las califica como "nada actuales", lo cual sugiere que la percepción de

desactualización extrema es muy baja, aunque sigue siendo importante no perder de vista esta inquietud.

En general, los estudiantes valoran positivamente la actualidad de las noticias en Facebook, lo que es un aspecto favorable para la plataforma. No obstante, la opinión de una parte significativa que encuentra algunas noticias "poco actuales" señala que hay espacio para optimizar la frecuencia de las actualizaciones.

Por lo tanto, es importante garantizar que las noticias sociales se actualicen regularmente para cumplir con las expectativas de los estudiantes sobre la actualidad de la información. Considerar la implementación de alertas o notificaciones sobre las últimas noticias y eventos podría mantenerlos más informados y al día.

Realizar encuestas periódicas sobre la percepción de actualidad también ayudaría a ajustar las estrategias de publicación según las expectativas de los estudiantes. Además, capacitar a los gestores de redes sociales sobre la importancia de mantener la información actualizada y enseñarles técnicas para agilizar las actualizaciones de contenido podría ser una medida valiosa.

En síntesis, aunque la mayoría de los estudiantes ve las noticias sociales en Facebook como actuales, la preocupación sobre la desactualización en algunos casos sugiere la necesidad de mejorar la frecuencia de las publicaciones. Esto contribuiría a mantener la relevancia de la información y a satisfacer las expectativas de los usuarios sobre la actualidad en las redes sociales.

Tabla 22.

Percepción del interés general de las noticias sociales que son publicadas en el Facebook

Afirmaciones	Cantidad	Porcentaje
Altamente de interés general	30	14.3%
De interés general	132	62.9%
Poco interés general	36	17.1%
No tiene interés general	9	4.3%
Nada de interés general	3	1.4%
TOTAL	210	100%

Nota: elaboración propia en base a encuestas.

- Interpretación

La mayoría de los estudiantes con el 62.9% consideró que las noticias sociales en Facebook son de un interés general, lo que demuestra que este contenido resulta relevante para buena parte de ellos. Además, un 14.3% opina que estas noticias tienen un alto interés general, lo cual, aunque menor que el grupo que las encuentra solo "de interés general", refleja también un nivel notable de atractivo.

Por otro lado, un 17.1% de los estudiantes percibe las noticias sociales como de "poco interés general", lo que sugiere que algunos contenidos podrían no estar captando suficientemente la atención de este segmento. Solo un 5.7% considera que las noticias carecen completamente de interés general, lo cual es una proporción baja y muestra que, en términos generales, la percepción sobre el interés de estas noticias es bastante positiva.

En conjunto, la mayoría de los estudiantes ve las noticias sociales como relevantes, lo cual habla bien de la plataforma en cuanto a su capacidad para

ofrecer contenido que conecte con ellos. Sin embargo, el hecho de que una parte considerable las perciba como solo "moderadamente interesantes" sugiere la oportunidad de mejorar el contenido para captar más eficazmente el interés de todos los segmentos.

La baja cantidad de estudiantes que no encuentran interés en estas noticias indica que, aunque hay un pequeño grupo que no las considera relevantes, el interés general es sólido. Para atraer aún más a este público, sería útil diversificar los temas y formatos de las noticias sociales, incluyendo elementos que puedan captar la atención de un espectro más amplio de estudiantes. Además, realizar encuestas o estudios para comprender mejor qué tipos de noticias les resultan más atractivas ayudaría a afinar el contenido.

Otra buena estrategia sería fomentar la interacción y obtener retroalimentación directa de los estudiantes sobre los tipos de noticias que desean ver. Esto podría orientar la selección de temas y también inspirar mejoras en la presentación, como el uso de infografías, videos, o incluso formatos interactivos, que capturen mejor su interés.

En resumen, la percepción de las noticias sociales en Facebook entre los estudiantes es mayormente positiva, con un alto porcentaje que las encuentra de interés general. Sin embargo, ajustar y enriquecer el contenido y su presentación podría ayudar a captar aún más su atención, haciendo que las noticias sociales sean aún más relevantes para todos los estudiantes.

