

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



CIBERPERIODISMO Y LA PERCEPCIÓN MEDIÁTICA DE
LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA PROFESIONAL DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
PRIVADA DE TACNA, 2023

TESIS

Presentado por:

Bach. LIENDO VENEGAS, Ana Paula

Para optar el título profesional de:

Licenciada en Comunicación Social

Asesora:

Dra. Juana del Carmen Bedoya Chanove

TACNA-PERÚ

2023

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Ana Paula Liendo Venegas, bachiller de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación adscrita a la Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna, identificado/a con DNI 70479219, soy autor/a de la tesis titulada: "Ciberperiodismo y la percepción mediática de los estudiantes de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023", asesorado/a por el/la Dra. Juana del Carmen Bedoya Chanove.

DECLARO BAJO JURAMENTO

Ser el/la único/a autor/a del texto entregado para obtener el Título Profesional de Licenciado/a en Comunicación Social.

Así mismo, declaro no haber transgredido ninguna norma universitaria con respecto al plagio ni a las leyes establecidas que protegen la propiedad intelectual.

Declaro que, después de la revisión de la tesis con la herramienta tecnológica Turnitin se declara 23% de similitud, además que el archivo entregado en formato PDF corresponde exactamente al texto digital que presento junto al mismo.

Por último, declaro que para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva según corresponda, evidenciándose que la información presentada es real con pleno respeto de los derechos de autor, y soy conocedor de las sanciones penales en caso de infringir las leyes del plagio y de falsa declaración, y que firmo la presente con pleno uso de mis facultades y asumiendo todas las responsabilidades de ella derivadas.

Por lo expuesto, mediante la presente, asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar como causa del trabajo presentado; asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello, en favor de terceros, con motivos de acciones, recriminaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontrases causa en el contenido de la tesis.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Tacna.

Tacna, 10 de enero de 2024



ANA PAULA LIENDO VENEGAS

DNI: 70479219



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, cuya guía y cuidado constante han sido fundamentales en este proceso de investigación, a mi asesora Dra. Juana Bedoya Chanove, por haberme apoyado con paciencia y determinación. También agradezco a mi mamá Masol, a mi papá Pedro y a mi hermana Dani, por su comprensión y apoyo inquebrantable en cada etapa de este viaje académico, y a mi enamorado y mejor amigo Jos, que siempre apostó por mí y me enseñó el valor del sacrificio.

DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada a mis queridos padres y a mis hermanos, quienes han sido mi fuente de inspiración y apoyo incondicional a lo largo de este camino académico. Gracias por su amor, paciencia y confianza en cada paso que he dado. Este logro es también suyo, y esta dedicación es un humilde reconocimiento a la inmensa gratitud que siento por todo lo que han hecho por mí. Sin ustedes, este trabajo no sería posible, y les dedico con profundo cariño el fruto de nuestro esfuerzo compartido.

TÍTULO

Ciberperiodismo y la percepción mediática de los estudiantes de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

AUTOR

Bach. Liendo Venegas, Ana Paula

ASESOR

Dra. Juana del Carmen Bedoya Chanove

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Desarrollo de la comunicación, marketing y periodismo

SUB LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Periodismo

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	18
CAPÍTULO I	19
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.1. Determinación del problema	19
1.2. Formulación del Problema	21
1.2.1. Problema General:	21
1.2.2. Problemas Específicos:	21
1.3. Justificación de la investigación	21
1.3.1. Justificación	21
1.3.2. Importancia	22
1.4. Objetivos	23
1.4.1. Objetivo General	23
1.4.2. Objetivos Específicos	23
1.5. Antecedentes del estudio	23
1.5.1. Antecedentes Internacionales	23
1.5.2. Antecedentes nacionales	25

1.5.3. Artículos	26
1.6. Definiciones Operacionales	28
CAPÍTULO II	31
CIBERPERIODISMO	31
2.1. Ciberperiodismo	31
2.1.1. Herramientas de internet	37
2.1.2. Medios de comunicación	38
2.1.3. Ética y transparencia	40
CAPÍTULO III	42
PERCEPCIÓN MEDIÁTICA	42
3.1. Percepción mediática	42
3.1.1. Credibilidad percibida	44
3.1.2. Interpretación de la información	46
3.1.3. Calidad de información	47
CAPÍTULO IV	49
METODOLOGÍA	49
4.1. Hipótesis General	49
4.1.1. Hipótesis General	49
4.1.2. Hipótesis Específicas	49
4.2. Operacionalización de variables	50
4.2.1. Escala de Medida	51
4.2.2. Validación de instrumento	51
4.3. Tipo y diseño de investigación	51
4.3.1. Tipo de investigación	51

4.3.2.	Nivel de investigación	52
4.3.3.	Diseño de investigación	52
4.4.	Ámbito de la investigación	52
4.5.	Unidad de estudio, población y muestra de estudio	52
4.5.1.	Unidad de estudio	52
4.5.2.	Población	52
4.5.3.	Muestra	53
4.6.	Procedimiento, técnicas e instrumentos de recolección de datos	53
4.6.1.	Procedimiento y análisis de información	53
4.6.2.	Técnicas de recolección de datos	54
4.6.3.	Instrumento de recolección de datos	54
CAPÍTULO V		55
RESULTADOS		55
5.1.	Trabajo de campo	55
5.2.	Diseño e interpretación de los resultados	55
5.3.	Fiabilidad del instrumento a través del alfa de Cronbach	56
5.3.1.	Pruebas de Cronbach	56
5.3.2.	Pruebas de normalidad	57
5.4.	Los Resultados	59
5.4.1.	Resultados de la variable dependiente: Cyberperiodismo	59
5.4.2.	Resultados de la variable independiente: Percepción mediática	71
5.5.	Comprobación de hipótesis	83
5.5.1.	Verificación de Hipótesis General	83

5.5.2. Verificación de Hipótesis Específicas	84
5.6. Discusión de resultados	88
CAPÍTULO VI	90
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	90
6.1. CONCLUSIONES	90
6.2. SUGERENCIAS	92
BIBLIOGRAFÍA	93
ANEXOS	98
ANEXO N°1 – MATRIZ DE CONSISTENCIA	99
ANEXO N°2 - INSTRUMENTO PARA MEDIR: CIBERPERIODISMO	101
ANEXO N°3 - INSTRUMENTO PARA MEDIR: PERCEPCIÓN MEDIÁTICA	103
ANEXO N°4 – FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	105
ANEXO N°5 – INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	51
Tabla 2.....	53
Tabla 3.....	57
Tabla 4.....	57
Tabla 5.....	58
Tabla 6.....	59
Tabla 7.....	60
Tabla 8.....	61
Tabla 9.....	62
Tabla 10.....	63
Tabla 11.....	64
Tabla 12.....	65
Tabla 13.....	66
Tabla 14.....	67
Tabla 15.....	68
Tabla 16.....	69
Tabla 17.....	70
Tabla 18.....	71
Tabla 19.....	72
Tabla 20.....	73
Tabla 21.....	74
Tabla 22.....	75
Tabla 23.....	76

Tabla 24.....	77
Tabla 25.....	78
Tabla 26.....	79
Tabla 27.....	80
Tabla 28.....	81
Tabla 29.....	82
Tabla 30.....	84
Tabla 31.....	85
Tabla 32.....	86
Tabla 33.....	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	59
Figura 2	60
Figura 3	61
Figura 4	62
Figura 5	63
Figura 6	64
Figura 7	65
Figura 8	66
Figura 9	67
Figura 10	68
Figura 11	69
Figura 12	70
Figura 13	71
Figura 14	72
Figura 15	73
Figura 16	74
Figura 17	75
Figura 18	76
Figura 19	77
Figura 20	78
Figura 21	79
Figura 22	80
Figura 23	81

Figura 24 82

RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo de investigación está comprendido por el ciberperiodismo y la percepción mediática de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023, por lo cual, se considera no experimental ya que se obtienen datos directamente de la realidad objeto de estudio, asimismo es descriptivo y finalmente correlacional de acuerdo a la finalidad de la investigación.

El trabajo se centra en determinar si el ciberperiodismo tiene una influencia positiva en la percepción de los estudiantes sobre esta disciplina y si logran comprender su esencia, pese a la ausencia de una formación integral del ciberperiodismo. Así mismo, se plantea áreas de mejora en la formación de los estudiantes frente a este tema.

El área de investigación está enmarcada en periodismo, teniendo en cuenta que en el estudio se evalúa la percepción mediática de los estudiantes frente al periodismo digital. Así mismo, la muestra estuvo comprendida por el 100% de la población, que corresponde a 186 estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, utilizando la técnica de encuesta y tomando como instrumento un cuestionario de 12 preguntas por cada variable, para la evaluación de las mismas.

Por lo que finalmente se llega a la conclusión final que el ciberperiodismo tiene una influencia positiva en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

Palabras Clave: Ciberperiodismo, percepción mediática, influencia, estudiantes, universidad.

ABSTRACT

The development of this research work is included in cyberjournalism and the media perception of the students of communication sciences at the Private University of Tacna, 2023, which is why it is considered non-experimental since data is obtained directly from reality. object of study, it is also descriptive and finally correlational according to the purpose of the research.

The work focuses on determining whether cyberjournalism has a positive influence on students' perception of this discipline and whether they manage to understand its essence, despite the absence of comprehensive training in cyberjournalism. Likewise, areas for improvement are proposed in the training of students regarding this topic.

The research area is framed in journalism, taking into account that the study evaluates the media perception of students regarding digital journalism. Likewise, the sample was comprised of 100% of the population, which corresponds to 186 students of the Communication Sciences major, using the survey technique and taking as an instrument a questionnaire of 12 questions for each variable, for the evaluation. from the same.

Therefore, the final conclusion is finally reached that cyberjournalism has a positive influence on the media perception of the Communication Sciences Students of the Private University of Tacna, 2023.

Keywords: Cyberjournalism, media perception, influence, students, university.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente trabajo de investigación está relacionado con el ciberperiodismo y la percepción mediática de los estudiantes de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023, donde se observa algunas deficiencias relacionadas a la ausencia de una educación integral en ciberperiodismo que puede resultar siendo una comprensión limitada o sesgada, lo que podría dejar a los estudiantes mal preparados para enfrentar eficazmente el entorno digital o del internet. Dentro de este marco, el estudio busca determinar si el ciberperiodismo influye de manera positiva en cómo los estudiantes perciben esta disciplina, y si realmente logran comprender la esencia genuina de este fenómeno del ciberperiodismo.

El informe consta de seis capítulos. En el Capítulo I, se aborda el problema de investigación, incluyendo su formulación, justificación, objetivos, antecedentes y definiciones operacionales. El Capítulo II y III se centran en los fundamentos teóricos de las variables independiente (Ciberperiodismo) y dependiente (Percepción mediática), respectivamente. En el Capítulo IV se detalla la metodología, abordando hipótesis, operacionalización de variables, diseño de investigación, ámbito, unidad de estudio, población, muestra y métodos de recolección de datos. El Capítulo V presenta los resultados, incluyendo el trabajo de campo, diseño de presentación de resultados, comprobación de hipótesis y discusión. El Capítulo VI concluye con resumen de hallazgos y sugerencias para beneficiar a la población estudiada.

Finalmente, es crucial resaltar la importancia de esta investigación que, dentro de su ámbito específico, pretende contribuir al desarrollo de estrategias pedagógicas y programas de estudio que permitan a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna estar a la vanguardia en el mundo del ciberperiodismo y, a su vez, participar de manera activa y crítica en la construcción de la información en la era digital.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Determinación del problema

El ciberperiodismo en América Latina ha experimentado cambios significativos debido a la expansión de la comunicación en línea y las redes sociales. A pesar de tener casi dos décadas en desarrollo, los estudios o conocimientos del tema han sido limitados, puesto que, las universidades no han priorizado la investigación científica acerca del periodismo en línea. Además, Navarro (2013) afirma: “La formación de los estudiantes de comunicación social en este campo ha sido insuficiente, lo que contribuye a la falta en el desarrollo de este ámbito” (p. 364).

Oliva (2014) respecto a esto, menciona que surge la necesidad de desarrollar planes de estudio que se adapten a los nuevos entornos de comunicación online, con la creación de roles y funciones inéditas para los profesionales del periodismo digital. Aunque es crucial ajustar los currículos académicos a estos escenarios emergentes, la formación de futuros comunicadores en las habilidades necesarias para el periodismo en línea, ha sido hasta ahora subestimada. (p. 30)

El problema radica en que “el profesional se enfrenta a nuevas responsabilidades, desde poseer conocimientos digitales para colaborar con equipos técnicos hasta mantenerse al tanto de las nuevas herramientas para gestionar información” (Cárdenas, 2009). Las universidades y programas de comunicación usualmente no incorporan de manera efectiva el ciberperiodismo en sus planes de estudio o no priorizan la enseñanza de las habilidades digitales esenciales, lo que

podría afectar la manera en que los estudiantes estén percibiendo la información mediática en general.

Tejedor (2010) señala que, en España, por ejemplo, solo hay 17 materias dedicadas al estudio del periodismo online en las licenciaturas de Periodismo. Este número representa un 15% del total de 109 materias analizadas en 26 universidades, lo que indica que la incorporación del ciberperiodismo en los planes de estudio está en una fase inicial. Además, estas 109 materias constituyen solo un 7% del total de asignaturas ofrecidas en los programas de licenciatura de Periodismo en las universidades investigadas. (p. 436)

Esta carencia es aún más relevante si consideramos la perspectiva planteada por la doctora Lyudmyla (2009), donde menciona que, en Perú, se destaca la falta de comprensión integral del proceso informativo en el ámbito digital. La necesidad de crear contenidos periodísticos adaptados a las características específicas de la Red, aprovechando las potencialidades del soporte digital, es una tarea pendiente en la formación de los estudiantes.

El periodista y profesor peruano Juan Carlos Luján, ex editor del portal elcomerciopehu.com, señala que, en los centros de enseñanza de periodismo en Perú, se está formando a los estudiantes con la idea de trabajar en los medios tradicionales como la radio, televisión y prensa escrita. Sin embargo, aún no se les está proporcionando un entrenamiento eficiente o es muy poco lo que ofrecen para desenvolverse en el entorno digital o del internet, lo cual es esencial en la actualidad (Montoro, 2004).

“La limitación en la formación actual puede afectar el desempeño de los futuros comunicadores, ya que, resulta una necesidad imperante mantenerse actualizado en las tecnologías y métodos que dicta el mundo virtual” (Bohórquez, 2015). Dicho de otro modo, la comprensión de los estudiantes de comunicaciones sobre el ciberperiodismo se convierte en un desafío determinante en la actualidad. A pesar del crecimiento significativo de esta forma de periodismo, existe una preocupación evidente acerca de si los estudiantes están percibiendo realmente las complejidades y responsabilidades que implica el ciberperiodismo.

La falta de cobertura en la educación de los estudiantes puede llevar a una percepción limitada o sesgada de esta disciplina, lo que podría influir en que los estudiantes no estén adecuadamente preparados para desenvolverse eficientemente en el entorno digital e internet. Por lo tanto, se busca evaluar si el ciberperiodismo está influyendo verdaderamente en la percepción de los estudiantes y si realmente están comprendiendo la naturaleza de este fenómeno.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General:

¿Cómo el ciberperiodismo influye en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023?

1.2.2. Problemas Específicos:

a) ¿Cómo las herramientas del internet del ciberperiodismo influyen en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023?

b) ¿De qué manera los medios de comunicación del ciberperiodismo influyen en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023?

c) ¿De qué manera la ética y transparencia del ciberperiodismo influyen en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación

Esta investigación busca explorar la influencia del ciberperiodismo en la percepción mediática en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna durante el periodo 2023. La justificación de este estudio se sustenta en la constante evolución del ciberperiodismo, un fenómeno que, a pesar de su crecimiento exponencial, recibe una atención limitada en el ámbito

educativo. La intención subyacente es determinar si los estudiantes están efectivamente comprendiendo la naturaleza de esta forma emergente de periodismo.