4.2. DISCUSIÓN

El estudio realizado evidencia una percepción variada y crítica por parte de los estudiantes hacia las noticias publicadas en Facebook, destacándose aspectos de interés

general, credibilidad actualidad y veracidad. Al contrastar estos hallazgos con investigaciones previas, se observa una clara consonancia en cuanto a las preocupaciones sobre la calidad informativa en redes sociales, aunque también emergen particularidades locales que enriquecen la discusión.

Uno de los principales hallazgos del presente estudio es la preocupación por la credibilidad y veracidad de las noticias en Facebook, lo que refleja un enfoque crítico hacia la información consumida por parte de los estudiantes de comunicación social. Este aspecto encuentra en el estudio de Santos (2019), quien señala que los jóvenes portugueses perciben un déficit en la confiabilidad de la información en redes sociales, fenómeno exacerbado por la proliferación de fake news. Asimismo, Blanco-Herrero y Arcila-Calderón (2019) refuerzan la idea de que las redes sociales son un espacio donde las normas deontológicas y la verificación de hechos deben fortalecerse para combatir la desinformación.

Otro hallazgo es que los estudiantes valoran positivamente el interés general y la actualidad de las noticias en Facebook, una tendencia que también se observa en la investigación de Pérez Garay (2020). Sin embargo, esta última señala que la inmediatez puede sacrificar la calidad y la veracidad de las publicaciones, generando percepciones negativas entre los usuarios, un problema también identificado en este estudio.

La percepción de las noticias policiales como interesantes, pero poco creíbles revela una tensión que se repite en otros contextos. Cajas y Espinoza (2022) destacan que las noticias digitales sobre feminicidios generan interés por su relevancia social, pero a menudo enfrentan cuestionamientos sobre su profundidad y autenticidad. Este paralelismo pone de manifiesto un problema generalizado en la cobertura de temas sensibles en redes sociales.

Por otro lado, las noticias políticas en Facebook generan una percepción mixta entre los estudiantes, con evaluaciones divididas sobre su calidad y credibilidad. Este hallazgo es consistente con el trabajo de Blanco-Herrero y Arcila-Calderón (2019), quienes señalan que las noticias políticas son especialmente susceptibles a la influencia de intereses económicos y falta de rigor ético.

A diferencia de las noticias políticas y policiales, las noticias sociales fueron mejor valoradas en términos de relevancia y confiabilidad. Este hallazgo es coherente con los resultados de Cajas y Espinoza (2022), quienes destacan que las noticias sociales suelen ser más accesibles y generan mayor interacción por su proximidad con las audiencias. Las noticias sociales, aunque bien valoradas, enfrentan el desafío de ofrecer mayor profundidad en su contenido. Este aspecto fue identificado como una debilidad en la percepción estudiada.

Un punto recurrente en los hallazgos es el contraste entre la alta valoración de la actualidad y el bajo nivel de credibilidad percibida. Este fenómeno se encuentra tanto a nivel internacional (Santos, 2019) como en el ámbito nacional (Pérez Garay, 2020), sugiriendo una tendencia global en el consumo de noticias digitales.

Las noticias de interés general tienen una mejor percepción en términos de relevancia, como señala Quijhua (2020). Esto refuerza la idea de que la pertinencia temática es un factor clave para la aceptación de las noticias en redes sociales.

La percepción negativa de las noticias mal verificadas es una constante en los estudios revisados. Pérez Garay (2020) subraya cómo la falta de verificación impacta en la confianza del usuario, un hallazgo que también se observa en las opiniones de los estudiantes en este estudio.

La aplicación de criterios de noticiabilidad como la veracidad, la actualidad y el interés general es fundamental para mejorar la percepción de las noticias, como lo demuestran tanto Quijhua (2020) como los resultados de este estudio.

Tanto a nivel local como en este estudio, la calidad de las noticias en Facebook tiende a ser percibida como regular. Quijhua (2020) señala que, aunque se respetan ciertos criterios de noticiabilidad, como la actualidad y el interés general, la calidad general de las publicaciones puede ser insuficiente para satisfacer las expectativas de los usuarios críticos.

La capacidad crítica de los estudiantes para evaluar las noticias en Facebook es un indicador positivo de su formación en comunicación social. Este hallazgo resalta la importancia de integrar más contenidos sobre alfabetización mediática en los programas de estudio. La interacción de los estudiantes con las noticias en Facebook, aunque moderada, destaca la importancia de ofrecer contenidos atractivos y de calidad. Esto también fue identificado por Cajas y Espinoza (2022) en su análisis de noticias sobre feminicidio.