Desde una relevancia teórica, la exploración en el campo del periodismo digital se presenta como una necesidad predominante, su utilidad radica en comprender más a fondo cómo este tema influye en la formación de los futuros periodistas y cómo evolucionan con el tiempo, lo que puede proporcionar valiosas perspectivas para mejorar la calidad de la enseñanza, buscando llenar una brecha en el conocimiento académico, profundizando en cómo esta forma emergente de periodismo afecta la formación de futuros comunicadores y como menciona Tejedor Calvo (2006) “permitiendo preparar a los estudiantes de manera más efectiva para enfrentar los desafíos de un entorno mediático en constante cambio”.

Esta investigación, por el lado metodológico, se justifica en que puede proporcionar información valiosa sobre la integración efectiva de temas relacionados con el ciberperiodismo en los planes de estudio, lo que permite proporcionar una base sólida y práctica que pueda ser utilizada como punto de referencia y guía en futuros proyectos de investigación centrados la relación entre ciberperiodismo y percepción mediática en el contexto universitario, específicamente en la Universidad Privada de Tacna durante el año 2023.

En términos prácticos, según Zambrano (2014), la investigación, busca identificar áreas de mejora en la enseñanza de estos temas en las universidades, optimizando la formación de los futuros profesionales y asegurando que adquieran habilidades prácticas y una comprensión sólida de la dinámica cambiante de los medios de comunicación digitales, en este caso el periodismo. (p. 58)

1.3.2. Importancia

El presente trabajo, es importante ya que pretende contribuir al desarrollo del conocimiento académico en el campo del periodismo digital, alineándose al Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 4, ya que busca llenar posibles brechas de investigación y proporcionando una base teórica sólida, lo cual no solo

beneficiará a los educadores y estudiantes, sino que también tendrá implicaciones significativas para la práctica profesional en el ámbito del periodismo, al permitir una mejor preparación de los futuros comunicadores para la era digital.

Conocer la influencia del ciberperiodismo en la percepción de los estudiantes no solo es relevante para su formación académica, sino que también es crucial para prepararlos adecuadamente como futuros profesionales de periodismo en un panorama mediático en constante evolución.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar la influencia del ciberperiodismo en la percepción mediática de los estudiantes de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

1.4.2. Objetivos Específicos

a) Determinar la influencia de las herramientas del internet del ciberperiodismo en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

b) Determinar la influencia de los medios de comunicación del ciberperiodismo en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

c) Determinar la influencia de la ética y transparencia del ciberperiodismo en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

1.5. Antecedentes del estudio

1.5.1. Antecedentes Internacionales

Tejedor (2006), en su tesis doctoral denominada “La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España”, hace referencia al periodismo electrónico como objeto de estudio, y para delimitar su alcance, se elaboró una definición a partir del análisis de referencias bibliográficas españolas

sobre el tema desde 1996 hasta 2005. La investigación estuvo constituido por los programas de asignaturas (del curso académico 2004-05) de universidades españolas que impartían la licenciatura de Periodismo y abordaban el ciberperiodismo, así como las asignaturas que dedicaban algún capítulo o apartado de su programa a este tema. En total, el trabajo reunía los programas de 109 asignaturas correspondientes a 26 universidades españolas. Se descartaron aquellas universidades que, aunque ofrecían la licenciatura de Periodismo, no contaban con ninguna asignatura o programa oficial vinculado al tema de estudio. Además, no se consideraron los programas de asignaturas en proceso de definición y/o aprobación que no formaban parte de la oferta de materias para el curso académico 2004-05. En todos los casos, el investigador había contactado con los profesores y/o responsables de la unidad o departamento correspondiente para comunicarles los detalles de la investigación y agradecerles su colaboración y ayuda en el desarrollo del trabajo.

Barrios (2013), en su tesis para optar el grado de doctor “El ciberperiodismo en México: realidades, desafíos y oportunidades”, tiene como objetivo ofrecer una visión general de las características y condiciones actuales del periodismo en México, especialmente en el contexto de Internet. Dada la creciente presencia de sitios de noticias en línea en los últimos años, el ciberperiodismo se ha convertido en una fuente informativa crucial en México. La investigación se centró en analizar 186 sitios web de diarios digitales, seleccionados de un total de 415 cibermedios vinculados a periódicos impresos en el país. Además, se llevaron a cabo entrevistas detalladas con responsables de las redacciones de algunos de estos medios. El estudio aborda las diversas formas en que se aplican recursos específicos del entorno en línea, como la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la actualización de contenidos. Las conclusiones generales destacan que la mayoría de los sitios periodísticos mexicanos no aprovechan adecuadamente las potencialidades expresivas y tecnológicas de la red. La mayoría de ellos no están utilizando de manera eficiente los recursos disponibles, lo que podría mejorar la efectividad y la trascendencia de su labor. Solo algunos ciberdiarios pertenecientes a grandes empresas mediáticas se destacan en este aspecto. Además, se señalan

deficiencias en el modelo de negocio actualmente practicado, que no ha logrado generar los ingresos necesarios para garantizar la supervivencia de los periódicos en línea. Al incursionar en Internet, el periodismo mexicano ha trasladado métodos y estrategias del entorno impreso, reproduciendo las carencias y fallas que lo han caracterizado a lo largo de su historia reciente.

1.5.2. Antecedentes nacionales

Lozada & Moreno (2016), en su tesis para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación “Análisis del interés en el periodismo digital peruano por parte de los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán 2016-II”, el autor muestra un enfoque positivista-cuantitativo, donde se plantearon objetivos específicos que incluyeron el examen del uso, la interactividad y la percepción de los estudiantes en relación con el periodismo digital. Empleó un cuestionario de encuesta con 18 preguntas para medir estas dimensiones. La muestra seleccionada consistió en 148 participantes de diferentes ciclos, representando a la población total de 325 estudiantes. Los resultados revelaron que los estudiantes ven el periodismo digital como una fuente de información cercana, destacando su interacción significativa con herramientas tecnológicas incorporadas a su estilo de vida. Además, concluyó que perciben al periodismo digital como un medio con buen rendimiento, gracias a la utilización de herramientas innovadoras y a la variedad y atractivo de sus contenidos. Como recomendación final, el autor sugiere a la Universidad Señor de Sipán, a través de la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación, fortalecer y promover el aprendizaje de esta nueva materia vinculada a la globalización. Destaca también su importancia como parte fundamental de la formación y desarrollo de futuros comunicadores y profesionales. Este estudio proporciona valiosos antecedentes para futuras investigaciones en el campo de la comunicación y el periodismo digital.

Murayari & Tello (2023), en su investigación para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación “Percepción del periodismo digital y las fake news según los estudiantes de Ciencias de la

Comunicación de la Universidad Científica del Perú 2023”, tuvo como objetivo identificar la relación entre el periodismo digital y las fake news según los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Científica del Perú en 2022. El enfoque de la investigación fue descriptivo correlacional, con un diseño no experimental y específicamente un diseño descriptivo transversal. La población de estudio consistió en 34 estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la mencionada universidad. La muestra seleccionada abarcó el 100% de la población, es decir, los 34 estudiantes. Se utilizó la técnica de encuesta para la recolección de datos, y el instrumento empleado fue un cuestionario. Los resultados revelaron que el 90% de los estudiantes expresaron estar totalmente de acuerdo (en el rango del 100 al 50%) con la existencia de una relación entre las variables periodismo digital y fake news en la Universidad Científica del Perú en el año 2022.

1.5.3. Artículos

Hung (2010), en su artículo “El docente ante el avance del ciberperiodismo en Colombia”, analiza la percepción y comprensión del ciberperiodismo por parte de los docentes de las Facultades de Comunicación Social y Periodismo en Colombia. Los resultados se basan en un proyecto de investigación de carácter explicativo titulado "El Ciberperiodismo desde las Facultades de Comunicación Social y Periodismo en Colombia", llevado a cabo en la Universidad del Norte (Colombia) y finalizado en el segundo semestre de 2009. La investigación incluyó el análisis de 63 encuestas en línea respondidas por docentes de dichas facultades durante el trimestre I de 2009. Estas encuestas se realizaron a un total de 865 docentes identificados de 29 Universidades afiliadas a AFACOM. Los hallazgos del estudio revelan que la definición de "ciberperiodismo" entre los docentes es de carácter operativo, lo que indica que no cuentan con una comprensión integral del término y de todas sus implicaciones. Además, se evidencia una baja percepción por parte de los docentes sobre la pertinencia de la enseñanza proporcionada en Colombia para el ejercicio del ciberperiodismo. Asimismo, el trabajo identifica factores que inciden en el desarrollo de la profesión en Colombia, lo que sugiere que la promoción o falta de estrategias relacionadas con el ciberperiodismo, tanto

en aspectos profesionales, ontológicos, participativos como tecnológicos, tendrán un impacto significativo en su presencia en el panorama comunicativo colombiano.

Tejedor (2011), en su artículo “La enseñanza del ciberperiodismo: Hacia una transversalidad mixta”, destaca la importancia de proporcionar una formación específica a los ciberperiodistas, que vaya más allá de los aspectos compartidos con los profesionales de la radio, televisión o prensa impresa. Para investigar el estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo en España, se realizó un análisis exhaustivo de 109 materias relacionadas con el periodismo en línea y se recopilaron aportes de 42 docentes especializados en este campo. El objetivo principal de la investigación fue identificar las líneas directrices que definen las características del estudio del periodismo en línea, los objetivos considerados prioritarios en la formación del ciberperiodista desde el ámbito académico y profesional, y el enfoque curricular más adecuado para abordar esta temática. El artículo presenta los resultados de esta investigación, brindando un panorama claro y detallado de la situación actual de la enseñanza del ciberperiodismo en España. Se enfatizan las necesidades específicas de formación que requieren los ciberperiodistas para enfrentar los retos y oportunidades que ofrece el ámbito digital.

Nieto (2021), comparte su artículo acerca de la “Enseñanza del periodismo transmedia en Colombia, una experiencia pedagógica con estudiantes universitarios”. La cual se aplicó a los estudiantes de periodismo en la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano durante los años 2016 y 2017. El objetivo principal de esta experiencia fue facilitar la comprensión teórica y práctica de los procesos convergentes en el periodismo, la producción de narrativas periodísticas y la interacción con las audiencias. Los estudiantes participaron en la propuesta, investigación, producción y publicación de contenidos periodísticos, lo que les permitió desarrollar habilidades en la producción técnica y periodística para la multiplataforma, y aprender a relacionarse con sus audiencias. La sistematización se basó en la observación de once proyectos en diferentes etapas, incluyendo conceptualización, producción de medios y contenidos a nivel narrativo y tecnológico, gestión de redes sociales y actividades en escenarios no digitales.

Además, se tomó en cuenta la percepción de aprendizaje otorgada por los estudiantes de los grupos de proyecto. Los resultados de la experiencia mostraron que el ABP fue fundamental para lograr un aprendizaje significativo e integral. Los estudiantes adquirieron competencias en estrategia, producción técnica y periodística para la multiplataforma, lo que les permitió abordar el periodismo transmedia de manera efectiva. También se evidenció que en el ámbito académico necesita complementarse y articularse con otras propuestas y espacios mediáticos de formación, más allá del aula de clase.

1.6. Definiciones Operacionales

Ciberperiodismo

Para la maestra Sada (2020) el ciberperiodismo se define como el conjunto de actividades que engloba la investigación, edición y difusión de contenido informativo, interpretativo y de opinión, especialmente diseñado para internet o el ciberespacio. En este proceso, se fusionan los principios tradicionales del periodismo, como la objetividad, veracidad y equilibrio, con la utilización de las tecnologías más avanzadas para atender las demandas y preferencias de la audiencia.

Comunicación

Delgado (2021) afirma que, la comunicación se refiere al proceso de transmitir y compartir información entre un emisor y un receptor, involucrando elementos esenciales como el idioma utilizado, el medio de comunicación, el contexto en el que ocurre, posibles interferencias que pueden afectar la recepción del mensaje y la respuesta del receptor.

Ética

Para Morales (2011) la ética abarca la investigación de la moralidad, abordada desde una óptica filosófica, científica y teórica, con el objetivo de definir y fundamentar su significado. Además, la ética considera que los individuos se basan en la razón y en la comprensión de las implicaciones que tienen nuestras acciones tanto en nosotros mismos como en la sociedad.

Información

Chiavenato (1999) menciona en su libro, que la información se puede definir como un conjunto de datos que posee un significado específico, lo que implica que reduce la incertidumbre o aumenta el conocimiento sobre un tema en particular. Es un mensaje que posee un significado dentro de un contexto determinado y está disponible para su uso inmediato, proporcionando orientación a las acciones al reducir la incertidumbre y ayudar en la toma de decisiones.

Internet

Cuadra (1996) menciona en su libro que al igual que cualquier red, el internet facilita el intercambio de recursos. En otras palabras, mediante el uso de un ordenador, es posible establecer una comunicación instantánea con cualquier rincón del mundo para acceder a información pertinente, explorar los contenidos de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos o adquirir un programa o juego específico para nuestra computadora. En esencia, esto nos permite entablar conexiones comunicativas con un vasto número de individuos a nivel global, ya sea con propósitos académicos, de investigación o personales.

Interpretación

El filósofo alemán Hayat (1992) se centró en la interpretación en el contexto de la comunicación y la acción comunicativa. Él argumentaba que la interpretación es esencial para la comprensión mutua y la resolución de conflictos en la sociedad.

Medios digitales

Para Hotmart (2023) define a los medios digitales como una forma de comunicación que se lleva a cabo utilizando internet como canal principal. Entre los ejemplos de medios digitales se encuentran las publicaciones en redes sociales como Instagram o Facebook, los banners en páginas web, los libros electrónicos (e-books) y los videos, entre otros. Estos medios utilizan las plataformas digitales para llegar a su audiencia y transmitir información, contenidos o mensajes de manera efectiva.

Percepción mediática

Vargas (2023) menciona en su libro, que este proceso implica el reconocimiento, interpretación y significado de las sensaciones obtenidas del entorno físico y social, lo que permite la elaboración de juicios y la comprensión del mundo que nos rodea. En este proceso también intervienen otros procesos psíquicos importantes, como el aprendizaje, la memoria y la simbolización, que en conjunto contribuyen a dar forma a nuestra percepción y comprensión del entorno.

Periodismo

Según Oliveira (2009) afirma que, la naturaleza del periodismo radica en el miedo, y esto es algo que impulsa a las personas a buscar conocimiento y comprensión del mundo que les rodea, lo que les proporciona una sensación de seguridad y estabilidad frente a la incertidumbre del entorno.

Transparencia

Perramon (2013) cita que según la OCDE, la transparencia se refiere a la capacidad de que la información verídica de una entidad, ya sea una empresa, gobierno u organización, esté disponible para ser accedida por los distintos individuos que se ven impactados por dicha entidad. Esto permite que estas personas puedan tomar decisiones de manera informada y sin que exista una desigualdad en el acceso a la información.

CAPÍTULO II

CIBERPERIODISMO

2.1. Ciberperiodismo

La llegada de Internet ha cambiado la forma en que obtenemos información, impulsando la transición al periodismo digital. Ahora, obtenemos noticias principalmente a través de sitios web, aplicaciones y redes sociales en lugar de medios tradicionales. Este cambio refleja la adaptación de los medios a las necesidades actuales.

Tejedor (2010) afirma que: “El ciberperiodismo es, ante todo, periodismo”. (p. 308)

Este medio, se basa en la transmisión de noticias y contenido informativo a través de diferentes sitios en el navegador. Incorpora de la misma forma, elementos multimedia, como videos, imágenes, audios, lo que permite una narración más dinámica y enriquecedora. Además, permite la interacción directa con las audiencias a través de comentarios, encuestas y uso interactivo de redes sociales, lo que fomenta una participación aún mayor de los lectores y espectadores.

Salaverría (2016), menciona que:

Al igual que la llegada de la web revolucionó los modelos tradicionales de distribución de noticias e información, ahora estamos presenciando el enorme impacto de los dispositivos móviles, que están sustituyendo a las computadoras. Estos dispositivos móviles están afectando al periodismo en línea de la misma manera en que este ha afectado a los medios de comunicación tradicionales.

Características del ciberperiodismo

A medida que se exploran estas posibilidades, Tejedor (2006) ha identificado características clave que definen el periodismo en línea. Estas características incluyen:

- Digital: La información se presenta de manera electrónica, adaptándose al entorno en línea.
- Multimedia: Se utiliza una variedad de formatos, como imágenes y videos, para enriquecer la presentación de la información.
- Interactivo: Los usuarios participan activamente, comentan y comparten, generando una experiencia más dinámica.
- Personalizable: Los contenidos se adaptan a las preferencias individuales de los lectores, ofreciendo una experiencia más personal.
- Hipertextual: La estructura permite enlaces entre información relacionada, facilitando la navegación y profundización en temas específicos.
- Capacidad Enciclopédica: La capacidad de abordar una amplia gama de temas, aprovechando la riqueza de información disponible en línea.
- Virtual: La experiencia periodística se sitúa en el espacio en línea, aprovechando las posibilidades virtuales de Internet.

A pesar de estos avances, todavía no se ha establecido un conjunto preciso de parámetros compartidos para definir completamente el ciberperiodismo.

Redacción ciberperiodística

El análisis del lenguaje en el ciberperiodismo y su aplicación en la creación de contenido para medios en línea desempeñan un papel esencial en el campo del ciberperiodismo, de manera similar a como la redacción periodística lo fue en el periodismo convencional (Silva, 2017).

En este entorno digital, los géneros periodísticos se moldean según las características propias de la plataforma y representan una evolución en comparación con los géneros tradicionales de prensa, radio y televisión. Esto refleja un proceso similar al que se experimentó en la radio y la televisión cuando

adaptaron los géneros periodísticos originales de la prensa escrita a las nuevas tecnologías.

Silva (2017) menciona también que, el ámbito digital, ya sea en papel o en formato electrónico, existen tres pautas fundamentales para escribir de manera periodística:

- Concisión: Los textos deben ser breves y directos. Se aconseja usar menos palabras que en una publicación impresa para transmitir la misma información. En resumen, sé breve y al punto.
- Claridad: La información debe ser fácil de encontrar y entender para los usuarios. Para lograrlo, es importante emplear párrafos cortos, subtítulos y listas con viñetas. Los bloques largos de texto no son adecuados en línea. Además, los hipervínculos permiten organizar la información en páginas diferentes para una navegación más sencilla.
- Precisión: Los contenidos deben ser precisos y sin ambigüedades. Evita la vaguedad y la superficialidad en tu redacción en línea. Sé claro y riguroso en la presentación de la información.

Fuentes informativas

La forma en que accedemos a la información ha cambiado drásticamente con la llegada de Internet. Se ha ampliado de manera considerable la diversidad de fuentes disponibles, lo que ha dado lugar a nuevas maneras de abordar temas y de investigar noticias.

Según Guallar & Abadal (2009), la cantidad de información periodística en línea sigue en constante aumento y parece no tener fin. Nunca antes en la historia ha sido tan fácil acceder a una gran cantidad de información actual, en varios idiomas y, lo que es más importante, de distintas épocas. (p. 26)

En la era digital, el internet ha transformado radicalmente la forma en que accedemos a la información y las fuentes informativas a nuestra disposición. Una amplia variedad de fuentes se encuentra disponibles en la red, y cada una de ellas desempeña un papel crucial en el ecosistema de información en línea.

Para Tejedor (2010), cada una de estas fuentes contribuye a la riqueza y la diversidad de la información a la que podemos acceder en la era digital:

- Cibermedios: Estos son medios de comunicación en línea, como sitios web de noticias.
- Buscadores: Son herramientas que se utilizan mucho en las redacciones de periódicos para encontrar información en internet. Es importante conocer cómo funcionan y no depender solo de los buscadores más conocidos, sino explorar opciones más especializadas.
- Webs institucionales: Prácticamente todas las organizaciones, instituciones, asociaciones y empresas tienen sitios web donde publican información oficial. Los periodistas suelen consultar estas fuentes en internet.
- Blogs: Los blogs son fuentes importantes de información. Las personas crean opiniones, análisis y críticas en sus blogs, y a menudo son expertos en temas específicos. Los periodistas deben considerar los blogs como fuentes de información.
- Reportero multifuente: Esto implica invitar a los lectores a proporcionar información o fuentes para una historia en proceso. Internet facilita esta comunicación, convirtiendo el ciberperiodismo en una conversación.
- Encuestas en línea: Algunos medios realizan encuestas en línea para recopilar datos estadísticos. Sin embargo, a veces estas encuestas no son representativas ni fiables debido a la forma en que se formulan las preguntas o la falta de control sobre quiénes responden.
- Wikis y plataformas 2.0: Wikis y otras plataformas de colaboración en línea son utilizadas para proyectos conjuntos. Son valiosas fuentes de información para periodistas en busca de datos específicos.
- Comunidades y redes sociales: Internet permite acceder a comunidades en línea y redes sociales donde se pueden buscar información específica y hacer preguntas. Estos espacios a menudo cuentan con expertos que comparten sus experiencias y conocimientos.
- Reportero ciudadano accidental: Esto se refiere a personas comunes que se encuentran en el lugar de una noticia y pueden proporcionar información,

imágenes o videos sobre lo que está ocurriendo. A menudo, envían estos contenidos a las redacciones.

- Agencias de noticias: Las agencias de noticias son fuentes confiables para obtener información actualizada. Distribuyen noticias rápidamente en internet, aunque a menudo estas noticias pueden perder su autoría a medida que se comparten en línea.

Acceso a la información

Para Silva, Paredes, & Ocaña (2022), el acceso se refiere a la habilidad del periodista o del medio para comunicarse con las personas clave involucradas en un evento noticioso. Los valores noticia adquieren relevancia en el proceso que comienza con la recopilación de información, que consiste en el material informativo proporcionado al periodista por otras fuentes. (p. 46)

El derecho y la promoción del acceso a la información están estrechamente relacionados con los conceptos de democracia y gobernabilidad democrática, un pilar esencial de la ciudadanía activa, ya que permite a los ciudadanos conocer y participar en la toma de decisiones informadas sobre asuntos públicos, al garantizar su derecho a acceder a información (DGPE & OEA, 2013, p. 4).

El acceso a la información periodística digital ha cambiado cómo consumimos noticias, brindando ventajas en accesibilidad y variedad de contenido. Sin embargo, plantea desafíos en cuanto a la veracidad de la información y la privacidad en línea. Los consumidores juegan un papel clave al ser críticos y responsables al elegir sus fuentes en el entorno digital.

El derecho de los ciudadanos a acceder a la información en manos de las instituciones públicas es un derecho fundamental reconocido por la Constitución de 1993, en el inciso 5) del artículo 2°. No obstante, existen excepciones contempladas en esta norma, como la información relacionada con la privacidad personal o la que se excluye explícitamente por ley o por razones de seguridad nacional (Const, 1993, art. 2).

Esto permite y promueve la apertura y la responsabilidad del gobierno y de alguna manera empodera a los ciudadanos al brindarles la capacidad de supervisar, participar y tomar decisiones informadas en asuntos gubernamentales.

Según mencionan Arraiza & Sotelo (2022), “un individuo que hace uso de este derecho estará más informado y será capaz de tomar decisiones informadas. Por otro lado, los funcionarios gubernamentales serán más transparentes y responsables si promueven el ejercicio de este derecho”.

Calidad de información

Para Mompart, Lozano, & Sampio (2013), la calidad en el periodismo se refiere a la independencia, diversidad y objetividad en la presentación de información. Esto se sustenta en los valores democráticos, lo que implica que los medios deben ser libres de influencias externas, ofrecer una amplia gama de puntos de vista y ser imparciales en su cobertura, todo con el propósito de beneficiar a una sociedad democrática. (p. 120)

Según mencionan Silva, Paredes, & Ocaña (2022): “En la actualidad, factores tecnológicos, organizativos, profesionales, económicos, sociales y culturales han convergido, transformando el sistema mediático. Estos cambios afectan la estructura de las instituciones, roles profesionales, aspectos económicos y culturales, generando un panorama mediático complejo y en constante evolución”. (p. 40)

La calidad de la información en el periodismo implica seguir reglas éticas, ofrecer representaciones precisas de los eventos y servir al interés público. Esto es crucial para generar confianza en los medios y fomentar una democracia informada.

“La calidad de la información en los medios depende esencialmente de fuentes confiables. Estas fuentes, que suelen ser entidades oficiales con actividades planificadas, proporcionan datos y noticias que permiten a los medios cubrir eventos de manera más efectiva” (Silva, Paredes, & Ocaña, 2022).

Para evaluar la calidad de la información en un sitio web, se emplean cuatro elementos propuestos por Merlo (2003): parámetros, indicadores, procedimientos y recursos.

- Parámetros: Son los aspectos genéricos que serán evaluados en un análisis de la información en un sitio web. Estos representan las áreas generales que se examinarán.
- Indicadores: Son elementos específicos que desarrollan cada uno de los parámetros establecidos para la evaluación de la información en un sitio web. Estos son las cuestiones concretas que se evaluarán y proporcionarán detalles sobre cada uno de los grupos de parámetros.
- Procedimientos: Son los métodos y enfoques utilizados para llevar a cabo la aplicación de los parámetros e indicadores. En el contexto de la evaluación de la calidad de la información web, esta área aún tiene un grado limitado de desarrollo en términos de teoría y experiencia práctica.
- Recursos: Representan los materiales y herramientas necesarios para llevar a cabo el proceso de evaluación de la calidad de la información en un sitio web. Estos incluyen los medios humanos, instrumentales y documentales requeridos para llevar a cabo la evaluación de manera efectiva.

2.1.1. Herramientas de internet

Las herramientas de internet, son nuevas aplicaciones, software o servicios en línea que facilitan diversas tareas, actividades y funciones en el entorno digital. Estas permiten la comunicación, creación de contenido, la gestión de la información, y realizar tareas específicas y acceder a diversos servicios web.

Sánchez (1999), menciona que “el internet proporciona una amplia gama de servicios que pueden cubrir las necesidades de diferentes personas, como académicos, profesores, estudiantes universitarios, estudiantes secundarios, profesionales, investigadores o cualquier ciudadano. Estos servicios en línea ofrecen diversas herramientas y recursos para satisfacer las demandas específicas de cada grupo mencionado”.

Weffer (2022), indica que las aplicaciones de Internet y sus utilidades han avanzado en paralelo, evolucionando de manera conjunta. Esta sincronización ha permitido que, en cada avance significativo en el ámbito informático, las herramientas web se adapten a las cambiantes necesidades de los usuarios y ofrezcan opciones cada vez más diversas. De esta manera, el autor categoriza las herramientas web según su progresión:

- Herramientas Web 1.0, representan las aplicaciones más simples y elementales disponibles en la red, surgidas en los inicios de internet junto con las primeras páginas web. Estas herramientas operaban principalmente en modo de consulta, limitando la interacción de los usuarios (registros meteorológicos, enciclopedias, etc.).
- Herramientas Web 2.0, en este punto, se produce un cambio generacional que permite a los usuarios realizar interacciones más pequeñas con las aplicaciones. Esto lleva a la introducción de elementos aparentemente simples, como los cuadros de comentarios, los cuales fueron rápidamente adoptados por numerosas plataformas, como los blogs.
- Herramientas Web 3.0, estos son los modelos más recientes y ampliamente difundidos en la actualidad, también conocidos como herramientas web semánticas. Estas herramientas permiten una interacción máxima por parte de los usuarios, con una variedad extensa de funcionalidades. Esto se logra gracias a la incorporación de inteligencia artificial, que posibilita una interacción más sofisticada y versátil.

Las herramientas de Internet son esenciales en la sociedad actual, por lo que influyen en cómo nos comunicamos, trabajamos, aprendemos, creamos y nos conectamos con el mundo en general. Su impacto es profundo y continuará evolucionando a medida que la tecnología avance.

2.1.2. Medios de comunicación

Podemos definirlo como los canales o instrumentos a través de los cuales se transmite mensajes, información o contenido con el propósito de comunicar y llegar a una audiencia masiva o específica. Estos medios pueden incluir diferentes formas

de medios, como impresos (revistas, periódicos), medios audiovisuales, medios digitales y medios de comunicación interpersonal.

Delarbre (2022), menciona que cuando hablamos de los medios, nos referimos a los canales de comunicación que difunden mensajes a audiencias amplias, como la prensa, el cine, la radio y la televisión. Estos medios involucran a las audiencias, quienes utilizan recursos técnicos para recibir los mensajes a través de los diversos dispositivos de comunicación masiva. (p. 1)

Muniz (2019) menciona que la importancia de los medios busca entender que su significado radica en lo siguiente:

- Facilitación de conexiones a distancia, en la actualidad, es sencillo establecer comunicación con individuos en otros estados o países.
- Amplia gama de canales informativos, la información se encuentra disponible en diversos canales, lo que confiere una importancia única a los medios de comunicación.
- Variedad de lenguajes y enfoques, los distintos canales ofrecen enfoques y lenguajes diversos para interactuar con el público.
- Difusión y comunicación, más allá de su función informativa, los medios de comunicación también desempeñan un papel crucial en la difusión de mensajes.
- Vital para las empresas, para las empresas, los medios de comunicación representan un recurso fundamental al permitirles presentar su marca al público.
- Transformación de la publicidad, con la llegada de nuevas herramientas de comunicación, la publicidad convencional ha experimentado cambios significativos.
- Creciente importancia y accesibilidad, estos canales son cada vez más esenciales al ser accesibles para todos en diferentes niveles.
- Perspectiva del marketing, desde la perspectiva del marketing, es como si se abrieran diversas puertas para recibir campañas, cada una de las cuales requiere una abordaje, tono y dirección distintos.

La comprensión de los medios de comunicación nos lleva a reconocer su importancia en la sociedad actual. Su evolución ha sido impulsada por avances

tecnológicos y la diversidad de canales ha transformado la forma en que nos comunicamos, interactuamos y difundimos información.

Finalmente, se podría decir que, los medios de comunicación son canales o herramientas que desempeñan un papel crucial en la difusión de información, entretenimiento, educación y opinión pública, y juegan un papel importante en la configuración de la sociedad y la forma en que las personas interactúan e interpretan el mundo que les rodea.

2.1.3. Ética y transparencia

Dividiendo conceptos, en el caso de la ética, se podría mencionar que es una rama dentro de la filosofía que se dedica al estudio de principios morales y también de los valores que guían la conducta humana.

Freire & Nagua (2020), mencionan que dentro del marco teórico, la ética se considera un factor que está presente en todas las esferas de la actividad humana y que con frecuencia se ve comprometida por diversas razones. Esta realidad también se aplica al contexto de las investigaciones educativas, donde la ética juega un papel crucial y puede enfrentar desafíos en su aplicación. (p. 336)

La transparencia implica hacer visibles y accesibles las acciones y decisiones de individuos, organizaciones e instituciones. En términos éticos, es esencial para asegurar la honestidad, integridad e imparcialidad en las relaciones humanas y en la gestión de asuntos públicos y privados.

Según menciona Islas (2015), los medios de comunicación independientes no solo informan, sino que también realizan un periodismo caracterizado por la investigación exhaustiva y la expresión de opiniones críticas. Van más allá de ser simples proveedores de información, asumiendo el papel de actores sociales que desafían el poder establecido. (p. 140)

En otras palabras, estos medios independientes no solo cumplen con la tarea de informar, sino que también desempeñan un papel activo en la supervisión del poder y la representación de los intereses públicos.

Para Ghazzaoui (2016), la transparencia es un valor ético esencial que debe ser aplicado por todos los funcionarios públicos. Por lo tanto, es fundamental examinar detenidamente este concepto y compararlo con otros como el derecho a la información, el acceso a la información y la rendición de cuentas, con los cuales la transparencia interactúa diariamente en la labor pública. (p. 22)

CAPÍTULO III

PERCEPCIÓN MEDIÁTICA

3.1. Percepción mediática

Como menciona Woolfolk (2010):

“La noción de percepción desempeña un papel central en las teorías del aprendizaje que se concentran en examinar cómo asimilamos, interpretamos y procesamos la información que nos llega, contribuyendo así a nuestra comprensión y adquisición de conocimientos”.

Este es un proceso en el cual se identifica un estímulo y luego se le otorga un sentido o significado. Junto con la atención y la memoria, estos componentes se combinan para proporcionarnos la información cognitiva necesaria para realizar una tarea específica (Vite, 2022).

La percepción mediática implica que cada persona interpreta la información de los medios de forma personal, lo que influye en sus opiniones y acciones. Cada individuo da sentido a la información de manera única, afectando su percepción y reacción.