La inmediatez de las redes sociales, aunque atractiva, impacta negativamente en la percepción de la calidad de las noticias. Pérez Garay (2020) advierte que esta dinámica puede llevar a una pérdida de confianza en la información publicada, un problema también identificado en este estudio.

Tanto en el contexto internacional como en el presente estudio, se resalta la necesidad de formar a los usuarios en habilidades críticas para evaluar la información. Santos (2019) subraya la importancia de la alfabetización mediática como una medida clave para enfrentar la desinformación. Este enfoque es especialmente relevante para los

estudiantes de Ciencias de la Comunicación, quienes necesitan herramientas para desempeñarse como futuros comunicadores responsables.

Al comparar los resultados de esta investigación con los antecedentes revisados, se identifican varias similitudes y patrones comunes:

1. Existe una preferencia generalizada por la actualidad e interés general de las noticias en Facebook, pero la credibilidad y la veracidad son elementos que limitan su percepción positiva.
2. Las noticias sociales son las que generan mayor aceptación entre los estudiantes, mientras que las noticias policiales y políticas enfrentan mayores cuestionamientos en términos de confianza.
3. A nivel local, los criterios de notabilidad como la veracidad y la proximidad son esenciales para mejorar la percepción de las noticias en Facebook.

Finalmente, este análisis resalta la importancia de fomentar la lectura en redes sociales, uso de la estrategia mediática y la responsabilidad ética en la publicación de contenidos en redes sociales, para enfrentar los desafíos de la desinformación y fortalecer la confianza de los usuarios en el entorno digital.

V. CONCLUSIONES

PRIMERA: Los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano perciben como relevante la actualidad e interés general de las noticias en Facebook, sin embargo, muestran su preocupación por la credibilidad y veracidad de las mismas, mostrando su posición crítica a las informaciones que se publican en la red social de Facebook.

SEGUNDA: La percepción de las noticias policiales publicadas en Facebook entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno es variada, con una tendencia de evaluar la calidad como regular, una credibilidad y veracidad divididas, y un interés general moderado. Aunque un porcentaje mayoritario de estudiantes considera estas noticias como interesantes y actuales, existe una notable desconfianza en su credibilidad y veracidad, y una parte de los estudiantes no las encuentra suficientemente relevantes.

TERCERA: La percepción de los estudiantes sobre las noticias políticas publicadas en Facebook revela un escenario variado. Mientras que una mayoría considera las noticias como actuales, de interés general y, en cierta medida, veraces y creíbles, también se identifican áreas de mejora importantes. La calidad de las noticias es mayormente vista como regular, y aunque las noticias atraen la atención de los estudiantes, existe una notable falta de confianza en su credibilidad y veracidad.

CUARTA: La mayoría de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social perciben positivamente la calidad, interés,

confiabilidad, autenticidad y relevancia de las noticias sociales difundidas en Facebook. La mayoría de los estudiantes considera que estas noticias son relevantes y de confianza. Sin embargo, existe un porcentaje significativo que identifica elementos a mejorar, especialmente en la profundidad del contenido, la autenticidad y la actualización.