Castilla (2006), menciona que “la percepción, de esta manera, abarca tanto el proceso cognitivo de pensamiento como las respuestas inmediatas y conductuales. Esta concepción hace que la percepción sea equivalente a la conciencia”. (p. 22)

Álvarez & Torres (2021), opinan que “la percepción se basa en nuestras experiencias, cultura y necesidades”. Según los autores, en la psicología se estudian dos componentes principales de la percepción:

- El medio externo, que se refiere a lo que percibimos del mundo exterior, como sonidos e imágenes.
- El medio interno, que varía de persona a persona y es la forma en que interpretamos y explicamos lo que percibimos.

En este punto podemos resumir que la percepción es subjetiva, ya que cada individuo la experimenta de manera única. Además, es selectiva, ya que tomamos decisiones inconscientes sobre lo que notamos y lo que ignoramos. Es temporal, ya que no dura para siempre y tiene una duración limitada.

Características de la percepción mediática

Álvarez & Torres (2021), mencionan también que “la percepción individual se caracteriza por ser subjetiva, selectiva y temporal, y se ve influenciada por el entorno circundante”.

- En lo que respecta a la subjetividad, cada individuo interpreta los estímulos de forma personal, lo que conlleva a variaciones notables en las respuestas frente a un mismo estímulo. Un ejemplo sería cómo una imagen puede ser percibida como un queso, un comecocos, una tarta o un gráfico de sectores, dependiendo de las necesidades y experiencias de cada persona en ese momento.
- En cuanto a la selectividad, la percepción se ve limitada por la incapacidad de procesar toda la información del entorno de manera simultánea. Las personas, consciente o inconscientemente, eligen en qué se enfocan dentro de su campo perceptual, según lo que deseen percibir en ese momento.
- Respecto a su naturaleza temporal, la percepción es un proceso efímero que evoluciona con el tiempo. A medida que las personas acumulan experiencias, sus perspectivas y prioridades cambian, lo que resulta en variaciones en sus percepciones debido a las transformaciones en sus necesidades y motivaciones.

Proceso de la percepción mediática

La percepción involucra elegir y organizar estímulos del entorno para crear experiencias significativas a partir de la información que obtenemos. Es un proceso que nos ayuda a entender y dar sentido al mundo que nos rodea.

Para Álvarez & Torres (2021), “la percepción implica el proceso a través del cual las personas captan información a través de sus sentidos y luego la analizan con el fin de atribuirle significado”. Este procedimiento según los autores, se divide en tres fases: selección, organización e interpretación:

- Selección: En esta etapa, las personas solo toman nota de una porción limitada de los estímulos que les rodean. La percepción selectiva se manifiesta cuando prestamos atención a los mensajes que concuerdan con nuestras actitudes, intereses, valores y necesidades, lo que a su vez genera juicios y reacciones variadas.
- Organización: Después de la selección, los estímulos parecen ser elementos aislados. En esta fase, las personas los organizan de manera rápida y les otorgan significado, y la forma en que los agrupamos puede variar. Según la perspectiva de la escuela de la Gestalt, las percepciones no son simplemente la suma de características individuales, sino que el cerebro crea patrones simples que facilitan la percepción y comprensión de la información.
- Interpretación: La interpretación representa la etapa final del proceso perceptual, en la cual atribuimos sentido a los estímulos previamente seleccionados y organizados. Esta interpretación se basa en la experiencia previa del individuo, sus motivaciones, intereses personales y sus interacciones con otras personas. En consecuencia, la forma en que interpretamos los estímulos puede evolucionar a medida que nuestras experiencias cambian o nuestros intereses se transforman.

Se entiende que, la forma en que interpretamos lo que percibimos lleva a nuestras respuestas, que pueden ser acciones o respuestas internas como motivaciones, actitudes y sentimientos. Cada persona elige y organiza la información de manera única, lo que conduce a interpretaciones y respuestas diversas.

3.1.1. Credibilidad percibida

La credibilidad según Nájera (s/f), “es el producto de cómo nos presentamos y cómo nos ven nuestros usuarios”. Según el autor, se puede analizar a través de tres aspectos: la confianza, la transparencia y la profesionalidad.

- La confianza se refiere a la fuerte expectativa que los usuarios tienen en alguien o algo, y una vez que se genera una percepción negativa de una marca, cambiarla resulta complicado.

- La transparencia implica ser veraz y revelar el método de trabajo en Internet, ya que no existen soluciones mágicas, sino que el éxito se logra con esfuerzo, planificación y constancia.
- La profesionalidad debe demostrarse desde el inicio hasta el final, y a menudo es lo que distingue a las grandes empresas de las que pasan desapercibidas.

Para Hayat, Samuel-Azran, & Galily (2016), en la era de las redes sociales, los estudios sobre la relación entre el comportamiento de las personas y su confianza en las noticias consideran factores adicionales. Esto incluye cómo las personas interactúan con las noticias en línea, cómo consumen información de noticias en la red y cómo buscan activamente información. (p. 785)

La falta de veracidad en los medios debilita la confianza del público, socavando la construcción de una sociedad sólida. La pérdida de confianza se atribuye a la falta de calidad, precisión y oportunidad en las noticias, ya sea por adelantarse sin fundamentos adecuados o por retrasos en la entrega de información (García, Alfaro, & M.T.L., 2013).

Se podría decir entonces, que la credibilidad es un concepto que involucra diferentes aspectos y, por lo tanto, no es fácil de definir de manera precisa, ya que su comprensión abarca varios campos de estudio.

Hovland, Janis, & Kelley (1953), presentaron la teoría de la credibilidad de la fuente, que sostiene que la gente tiende a ser más persuadida cuando considera que la fuente es confiable. Esta teoría se divide en tres modelos: el modelo factorial, que evalúa cuán creíble es la fuente; el modelo funcional, que analiza cómo la fuente satisface las necesidades del receptor; y el modelo constructivista, que se enfoca en cómo el receptor utiliza la información de la fuente.

“Cuando aplicamos esta teoría a la información en línea, la credibilidad se compone de tres aspectos: cómo percibimos la fuente como creíble, en qué medida la información satisface nuestras necesidades y cómo utilizamos esa información” (Piñeros-Piza, et al., 2011). En resumen, la credibilidad de la fuente es crucial para

la persuasión, y estos tres componentes ayudan a comprender cómo funciona en el contexto de la información en línea.

La llegada de Internet y la rapidez en la difusión de información plantea la cuestión de si los periodistas están cumpliendo con los estándares éticos en el periodismo digital.

En el texto de Piñeros-Piza, et al., (2011) también sugieren que, en el contexto de la credibilidad de los medios en Internet, las personas tienden a considerar más creíbles a aquellos medios que ya tienen un reconocimiento establecido, es decir, aquellos que son ampliamente consumidos y aceptados tradicionalmente. Además, se menciona que cuando la gente consume noticias en redes sociales, a menudo lo hace buscando validación y pertenencia a un grupo. (p. 225)

3.1.2. Interpretación de la información

Para Campos (1995), la interpretación es una actividad humana que ha existido desde tiempos antiguos, al igual que la traducción. Desde que los seres humanos desarrollaron el lenguaje, siempre se ha necesitado de intermediarios para facilitar la comunicación entre diferentes culturas e idiomas. La interpretación ha sido esencial para permitir la interacción y comprensión entre pueblos con idiomas y culturas diversas en todos los ámbitos de la vida. (p. 181)

Tirosh (2021), menciona que, “desde una perspectiva biológica, el cerebro debe contar con la capacidad de recibir, comprender y retener fragmentos de información, con el propósito de posteriormente expresarlos de manera oral en el idioma de destino”.

Podemos definir entonces que, la interpretación de la información se refiere al acto de asignar significado y sentido al mensaje mediático que se recibe. Este proceso implica analizar y comprender los elementos presentes en el contenido mediático, como el lenguaje utilizado, las imágenes, el tono y la estructura del mensaje. La interpretación de la información puede variar entre las personas debido a sus conocimientos previos, creencias, valores, actitudes y contexto socio-cultural,

lo que puede llevar a diferentes interpretaciones y comprensiones del mismo mensaje.

3.1.3. Calidad de información

En el campo del periodismo, se busca establecer principios o criterios que permitan evaluar de manera sistemática la calidad de los contenidos periodísticos. Para lograr esto, Mompart, Lozano, & Sampio (2013), mencionan que se llevan a cabo diversos estudios que exploran indicadores confiables que abarcan una amplia gama de aspectos, como la propiedad de los medios de comunicación, cómo están organizados los equipos de trabajo en las redacciones, la relación con diversas partes interesadas, cómo se manejan las fuentes de información, el proceso de edición de los contenidos y cómo se interactúa con la audiencia.

González (2018), menciona que “el concepto de calidad en las noticias, se refiere a la forma en que los periodistas manejan la información de manera profesional”. (p. 29)

Para Silva, Paredes, & Ocaña (2022), la calidad de la información se evalúa desde dos puntos de vista: uno tradicional basado en valores como precisión e imparcialidad, y otro enfocado en las características de la Web 2.0, que incluyen interactividad, uso de varios tipos de medios y actualización constante. (p. 46)

Por lo tanto, evaluar y mantener altos estándares de calidad es fundamental para asegurar que la información que se recibe a través de las fuentes, sea precisa, creíble y útil.

Silva, Paredes, & Ocaña (2022), mencionan también que, la disminución en la calidad de la información tiene diversas causas y consecuencias. Algunas de las más destacadas son:

- La sobreabundancia de información en Internet ha llevado a una depreciación de su valor. Con la facilidad de acceso a grandes cantidades de información, el público se ha vuelto menos exigente, optando por leer titulares en lugar de profundizar en los artículos. La calidad y el análisis de la información se han vuelto secundarios para muchos.

- La pérdida de credibilidad de los medios tradicionales ha contribuido a esta disminución de la calidad. El público desconfía de estos medios debido a la percepción de intereses políticos y económicos. Esto ha llevado a la búsqueda de alternativas en medios digitales, periodismo ciudadano y redes sociales.
- La falta de un modelo de negocio sólido en el periodismo digital ha llevado a la gratuidad de las noticias en línea. Esto ha acostumbrado a las audiencias a acceder a noticias sin costo, lo que ha impactado negativamente en los ingresos publicitarios de los medios tradicionales.

Estos factores han contribuido a una merma en la calidad de la información periodística.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Hipótesis General

4.1.1. Hipótesis General

El ciberperiodismo tiene una influencia positiva en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

4.1.2. Hipótesis Específicas

a) Las herramientas del internet del ciberperiodismo influyen significativamente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

b) Los medios de comunicación del ciberperiodismo influyen considerablemente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

c) La ética y transparencia del ciberperiodismo tienen una influencia importante en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

4.2. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES
Variable X1: Ciberperiodismo	El periodismo digital o ciberperiodismo es la consecuencia de la mezcla de los diversos medios de comunicación. Además, se caracteriza por usar todos los recursos que la tecnología brinda para crear constantemente noticias con información actualizada basada en la ética y transparencia. (ESNECA, 2021)	El ciberperiodismo busca aprovechar plenamente los recursos y herramientas que ofrece Internet para lograr una rápida difusión de la información. Aunque está basado en el uso de tecnologías digitales y se publica en la web, este enfoque periodístico presenta características distintivas que lo diferencian de otras formas de periodismo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Herramientas de internet <ul style="list-style-type: none"> - Redes Sociales - Motores de búsqueda - Aplicaciones de Noticias - Plataformas de streaming 2. Medios de comunicación <ul style="list-style-type: none"> - Medios en línea - Medios Digitales - Plataformas digitales de comunicación - Medios de difusión 3. Ética y transparencia <ul style="list-style-type: none"> - Moralidad y claridad - Responsabilidad - Principios Éticos - Credibilidad
Variable Y1: Percepción mediática	La percepción es el mecanismo individual que realizan los seres humanos que consiste en recibir, interpretar y comprender las señales que provienen desde el exterior, codificándolas a partir de la actividad sensitiva. Se trata de una serie de datos que son captados por el cuerpo a modo de información bruta, que adquirirá un significado luego de un proceso cognitivo que también es parte de la propia percepción. (Etecé, 2023),	La percepción se relaciona con la construcción de una representación mental basada en la experiencia individual del ser humano, la cual es moldeada por su cultura, organización y necesidades. Estos dos aspectos son abordados por la psicología al estudiar la percepción humana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Credibilidad percibida <ul style="list-style-type: none"> - Confianza - Veracidad - Reputación - Fuentes de confiabilidad 2. Interpretación <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de información - Habilidad de distinción - Identificación - Formación de opinión 3. Calidad de información <ul style="list-style-type: none"> - Evaluación de precisión - Variedad de información - Recursos multimedia - Coherencia y consistencia

4.2.1. Escala de Medida

La escala de medición es la escala de Likert con 5 puntos, donde se reflejan las frecuencias absolutas y porcentuales de las mismas. Las características de esta escala es ser balanceada, con un valor asignado, sin embargo, no tiene la opción para una opción de sin opinión.

Tabla 1

Escala de medida

Nro.	Escala
1	Muy en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Muy de acuerdo

Nota. Escala de valoración de Likert.

4.2.2. Validación de instrumento

Se requirió la evaluación de las interrogantes por parte de un panel de especialistas con el objetivo de obtener recomendaciones para perfeccionar el formulario de encuesta.

4.3. Tipo y diseño de investigación

4.3.1. Tipo de investigación

El estudio se identificó como investigación básica – pura. Se caracteriza en la influencia del ciberperiodismo en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, lo cual se basó en entender cómo los futuros comunicadores perciben esta modalidad periodística y cómo esto puede influir en su formación académica.

4.3.2. Nivel de investigación

En la presente investigación se empleó el nivel descriptivo, el mismo que se complementó con el estadístico, entre otros.

4.3.3. Diseño de investigación

Para efectos de la contrastación de la hipótesis, se utilizó el diseño no experimental, con enfoque cuantitativo. Esto permitirá obtener datos numéricos y estadísticamente significativos sobre la percepción general de los estudiantes hacia el ciberperiodismo, así como identificar tendencias y patrones en sus respuestas.

4.4. *Ámbito de la investigación*

El presente trabajo de investigación se realizó en la Universidad Privada de Tacna, en la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la FAEDCOH.

4.5. *Unidad de estudio, población y muestra de estudio*

4.5.1. Unidad de estudio

Se consideró a los estudiantes de pregrado de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación Cs. De la Comunicación y Humanidades de la Universidad Privada de Tacna.

4.5.2. Población

La población objeto de estudio, estuvo conformada por 186 estudiantes regulares de Ciencias de la Comunicación, matriculados en el periodo 2023-II en la Universidad Privada de Tacna.

Tabla 2*Población*

Carrera	Cantidad
Ciencias de la Comunicación	186
Total	186

Nota. Estudiantes regulares.

4.5.3. Muestra

En el presente trabajo de investigación, la muestra fue comprendida por el 100% de la población, por ser pequeña.

4.6. Procedimiento, técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.6.1. Procedimiento y análisis de información

El procedimiento que se llevó a cabo fue coordinar con los docentes encargados de cada ciclo para fijar fechas en las cuales se aplicaría el instrumento de manera presencial.

El procesamiento de datos, se efectuó en dos programas estadísticos clave: Excel y el software estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

En el caso del Microsoft Office Excel 20210, fue usado para realizar análisis descriptivos. Se elaboró un cálculo de medidas estadísticas básicas, como promedios, medianas y desviaciones estándar para cada variable. Al mismo tiempo permitió la creación de gráficos de barras, diagramas de dispersión o histogramas para visualizar la distribución de los datos. Estos análisis proporcionaron una visión general de los patrones y características iniciales de los datos.

El Soporte Informático SPSS 26.0 para Windows, permitió realizar un análisis más avanzado, pruebas de correlación para identificar relaciones entre variables y un análisis de regresión para explorar posibles factores predictores.

El uso de estas herramientas para el procesamiento de los datos, permitió realizar un análisis completo y riguroso, proporcionando una base sólida para obtener conclusiones significativas.

4.6.2. Técnicas de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación, se optó por emplear la técnica de encuesta, la cual es ampliamente utilizada para la recopilación de datos. La encuesta se basa en un cuestionario o conjunto de preguntas diseñadas con el fin de obtener información directa de los estudiantes.

Se llevaron a cabo encuestas dirigidas a los estudiantes regulares de Ciencias de la Comunicación que estaban matriculados en el periodo 2023-I en la Universidad Privada de Tacna.

4.6.3. Instrumento de recolección de datos

El instrumento para llevar a cabo la encuesta fue un cuestionario estructurado, diseñado específicamente para obtener información relevante sobre la influencia del ciberperiodismo en la percepción mediática de los estudiantes.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1. Trabajo de campo

El objetivo del estudio fue determinar la influencia del ciberperiodismo en la percepción mediática de los estudiantes de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023. Para ello, se utilizaron encuestas como instrumento de recolección de datos. Cada encuesta empleaba 12 preguntas por cada variable.

Para el desarrollo de la investigación, se coordinó con el director de escuela y los docentes a cargo, extendiendo un oficio para obtener el permiso correspondiente para la aplicación del instrumento. La población de estudio incluyó a 186 estudiantes regulares de Ciencias de la Comunicación que estaban matriculados en el periodo 2023-I en la Universidad Privada de Tacna.

Una vez recopiladas las respuestas, se llevó a cabo un examen e interpretación de los datos obtenidos. Esto permitió contrastar las hipótesis planteadas en el estudio.

Finalmente, el análisis de la información se realizó mediante el programa IBM SPSS Statics 19, en el cual se digitalizaron los datos y se realizó el análisis estadístico de la investigación.

5.2. Diseño e interpretación de los resultados

Después de recopilar la información mediante un formulario de cuestionario para evaluar la variable independiente "Ciberperiodismo" y la variable dependiente "Percepción Mediática", se procedió a interpretar y analizar cada uno de los

indicadores. Esto se hizo para cumplir con los objetivos establecidos en la investigación.

Es importante tener en cuenta que los datos adquieren significado a través de las interpretaciones proporcionadas por el investigador. En este sentido, la abundancia de información carece de utilidad si no se somete a un tratamiento analítico adecuado. Por lo tanto, se llevó a cabo una representación general de los resultados, utilizando representaciones gráficas y análisis porcentuales.

Los resultados se presentan en el siguiente orden:

Primero, se presenta un análisis descriptivo de la variable Ciberperiodismo y sus dimensiones en relación a los estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

Segundo, se presenta un análisis descriptivo de la variable Percepción mediática, y sus dimensiones en relación a los estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

Tercero, se presenta la influencia del ciberperiodismo en la percepción mediática de los alumnos estudiados.

Y, por último, se presenta la contrastación de las hipótesis planteadas.

5.3. Fiabilidad del instrumento a través del alfa de Cronbach

5.3.1. Pruebas de Cronbach

En el caso de la confiabilidad se usó el método Alfa de Cronbach, obteniéndose el valor de 0.973. El referido valor se considera aceptable estadísticamente por la tendencia de la aproximación a la unidad.

Tabla 3*Resumen del procesamiento de los casos*

		N	%
Casos	Válido	186	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	186	100,0

Nota: Cantidad de población estudiada.

Tabla 4*Estadísticos de fiabilidad (Variable independiente y dependiente)*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,973	24

Nota: Fiabilidad del instrumento de la variable independiente y dependiente.

Mientras más se acerque a la unidad (1) es más confiable.

5.3.2. Pruebas de normalidad

La prueba de normalidad nos permitió demostrar que nuestra información tiene o no un comportamiento con distribución normal.

Es por tal motivo, que se formularán las siguientes hipótesis

- Ho: La muestra no cuenta con una distribución normal.
- Ha: La muestra cuenta con una distribución normal.

Regla de decisión:

Nivel de confianza: 95.00%

- $P < 0.05$; Se rechaza la hipótesis nula, aceptando que la muestra cuenta con distribución no normal. Spearman
- $P \geq 0.05$; Se acepta la hipótesis nula, aceptando que la muestra cuenta con distribución normal.

Urquizo (2019), manifiesta que: “La normalidad univariante ayuda a obtener normalidad multivariante, pero no la garantiza. La normalidad multivariante implica que las variables individuales son normales”. Para evaluar dicha acepción se debe verificar la normalidad de los residuos estandarizados del modelo. Asimismo, para verificar el supuesto de normalidad de los residuos del modelo, se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov ya que el número de casos es mayor a 50.

Tabla 5

Pruebas de normalidad – variable independiente y dependiente

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Ciberperiodismo	,355	186	,000	,683	186	,000
Percepción mediática	,338	186	,000	,677	186	,000

Nota: Se considera a Kolmogorov Smirnov por el número de muestra.

La presente tabla nos muestra mediante la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov que el grado de significancia de la variable "Ciberperiodismo" es 0.000 y el grado de significancia de la variable "Percepción mediática" es 0.000. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, concluyendo que la muestra no cuenta con distribución normal, por lo que se utilizó el método estadístico de Rho de Spearman para la contratación de hipótesis.

5.4. Los Resultados

5.4.1. Resultados de la variable dependiente: Ciberperiodismo

Herramientas de internet

Tabla 6

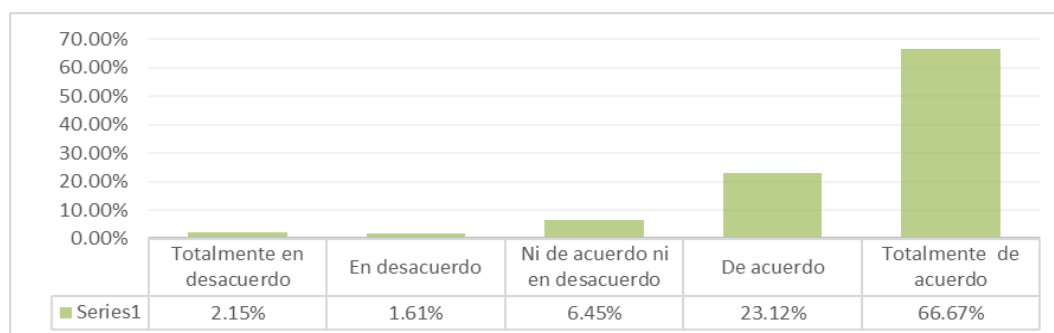
Es común que utilice regularmente las redes sociales para mantenerme actualizado sobre eventos y noticias

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	4	2,2
En desacuerdo	3	1,6
Neutral	12	6,5
De acuerdo	43	23,1
Totalmente de acuerdo	124	66,7
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 1

Es común que utilice regularmente las redes sociales para mantenerme actualizado sobre eventos y noticias



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si es común que utilicen regularmente las redes sociales para mantenerse actualizados sobre eventos y noticias. El 66.67% indicó Totalmente de acuerdo, el 23.12% contestó de acuerdo, el 6.45% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.61% manifestó estar en desacuerdo y el 2.15% en totalmente en desacuerdo. Por lo que sí es común que se utilice regularmente las redes sociales para mantenerse actualizados sobre eventos y noticias.

Tabla 7

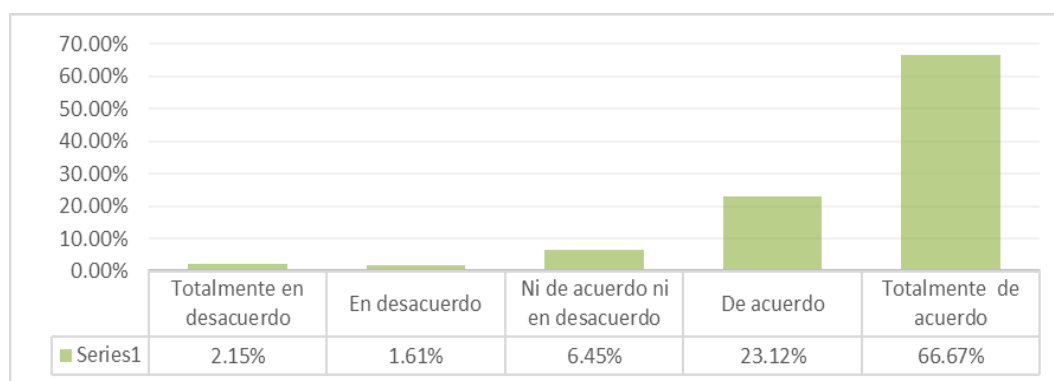
Con frecuencia, recurro a motores de búsqueda para acceder rápidamente a noticias específicas o información periodística

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2,2
	En desacuerdo	2	1,1
	Neutral	16	8,6
	De acuerdo	59	31,7
	Totalmente de acuerdo	105	56,5
	Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 2

Con frecuencia, recurro a motores de búsqueda para acceder rápidamente a noticias específicas o información periodística



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si con frecuencia, recurren a motores de búsqueda para acceder rápidamente a noticias específicas o información periodística. El 66.67% indicó Totalmente de acuerdo, el 23.12% contestó de acuerdo, el 6.45% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.61% manifestó estar en desacuerdo y el 2.15% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que si es frecuente que recurran a motores de búsqueda para acceder rápidamente a noticias específicas o información periodística.

Tabla 8

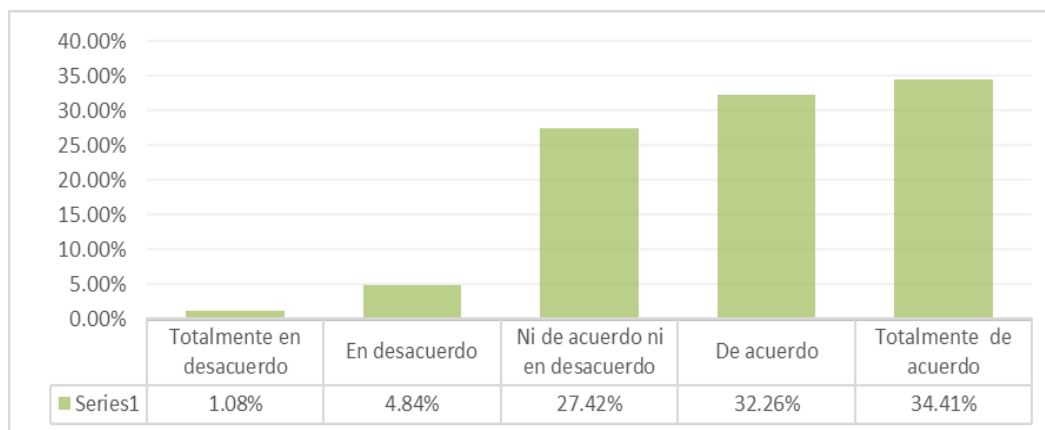
Mi percepción es que las aplicaciones de noticias en línea constituyen una fuente de información periodística confiable

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,1
En desacuerdo	9	4,8
Neutral	51	27,4
De acuerdo	60	32,3
Totalmente de acuerdo	64	34,4
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 3

Mi percepción es que las aplicaciones de noticias en línea constituyen una fuente de información periodística confiable



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si su percepción es que las aplicaciones de noticias en línea constituyen una fuente de información periodística confiable. El 34.41% indicó Totalmente de acuerdo, el 32.26% contestó de acuerdo, el 27.42% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4.84% manifestó estar en desacuerdo y el 1.08% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que su percepción si es que las aplicaciones de noticias en línea constituyen una fuente de información periodística confiable.

Tabla 9

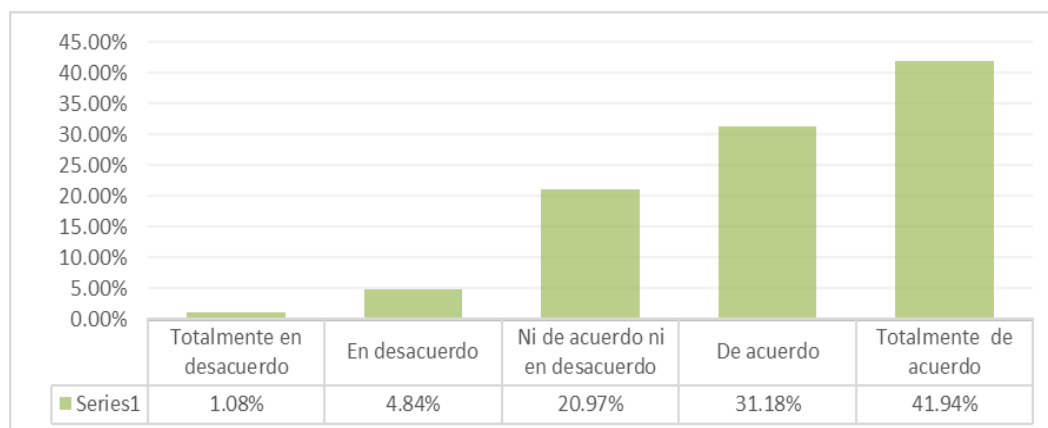
Las plataformas de Streaming me ofrecen una perspectiva visual única en la presentación de noticias.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,1
En desacuerdo	9	4,8
Neutral	39	21,0
De acuerdo	58	31,2
Totalmente de acuerdo	78	41,9
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 4

Las plataformas de Streaming me ofrecen una perspectiva visual única en la presentación de noticias.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si las plataformas de Streaming les ofrece una perspectiva visual en la presentación de noticias. El 41.94% indicó Totalmente de acuerdo, el 31.18% contestó de acuerdo, el 20.97% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4.84% manifestó estar en desacuerdo y el 1.08 % en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que las plataformas Streaming, si les ofrece una perspectiva visual en la presentación de noticias.

Medios de comunicación

Tabla 10

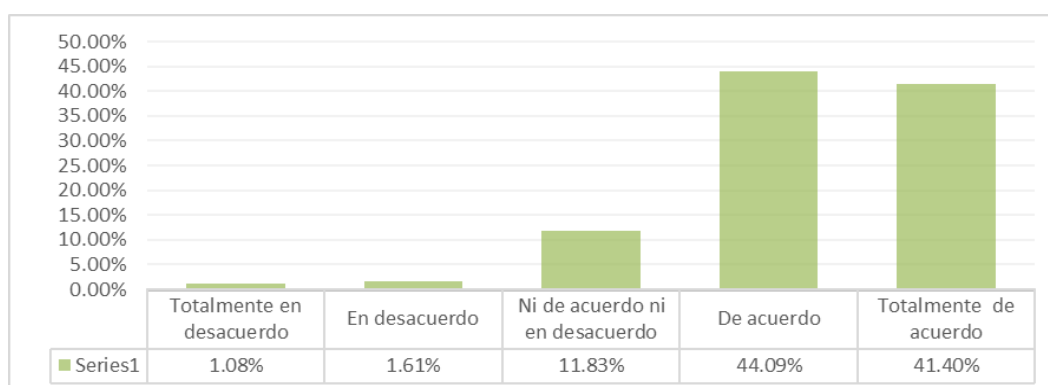
Tengo preferencia por utilizar medios en línea como fuente principal para mantenerme al tanto de eventos y novedades

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,1
En desacuerdo	3	1,6
Neutral	22	11,8
De acuerdo	82	44,1
Totalmente de acuerdo	77	41,4
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 5

Tengo preferencia por utilizar medios en línea como fuente principal para mantenerme al tanto de eventos y novedades



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si tienen preferencia por utilizar medios en línea como fuente principal para mantenerse al tanto de eventos y novedades. El 41.40% indicó Totalmente de acuerdo, el 44.09% contestó de acuerdo, el 11.83% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.61% manifestó estar en desacuerdo y el 1.08% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que si tienen preferencia por

utilizar medios en línea como fuente principal para mantenerse al tanto de eventos y novedades.