VI. RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** Fortalecer la actitud crítica de los estudiantes porque su percepción influye en su nivel de interés y en la valoración general de las noticias, destacando la necesidad de mejorar la calidad de la información para fortalecer su impacto formativo en los futuros comunicadores sociales.
- SEGUNDA:** Los redactores de noticias en las redes sociales deben mejorar la calidad, la presentación y la veracidad de las noticias policiales para captar mejor el interés y la confianza de los estudiantes.
- TERCERA:** Las noticias políticas en Facebook deben captar más el interés de los estudiantes con el fin de elevar la percepción de su calidad y credibilidad. La ausencia de percepciones extremadamente negativas es relativamente buena, siempre y cuando se convierta la percepción de regular en buena o muy buena, lo que puede lograrse mediante un enfoque más riguroso y profesional en la elaboración y difusión de las noticias políticas.
- CUARTA:** Aunque la percepción negativa es baja, mejorar estos aspectos podría aumentar aún más la confianza y el interés en las noticias sociales entre los estudiantes. Es recomendable que los creadores de contenido trabajen en estrategias que refuercen la calidad y pertinencia de las noticias sociales, asegurando que estas cumplan con las expectativas de los estudiantes universitarios.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Betancourt, M. (2004). Géneros periodísticos: Para arropar su hibridez. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 10, 319-328.
- Blanco-Herrero, D., & Arcila-Calderón, C. (2019). Deontología y noticias falsas: Estudio de las percepciones de periodistas españoles. *Profesional de la información*, 28(3).
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/69510>
- Cajas Bravo, A. G., & Espinoza Felix, G. E. (2022). *Feminicidio en la noticia digital. “Página 3” y “El caso Dámaris”, según percepción de los Comunicadores Sociales de la Ciudad de Huánuco, 2021*.
<https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/7077>
- Campbell, F. (2016). *Periodismo escrito*. Secretaría de Cultura, Dirección General de Publicaciones.
- Gómez, Q., & César, J. (s. f.). *Criterios de noticiabilidad del diario Los Andes, radio Onda Azul y TV Una en la red social Facebook, año 2020*. Recuperado 5 de agosto de 2024, de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RNAP_4c645154fcb33d3f70ad2518cd54ebda
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 4). McGraw-Hill Interamericana México.
- Larequi, J. C. (2001). Periodismo e Internet: Nuevo medio, vieja profesión. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7, 33-48.

- Marco Gavilano, M. R. (s. f.). *Uso de las redes sociales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano. Puno, 2014.*
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Editorial Norma.
- Metodologia-de-la-InvestigaciÃ³n_Sampieri.pdf*. (s. f.).
- Moreno Espinosa, Dra. P. (2001). Los gÃ©neros periodÃ­sticos informativos en la actualidad internacional. *Ãmbitos. Revista Internacional de Comunicaci3n*, 5, 169-190.
<https://doi.org/10.12795/Ambitos.2001.i05.09>
- Perez Garay, G. F. (2020). *Percepci3n de la poblaci3n del distrito de Tumbes sobre la informaci3n difundida en la pÃ¡gina de facebook noticias Tumbes, perÃ­odo mayo–julio, 2020*. <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/2437>
- Santos, S. (2019). Percepci3n de las noticias falsas en universitarios de Portugal: AnÃ¡lisis de su consumo y actitudes. *Profesional de la informaci3n*, 28(3).
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/6952>
- 0

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta

ENCUESTA

Estimados estudiantes, les invitamos a participar en esta encuesta que tiene como objetivo explorar su percepción sobre las noticias publicadas en las páginas de Facebook. Por favor, tomen un momento para responder con honestidad las siguientes preguntas. Sus opiniones son valiosas y contribuirán significativamente a nuestra investigación.

1. ¿Cómo evaluarías la calidad de noticias de contenido **policial** en las páginas de Facebook que visitas permanentemente?
 - a) Muy buena
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
 - e) Deficiente
2. ¿Cómo calificarías la calidad de noticias de contenido **político** en las páginas de Facebook que visitas con frecuencia?
 - a) Muy buena
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
 - e) Deficiente
3. ¿Cómo calificarías la calidad de noticias de contenido **social** en las páginas de Facebook que sigues frecuentemente?
 - a) Muy buena
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
 - e) Deficiente
4. Después de leer las noticias de contenido **policial**, ¿te ha parecido:
 - a) Muy interesante
 - b) Interesante
 - c) Poco interesante
 - d) No interesante
 - e) Nada interesante
5. Después de leer las noticias de contenido **político**, ¿te resultó:
 - a) Muy interesante
 - b) Interesante
 - c) Poco interesante
 - d) No interesante
 - e) Nada interesante
6. Después de leer las noticias de contenido **social**, ¿dirías que es:
 - a) Muy interesante
 - b) Interesante
 - c) Poco interesante
 - d) No interesante
 - e) Nada interesante
7. ¿Qué **tan creíbles** consideras las **noticias policiales** que lees en las páginas de Facebook?
 - a) Altamente creíble