Tabla 11

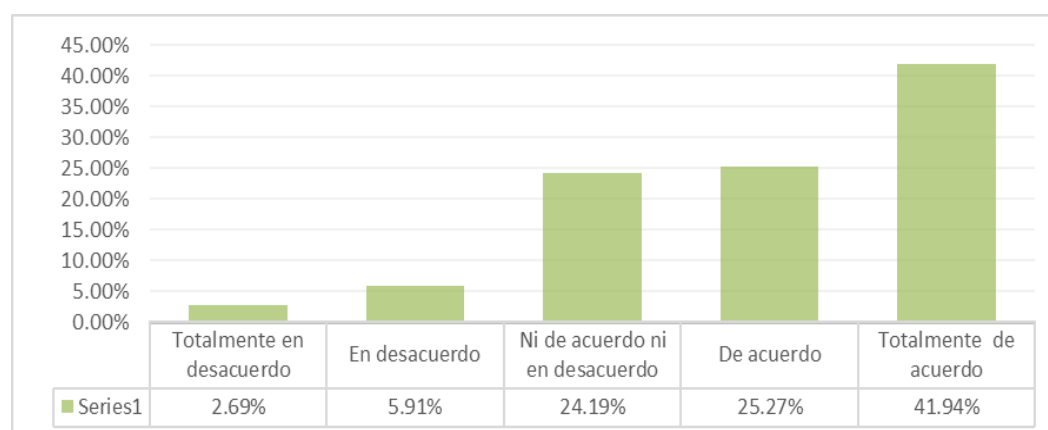
En mi opinión, los medios los digitales son más confiables en comparación con los medios tradicionales (prensa, radio, televisión)

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	5	2,7
En desacuerdo	11	5,9
Neutral	45	24,2
De acuerdo	47	25,3
Totalmente de acuerdo	78	41,9
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 6

En mi opinión, los medios los digitales son más confiables en comparación con los medios tradicionales (prensa, radio, televisión)



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si opinan que los medios digitales son más confiables en comparación con los medios tradicionales. El 41.94% indicó Totalmente de acuerdo, el 25.27% contestó de acuerdo, el 24.19% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5.91% manifestó estar en desacuerdo y el 2.69% en totalmente en

desacuerdo. Por lo que se concluye que opinan que los medios digitales si son más confiables en comparación con los medios tradicionales.

Tabla 12

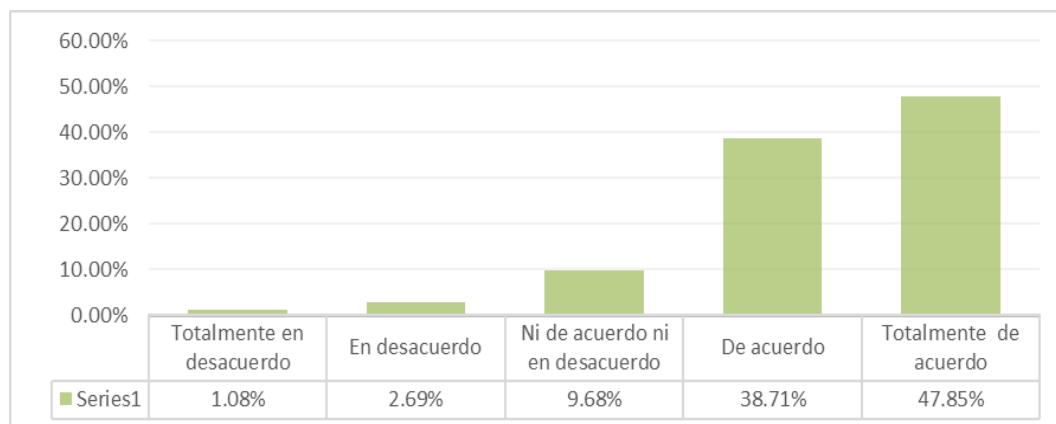
Encuentro que las plataformas digitales de comunicación ofrecen una amplia gama de perspectivas y opiniones sobre los acontecimientos actuales.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,1
En desacuerdo	5	2,7
Neutral	18	9,7
De acuerdo	72	38,7
Totalmente de acuerdo	89	47,8
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 7

Encuentro que las plataformas digitales de comunicación ofrecen una amplia gama de perspectivas y opiniones sobre los acontecimientos actuales.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si encuentran que las plataformas digitales de comunicación ofrecen una amplia gama de perspectivas y opiniones sobre los

acontecimientos actuales. El 47.85% indicó Totalmente de acuerdo, el 38.71% contestó de acuerdo, el 9.68% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2.69% manifestó estar en desacuerdo y el 1.08% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que si encuentran que las plataformas digitales de comunicación ofrecen una amplia gama de perspectivas y opiniones sobre acontecimientos actuales.

Tabla 13

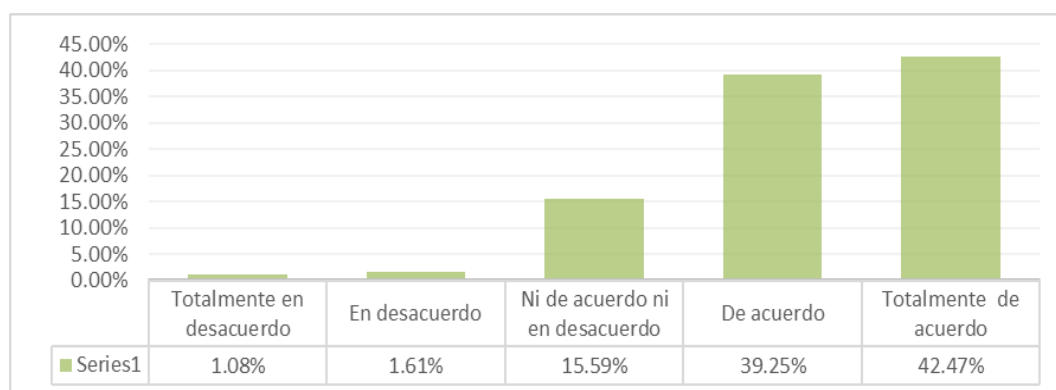
Los medios de difusión me permiten participar activamente y debatir noticias con otros de manera más directa.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,1
En desacuerdo	3	1,6
Neutral	29	15,6
De acuerdo	73	39,2
Totalmente de acuerdo	79	42,5
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 8

Los medios de difusión me permiten participar activamente y debatir noticias con otros de manera más directa.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si los medios de difusión les permite participar activamente y debatir noticias con otros de manera más directa. El 42.47% indicó Totalmente de acuerdo, el 39.25% contestó de acuerdo, el 15.59% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.61% manifestó estar en desacuerdo y el 1.08% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que los medios de difusión si les permite participar activamente y debatir noticias con otros de manera más directa.

Ética y transparencia

Tabla 14

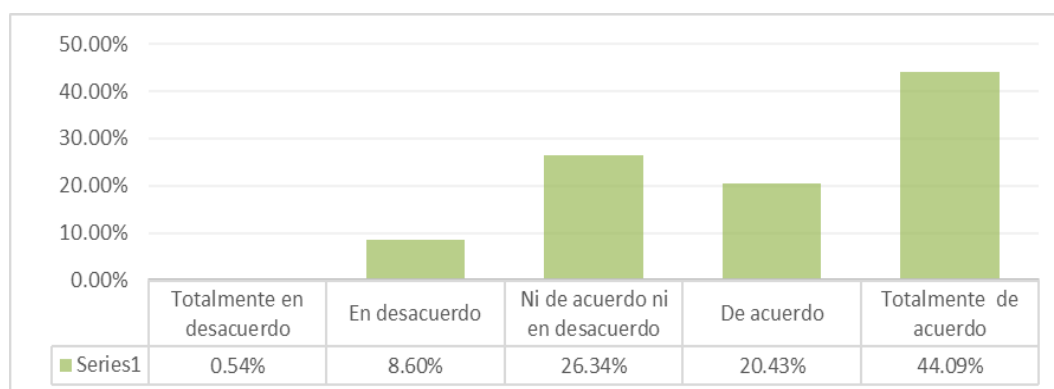
Los medios de comunicación en línea siguen prácticas de moralidad y transparencia en la presentación de noticias.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	1	,5
En desacuerdo	16	8,6
Neutral	49	26,3
De acuerdo	38	20,4
Totalmente de acuerdo	82	44,1
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 9

Los medios de comunicación en línea siguen prácticas de moralidad y transparencia en la presentación de noticias.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si los medios de comunicación en línea siguen prácticas de moralidad y transparencia en la presentación de noticias. El 44.09% indicó Totalmente de acuerdo, el 20.43% contestó de acuerdo, el 26.34% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8.60% manifestó estar en desacuerdo y el 0.54% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que los medios de comunicación en línea si siguen prácticas de moralidad y transparencia en la presentación de noticias.

Tabla 15

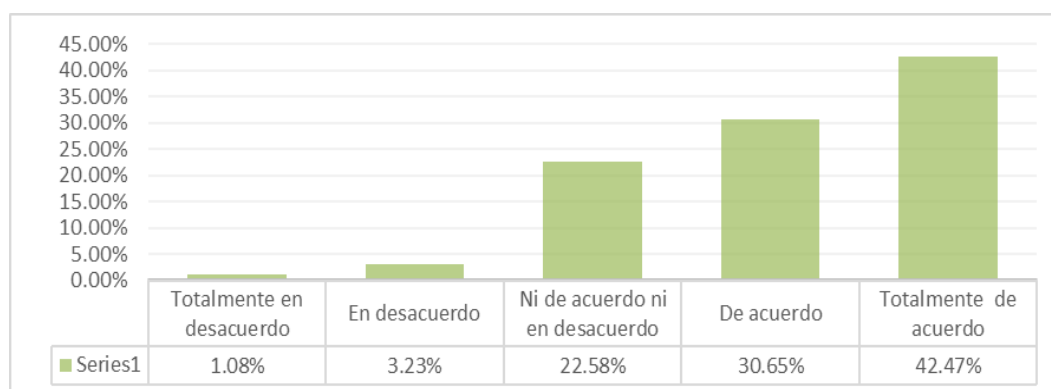
Observo responsabilidad en el proceso de recopilación de noticias en línea como un aspecto crucial para mantener la integridad del ciberperiodismo.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,1
En desacuerdo	6	3,2
Neutral	42	22,6
De acuerdo	57	30,6
Totalmente de acuerdo	79	42,5
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 10

Observo responsabilidad en el proceso de recopilación de noticias en línea como un aspecto crucial para mantener la integridad del ciberperiodismo.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si observan responsabilidad en el proceso de recopilación de noticias en línea como un aspecto crucial para mantener la integridad del ciberperiodismo. El 42.47% indicó Totalmente de acuerdo, el 30.65% contestó de acuerdo, el 22.58% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3.23% en desacuerdo y el 1.08% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que si observan responsabilidad en el proceso de recopilación de noticias en línea como un aspecto crucial para mantener la integridad del ciberperiodismo.

Tabla 16

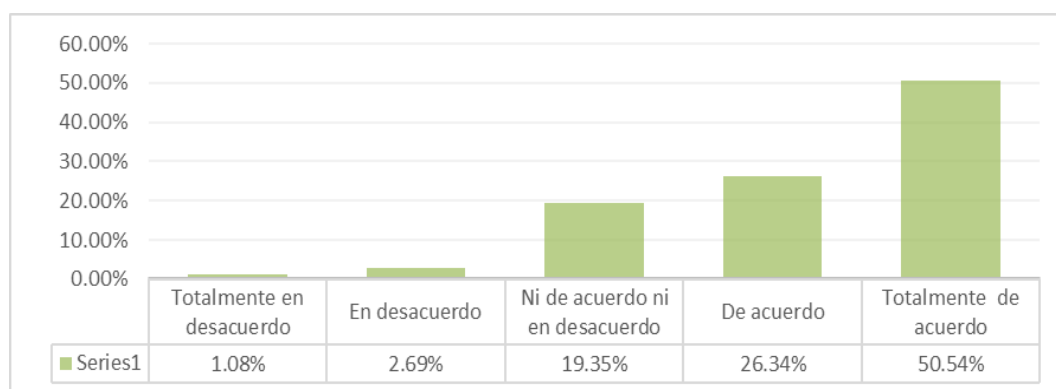
Los principios éticos seguidos por los periodistas en línea contribuyen en la veracidad de las noticias.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,1
En desacuerdo	5	2,7
Neutral	36	19,4
De acuerdo	49	26,3
Totalmente de acuerdo	94	50,5
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 11

Los principios éticos seguidos por los periodistas en línea contribuyen en la veracidad de las noticias.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si los principios éticos seguidos por los periodistas en línea contribuyen en la veracidad de las noticias. El 50.54% indicó Totalmente de acuerdo, el 26.34% contestó de acuerdo, el 19.35% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2.69% manifestó estar en desacuerdo y el 1.08% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye los principios éticos seguidos por los periodistas en línea, si contribuyen en la veracidad de las noticias.

Tabla 17

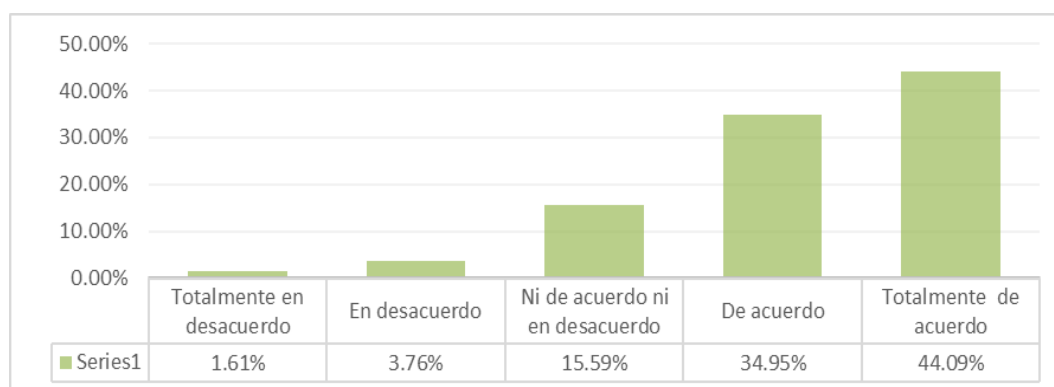
Los medios en línea se esfuerzan activamente por preservar su credibilidad y evitar que los lectores desconfíen de su contenido.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	3	1,6
En desacuerdo	7	3,8
Neutral	29	15,6
De acuerdo	65	34,9
Totalmente de acuerdo	82	44,1
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 12

Los medios en línea se esfuerzan activamente por preservar su credibilidad y evitar que los lectores desconfíen de su contenido.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si los medios en línea se esfuerzan activamente por preservar su credibilidad y evitar que los lectores desconfíen de su contenido. El 42.47% indicó Totalmente de acuerdo, el 30.65% contestó de acuerdo, el 22.58% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3.23% manifestó estar en desacuerdo y el 1.08% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que los medios en línea si se esfuerzan activamente por preservar su credibilidad y evitar que los lectores desconfíen de su contenido.

5.4.2. Resultados de la variable independiente: Percepción mediática

Credibilidad Percibida

Tabla 18

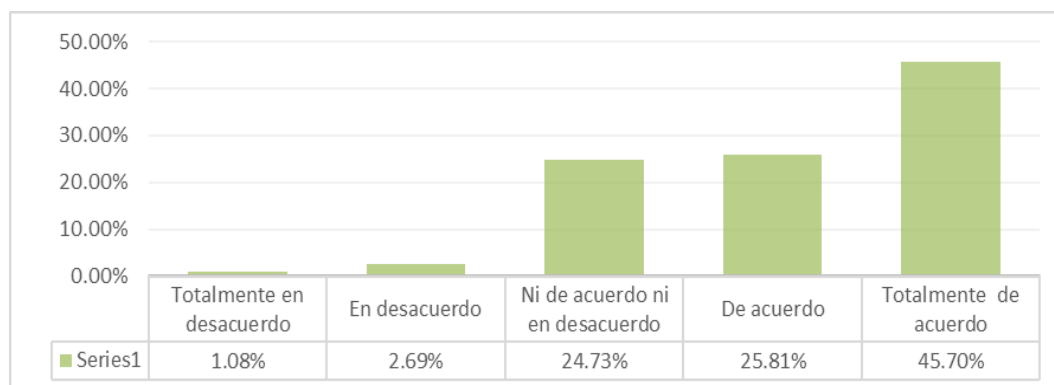
Tengo la convicción de que la información mediática en línea que consumo me brinda confianza.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,1
En desacuerdo	5	2,7
Neutral	46	24,7
De acuerdo	48	25,8
Totalmente de acuerdo	85	45,7
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 13

Tengo la convicción de que la información mediática en línea que consumo me brinda confianza.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si tienen la convicción de que la información mediática en línea que consumen les brinda confianza. El 45.70% indicó Totalmente de acuerdo, el 25.81% contestó de acuerdo, el 24.73% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2.69% manifestó estar en desacuerdo y el 1.08% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que los estudiantes si tienen la convicción de que la información mediática en línea que consumen les brinda confianza.

Tabla 19

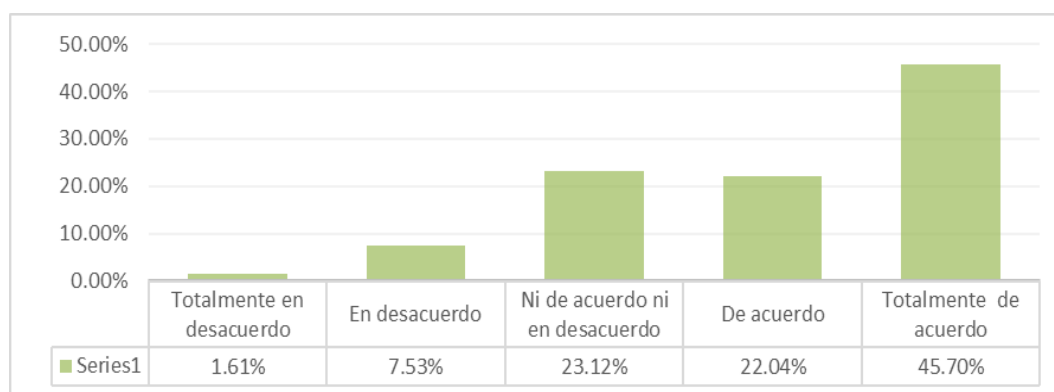
En mi opinión, las noticias en línea son más precisas y veraces en comparación con las noticias de medios tradicionales.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	3	1,6
En desacuerdo	14	7,5
Neutral	43	23,1
De acuerdo	41	22,0
Totalmente de acuerdo	85	45,7
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 14

En mi opinión, las noticias en línea son más precisas y veraces en comparación con las noticias de medios tradicionales.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si opinan que las noticias en línea son más precisas y veraces en comparación con las noticias de medios tradicionales. El 45.70% indicó Totalmente de acuerdo, el 22.04% contestó de acuerdo, el 23.12% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7.53% manifestó estar en desacuerdo y el 1.61% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que los estudiantes, opinan que las noticias en línea si son más precisas y veraces en comparación con las noticias de medios tradicionales

Tabla 20

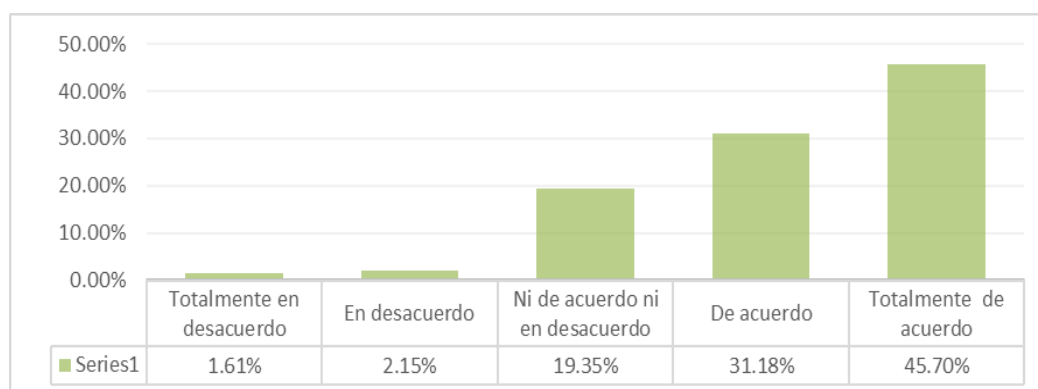
Mi percepción es que los sitios web donde consumo noticias gozan de una buena reputación y alta credibilidad.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	3	1,6
En desacuerdo	4	2,2
Neutral	36	19,4
De acuerdo	58	31,2
Totalmente de acuerdo	85	45,7
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 15

Mi percepción es que los sitios web donde consumo noticias gozan de una buena reputación y alta credibilidad.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si su percepción es que los sitios web donde consumen noticias gozan de una buena reputación y alta credibilidad. El 45.70% indicó Totalmente de acuerdo, el 31.18% contestó de acuerdo, el 19.35% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2.15% manifestó estar en desacuerdo y el 1.61% en totalmente en desacuerdo. Por lo que la percepción de los estudiantes es que los sitios web donde consumen noticias si gozan de una buena reputación y alta credibilidad.

Tabla 21

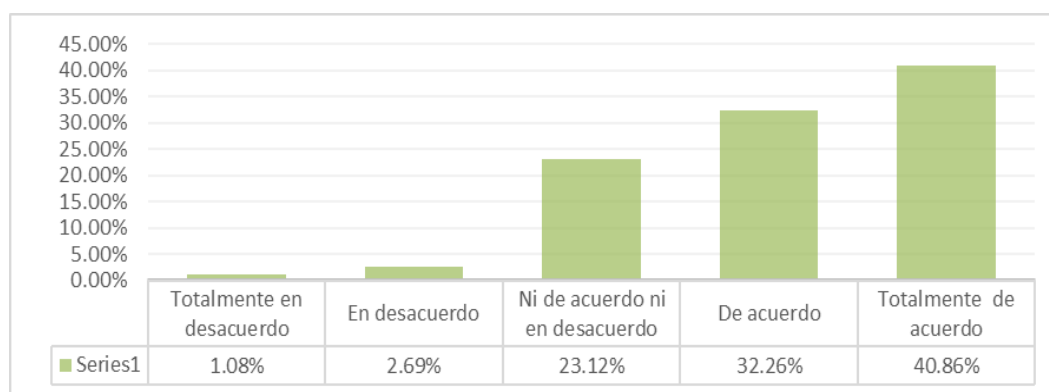
Encuentro que el periodismo digital cita fuentes confiables y verificables, lo cual aumenta mi confianza en la información presentada.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,1
En desacuerdo	5	2,7
Neutral	43	23,1
De acuerdo	60	32,3
Totalmente de acuerdo	76	40,9
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 16

Encuentro que el periodismo digital cita fuentes confiables y verificables, lo cual aumenta mi confianza en la información presentada.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si encuentran que el periodismo digital cita fuentes confiables y verificables, lo cual aumenta su confianza en la información presentada. El 40.86% indicó Totalmente de acuerdo, el 32.26% contestó de acuerdo, el 23.12% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2.69% manifestó estar en desacuerdo y el 1.08% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que los estudiantes si encuentran que el periodismo digital cita fuentes confiables y verificables, lo cual aumenta su confianza en la información presentada.

Interpretación

Tabla 22

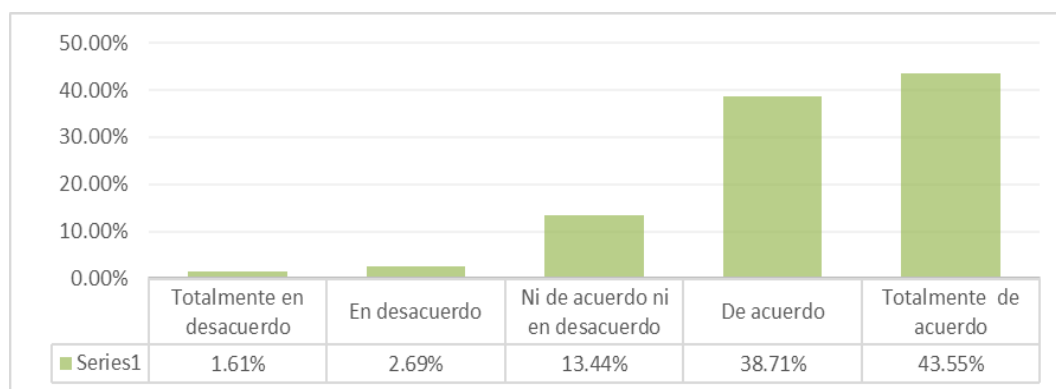
Poseo la capacidad de analizar las noticias en línea, cuestionando las fuentes y teniendo en cuenta posibles sesgos.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	3	1,6
En desacuerdo	5	2,7
Neutral	25	13,4
De acuerdo	72	38,7
Totalmente de acuerdo	81	43,5
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 17

Poseo la capacidad de analizar las noticias en línea, cuestionando las fuentes y teniendo en cuenta posibles sesgos.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si poseen la capacidad de analizar las noticias en línea, cuestionando las fuentes y teniendo en cuenta posibles sesgos. El 43.55% indicó Totalmente de acuerdo, el 38.71% contestó de acuerdo, el 13.44% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2.69% manifestó estar en desacuerdo y el 1.61% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que los estudiantes si poseen la capacidad de analizar las noticias en línea, cuestionando las fuentes y teniendo en cuenta posibles sesgos.

Tabla 23

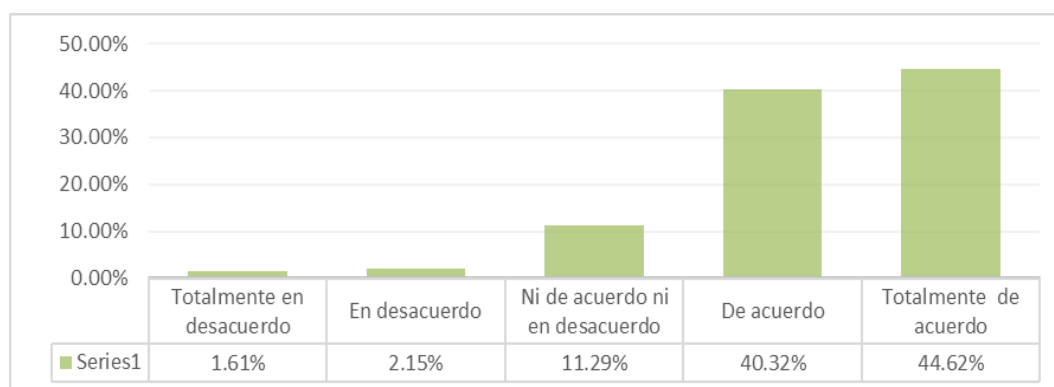
Al consumir periodismo digital, tengo la habilidad de distinguir de manera clara entre los hechos y las opiniones expresadas en los artículos.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	3	1,6
En desacuerdo	4	2,2
Neutral	21	11,3
De acuerdo	75	40,3
Totalmente de acuerdo	83	44,6
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 18

Al consumir periodismo digital, tengo la habilidad de distinguir de manera clara entre los hechos y las opiniones expresadas en los artículos.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si los estudiantes al consumir periodismo digital, tienen la habilidad de distinguir de manera clara entre los hechos y las opiniones expresadas en los artículos. El 44.62% indicó Totalmente de acuerdo, el 40.32% contestó de acuerdo, el 11.29% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2.15% manifestó estar en desacuerdo y el 1.61% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que los estudiantes al consumir periodismo digital, si tienen la habilidad de distinguir de manera clara entre los hechos y las opiniones expresadas en los artículos.

Tabla 24

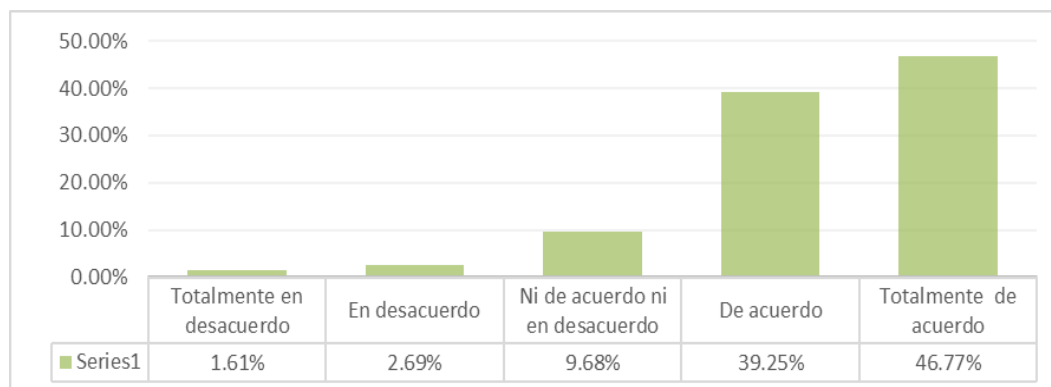
Al leer noticias en línea, puedo identificar las estrategias que buscan persuadir o influenciar mi opinión.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	3	1,6
En desacuerdo	5	2,7
Neutral	18	9,7
De acuerdo	73	39,2
Totalmente de acuerdo	87	46,8
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 19

Al leer noticias en línea, puedo identificar las estrategias que buscan persuadir o influenciar mi opinión.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si al leer noticias en línea, pueden identificar las estrategias que buscan persuadir o influenciar sus opiniones. El 46.77% indicó Totalmente de acuerdo, el 39.25% contestó de acuerdo, el 9.68% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2.69% manifestó estar en desacuerdo y el 1.61% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que los estudiantes al leer noticias en línea, si pueden identificar las estrategias que buscan persuadir o influenciar sus opiniones.

Tabla 25

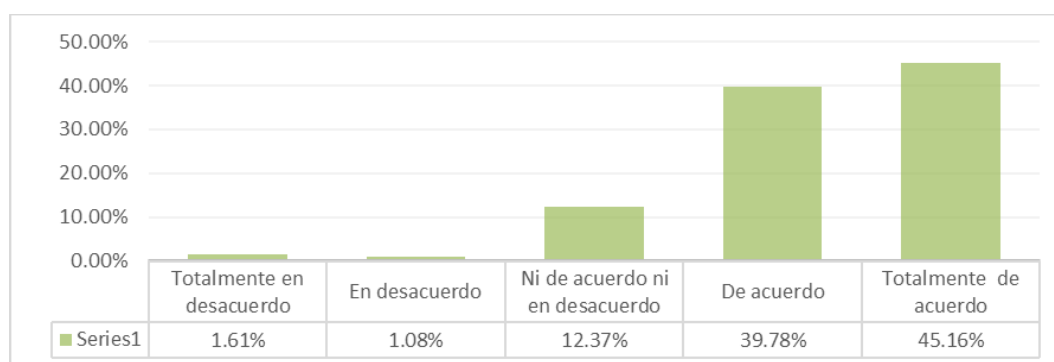
Los medios en línea ofrecen una amplia gama de perspectivas sobre un tema, lo que me ayuda a formar una opinión fundamentada.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	3	1,6
En desacuerdo	2	1,1
Neutral	23	12,4
De acuerdo	74	39,8
Totalmente de acuerdo	84	45,2
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 20

Los medios en línea ofrecen una amplia gama de perspectivas sobre un tema, lo que me ayuda a formar una opinión fundamentada.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si los medios en línea les ofrece una amplia gama de perspectivas sobre un tema, lo que los ayuda a formar sus opiniones fundamentadas. El 45.16% indicó Totalmente de acuerdo, el 39.78% contestó de acuerdo, el 12.37% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.08% manifestó estar en desacuerdo y el 1.61% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que los medios en línea si les ofrece una amplia gama de perspectivas sobre un tema, lo que los ayuda a formar sus opiniones fundamentadas.

Calidad de información

Tabla 26

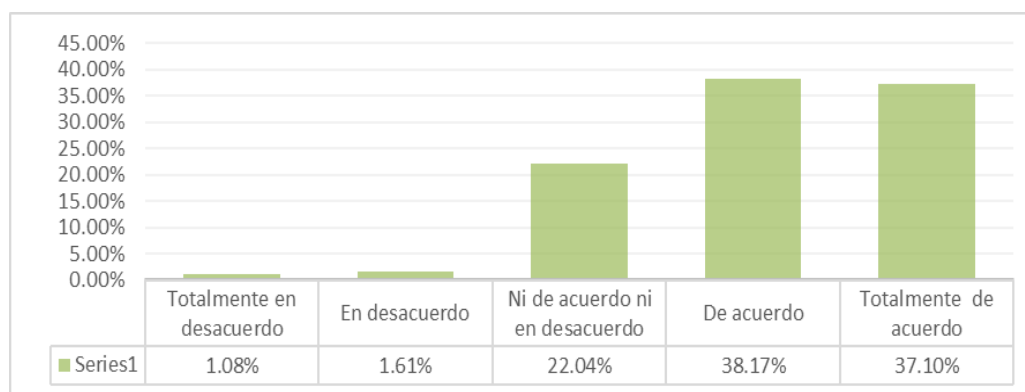
La información mediática en línea me proporciona un mayor nivel de comprensión, ya que es precisa y veraz.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,1
En desacuerdo	3	1,6
Neutral	41	22,0
De acuerdo	71	38,2
Totalmente de acuerdo	69	37,1
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 21

La información mediática en línea me proporciona un mayor nivel de comprensión, ya que es precisa y veraz.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si la información mediática en línea les proporciona un mayor nivel de comprensión, ya que es precisa y veraz. El 37.10% indicó Totalmente de acuerdo, el 38.71% contestó de acuerdo, el 22.04% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.61% manifestó estar en desacuerdo y el 1.08% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que la información mediática en línea si les proporciona a los estudiantes un mayor nivel de comprensión, ya que es precisa y veraz.