- b) Creíble
 - c) Poco creíble
 - d) No creíble
 - e) Nada creíble
8. ¿Cómo calificarías la **credibilidad** de las **noticias políticas** en las páginas de Facebook?
- a) Altamente creíble
 - b) Creíble
 - c) Poco creíble
 - d) No creíble
 - e) Nada creíble
9. ¿Cómo consideras las **noticias sociales** en el nivel de **credibilidad**?
- a) Altamente creíble
 - b) Creíble
 - c) Poco creíble
 - d) No creíble
 - e) Nada creíble
10. ¿Cómo consideras las **noticias policiales** en el nivel de **veracidad**?
- a) Altamente veraz
 - b) Veraz
 - c) Poco veraz
 - d) No veraz
 - e) Nada veraz
11. ¿Cómo consideras las **noticias políticas** en el nivel de **veracidad**?
- a) Altamente veraz
 - b) Veraz
 - c) Poco veraz
 - d) No veraz
 - e) Nada veraz
12. ¿Cómo consideras las **noticias sociales** en el nivel de **veracidad**?
- a) Altamente veraz
 - b) Veraz
 - c) Poco veraz
 - d) No veraz
 - e) Nada veraz
13. ¿Cómo consideras las **noticias policiales** en el nivel de **actualidad**?
- a) Altamente actual
 - b) Actual
 - c) Poco actual
 - d) No actual
 - e) Nada actual
14. ¿Cómo consideras las **noticias políticas** en el nivel de **actualidad**?
- a) Altamente actual
 - b) Actual
 - c) Poco actual
 - d) No actual
 - e) Nada actual
15. ¿Cómo consideras las **noticias sociales** en el nivel de **actualidad**?
- a) Altamente actual
 - b) Actual

- c) Poco actual
 - d) No actual
 - e) Nada actual
16. ¿Cómo consideras las noticias policiales en el nivel de interés general?
- a) Altamente de interés general
 - b) De interés general
 - c) Poco interés general
 - d) No tiene interés general
 - e) Nada de interés general
17. ¿Cómo consideras las noticias políticas en el nivel de interés general?
- a) Altamente de interés general
 - b) De interés general
 - c) Poco interés general
 - d) No tiene interés general
 - e) Nada de interés general
18. ¿Cómo consideras las noticias sociales en el nivel de interés general?
- a) Altamente de interés general
 - b) De interés general
 - c) Poco interés general
 - d) No tiene interés general
 - e) Nada de interés general
- Agradecemos sinceramente su participación. Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y serán de gran ayuda para nuestra investigación.

Anexo 2. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS
¿Cuál es la percepción de las noticias que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023?	Analizar la percepción de las noticias que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.	La percepción de las noticias que se publican en las páginas de Facebook es significativamente positiva entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.	Univariable: Percepción de las noticias en Facebook.	Noticias policiales Noticias políticas Noticias sociales	Encuesta Cuestionario
¿Cuál es la percepción de las noticias POLICIALES que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023?	Conocer la percepción de las noticias POLICIALES que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.	La percepción de las noticias POLICIALES que se publican en las páginas de Facebook es significativamente positiva entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.			
¿Cuál es la percepción de las noticias POLÍTICAS que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023?	Conocer la percepción de las noticias POLÍTICAS que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.	La percepción de las noticias POLÍTICAS que se publican en las páginas de Facebook es significativamente positiva entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.			
¿Cuál es la percepción de las noticias SOCIALES que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023?	Conocer la percepción de las noticias SOCIALES que se publican en las páginas de Facebook en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.	La percepción de las noticias SOCIALES que se publican en las páginas de Facebook es significativamente positiva entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno, 2023.			

Anexo 3. Declaración jurada de autenticidad de tesis



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



VRI
Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo LEYDY VIVIAN CACERES CHURA,
identificado con DNI 71870925 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

"PERCEPCION DE LAS NOTICIAS QUE SE PUBLICAN EN LAS PAGINAS DE
FACEBOOK EN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNA - PUNO, 2023"

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 12 de DICIEMBRE del 2024

FIRMA (obligatoria)



Huella

Anexo 4. Autorización el depósito de tesis en el Repositorio Institucional.



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo LEYDY VIVIANA CACERES CHURA,
identificado con DNI 7170725 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL,
informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

"PERCEPCIÓN DE LAS NOTICIAS QUE SE PUBLICAN EN LAS PÁGINAS DE FACEBOOK EN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNA-PUNO, 2023"

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 12 de DICIEMBRE del 2024

FIRMA (obligatoria)



Huella