Tabla 27

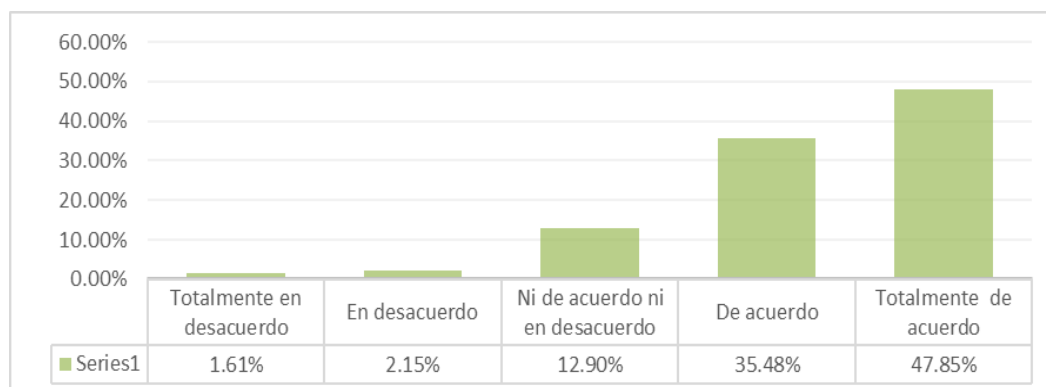
Las noticias en línea me brindan una amplia variedad de temas beneficiosos de todo tipo y de todas partes del mundo.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	3	1,6
En desacuerdo	4	2,2
Neutral	24	12,9
De acuerdo	66	35,5
Totalmente de acuerdo	89	47,8
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 22

Las noticias en línea me brindan una amplia variedad de temas beneficiosos de todo tipo y de todas partes del mundo.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si las noticias en línea les brinda una amplia variedad de temas beneficiosos de todo tipo y de todas partes del mundo. El 47.85% indicó Totalmente de acuerdo, el 35.48% contestó de acuerdo, el 12.90% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2.15% manifestó estar en desacuerdo y el 1.61% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que las noticias en línea si les brinda a los estudiantes una amplia variedad de temas beneficiosos de todo tipo y de todas partes del mundo.

Tabla 28

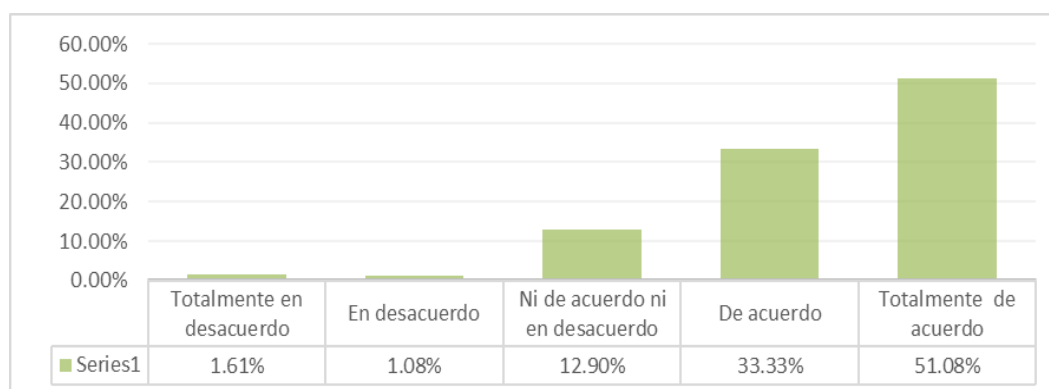
Encuentro que las noticias en línea a menudo incluyen recursos adicionales, como gráficos o enlaces, que enriquecen mi comprensión de los temas tratados.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	3	1,6
En desacuerdo	2	1,1
Neutral	24	12,9
De acuerdo	62	33,3
Totalmente de acuerdo	95	51,1
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 23

Encuentro que las noticias en línea a menudo incluyen recursos adicionales, como gráficos o enlaces, que enriquecen mi comprensión de los temas tratados.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si encuentran que las noticias en línea a menudo incluyen recursos adicionales, como gráficos o enlaces, que enriquecen su comprensión de los temas tratados. El 51.08% indicó Totalmente de acuerdo, el 33.33% contestó de acuerdo, el 12.90% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.08% manifestó estar en desacuerdo y el 1.61% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que los estudiantes encuentran que las noticias en línea a menudo si incluyen recursos adicionales, como gráficos o enlaces, que enriquecen su comprensión de los temas tratados.

Tabla 29

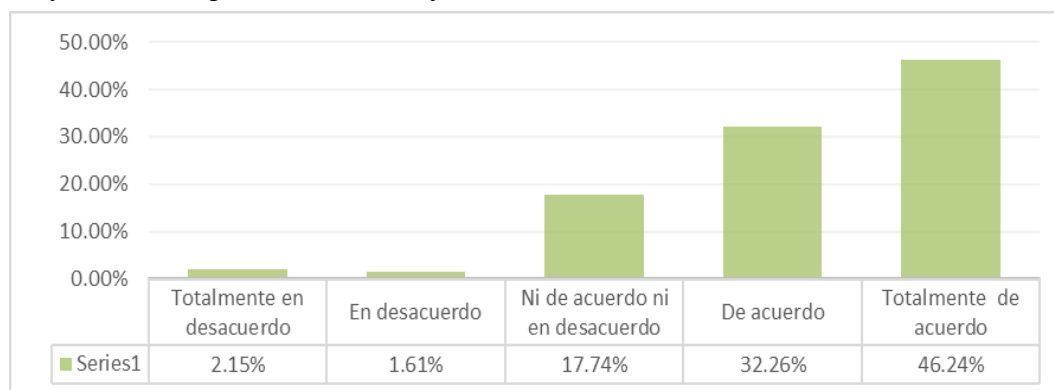
El periodismo digital presenta datos coherentes y consistentes, lo que me da confianza en la precisión de la información.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente en desacuerdo	4	2,2
En desacuerdo	3	1,6
Neutral	33	17,7
De acuerdo	60	32,3
Totalmente de acuerdo	86	46,2
Total	186	100,0

Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

Figura 24

El periodismo digital presenta datos coherentes y consistentes, lo que me da confianza en la precisión de la información.



Nota. Cuestionario realizado 186 estudiantes.

En lo que respecta a si el periodismo digital presenta datos coherentes y consistentes, lo que les da confianza en la precisión de la información. El 46.24% indicó Totalmente de acuerdo, el 32.26% contestó de acuerdo, el 17.74% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.61% manifestó estar en desacuerdo y el 2.15% en totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye el periodismo digital si presenta datos coherentes y consistentes, lo que les da a los estudiantes confianza en la precisión de la información.

5.5. Comprobación de hipótesis

5.5.1. Verificación de Hipótesis General

a) Formulación de Hipótesis

Hipótesis Nula: El ciberperiodismo no tiene una influencia positiva en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

Hipótesis Alternativa: El ciberperiodismo tiene una influencia positiva en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

b) Estadístico de Prueba

Se determinó trabajar un estadístico de prueba no paramétrica Correlación de Rho de Spearman.

Tabla 30

Resultados de la correlación Rho de Spearman, entre ciberperiodismo y percepción mediática

		Ciberperiodismo	Percepción mediática
Rho de Spearman	Ciberperiodismo	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	186
	Percepción mediática	Coefficiente de correlación	,850**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	186

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

Nota: De acuerdo con el análisis de datos después de aplicar el método estadístico de Rho Spearman en búsqueda de la influencia del Ciberperiodismo en la Percepción mediática, podemos identificar que si existe un Rho de Spearman alto (0,850), y un p-valor de 0.000, siendo este menor que el nivel de significancia de 5% o 0,05. Concluyendo que el ciberperiodismo tiene una influencia positiva en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna.

5.5.2. Verificación de Hipótesis Específicas

Hipótesis Específica 1

a) Formulación de Hipótesis

Hipótesis Nula: Las herramientas del internet del ciberperiodismo no influyen significativamente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

Hipótesis alternativa: Las herramientas del internet del ciberperiodismo influyen significativamente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

b) Estadístico de Prueba

Se determinó trabajar un estadístico de prueba no paramétrica Correlación de Rho de Spearman.

Tabla 31

Análisis de correlación, entre ciberperiodismo y percepción mediática respecto a su dimensión herramientas de internet.

		Herramientas del internet	Percepción mediática
Rho de Spearman	Herramientas del internet	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,827**
		N	,000
	Percepción mediática	Coefficiente de correlación	186
		Sig. (bilateral)	,827**
		N	,000
		186	186

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

Nota: Conforme al análisis de datos después de aplicar el método estadístico de Rho Spearman en búsqueda de la influencia de las Herramientas del internet en la percepción mediática, podemos identificar que si existe un Rho de Spearman Alto (0,827), y un p-valor es de 0.000, siendo este menor que el nivel de significancia de 5% o 0,05. Concluyendo que las herramientas del internet del ciberperiodismo influyen significativamente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

Hipótesis Específica 2

a) Formulación de Hipótesis

Hipótesis Nula: Los medios de comunicación del ciberperiodismo no influyen considerablemente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

Hipótesis Alternativa: Los medios de comunicación del ciberperiodismo influyen considerablemente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

b) Estadístico de Prueba

Se determinó trabajar un estadístico de prueba no paramétrica Correlación de Rho de Spearman.

Tabla 32

Análisis de correlación, entre ciberperiodismo y percepción mediática respecto a su dimensión medios de comunicación.

		Medios de comunicación	Percepción mediática
Rho de Spearman	Medios de comunicación	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,816**
		N	,000
Percepción mediática	Percepción mediática	Coefficiente de correlación	.
		Sig. (bilateral)	,816**
		N	,000
		N	186
		N	186

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

Nota: Se ha logrado demostrar con el análisis de datos después de aplicar el método estadístico de Rho Spearman en búsqueda de la influencia de los Medios de comunicación en la Percepción mediática, podemos identificar que si existe un alto Rho de Spearman (0, 816), y un p-valor de 0.000, siendo este menor que el nivel de significancia de 5% o 0,05. Concluyendo que los medios de comunicación del ciberperiodismo influyen considerablemente en la percepción mediática de los

estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

Hipótesis Específica 3

a) Formulación de Hipótesis

Hipótesis Nula: La ética y transparencia del ciberperiodismo no tienen una influencia importante en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

Hipótesis Alternativa: La ética y transparencia del ciberperiodismo tienen una influencia importante en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

b) Estadístico de Prueba

Se determinó trabajar un estadístico de prueba no paramétrica Correlación de Rho de Spearman.

Tabla 33

Análisis de correlación, entre ciberperiodismo y percepción mediática respecto a su dimensión medios de comunicación.

			Ética y transparencia	Percepción mediática
Rho de Spearman	Ética y transparencia	Coefficiente de correlación	1,000	,857**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	186	186
	Percepción mediática	Coefficiente de correlación	,857**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	186	186

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

Nota: Nos muestra el análisis de datos después de aplicar el método estadístico de Rho Spearman en búsqueda de la influencia de la Ética y Transparencia en la Percepción mediática, podemos identificar que si existe un Rho de Spearman Alta (0, 857), y un p-valor de 0.000, siendo este menor que el nivel

de significancia de 5% o 0,05. Concluyendo que la ética y transparencia del ciberperiodismo tienen una influencia importante en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.

5.6. Discusión de resultados

De acuerdo con los resultados, se observa que el ciberperiodismo tiene una influencia positiva en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023; así mismo se ha podido comprobar los objetivos específicos en donde se tiene que las herramientas del internet del ciberperiodismo influyen significativamente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023; respecto a si con frecuencia, recorro a motores de búsqueda para acceder rápidamente a noticias específicas o información periodística; el 66,67% manifestó estar totalmente de acuerdo; el 23.12% indicó estar de acuerdo; el 1.61% en desacuerdo y el 2.15% respondió totalmente en desacuerdo. Del mismo modo se ha podido comprobar que los medios de comunicación del ciberperiodismo influyen considerablemente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023; respecto a si los medios de difusión me permiten participar activamente y debatir noticias con otros de manera más directa; el 42.47% indicó totalmente de acuerdo, el 39.25% contestó de acuerdo, el 15.59% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.61% manifestó estar en desacuerdo y el 1.08% en totalmente en desacuerdo. De igual modo, se ha podido comprobar que la ética y transparencia del ciberperiodismo tienen una influencia importante en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023; respecto a si los medios de comunicación en línea siguen prácticas de moralidad y transparencia en la presentación de noticias; el 48.33% manifestó estar en desacuerdo; el 44.09% indicó Totalmente de acuerdo, el 20.43% contestó de acuerdo, el 26.34% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8.60% manifestó estar en desacuerdo y el 0.54% en totalmente en desacuerdo.

Lozada Pérez & Moreno Dávila (2016), en su tesis para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación “Análisis del interés en el periodismo digital peruano por parte de los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán 2016-II”, concluye que: Según los resultados obtenidos, los estudiantes consideran que el periodismo digital es la fuente de información más accesible. Esto se debe a la fuerte interacción que tienen con dispositivos tecnológicos, los cuales forman parte integral de su estilo de vida. Además, se concluyó que los estudiantes valoran positivamente el rendimiento del periodismo digital, atribuyendo esto a la utilización de herramientas innovadoras y a la diversidad y atractivo de sus contenidos.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

6.1. CONCLUSIONES

Primera

El ciberperiodismo tiene una influencia positiva en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023. Asimismo, se observa que, los conocimientos adquiridos parecen proporcionar herramientas que permiten que los estudiantes tengan una base sólida en relación al ciberperiodismo. Teniendo un coeficiente de correlación de 0,850 y un p-valor de 0.000, por lo que se comprobó la hipótesis general.

Segunda

Las herramientas del internet del ciberperiodismo tienen influyen positivamente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023. Sin embargo, se observa que existe una minoría que no utiliza estas herramientas de manera frecuente, lo que podría indicar áreas de mejora en la capacitación o conciencia sobre su utilidad. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación de 0,827 y un p-valor de 0.000, por lo que se comprobó la hipótesis específica 1.

Tercera

Los medios de comunicación del ciberperiodismo tienen influyen considerablemente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023. No obstante, existe un porcentaje significativo que muestra desacuerdo. Esta discrepancia podría deberse a la interpretación, la falta de conocimiento o la calidad y objetividad de dichos

medios. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación de 0,816 y un p-valor de 0.000, por lo que se comprobó la hipótesis específica 2.

Cuarta

La ética y transparencia del ciberperiodismo tienen una influencia importante en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023. Sin embargo, una cantidad significativa de estudiantes manifiesta su desacuerdo, podría deberse a la falta de profundización sobre la importancia de la ética y transparencia en el ciberperiodismo. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación de 0,857 y un p-valor de 0.000, por lo que se comprobó la hipótesis específica 3.

6.2. SUGERENCIAS

Primera

Mediante la dirección de escuela, planificar con la oficina académica la expansión de la formación en ciberperiodismo, para la ampliación de la formación profesional de este tema. Donde se sugiere educar a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna con herramientas aún más especializadas y avanzadas en el campo del periodismo digital.

Segunda

Se sugiere a la escuela implementar capacitaciones sobre la utilidad y relevancia de las herramientas del ciberperiodismo, para maximizar conocimientos de las herramientas del internet, así mismo, se deberá incluir sesiones de entrenamiento y recursos educativos para promover un uso más frecuente y efectivo.

Tercera

Se sugiere realizar un análisis detallado para identificar las razones específicas detrás del desacuerdo en la percepción mediática de los estudiantes. Así mismo, explorar la posibilidad de organizar sesiones informativas o talleres que aborden los medios de comunicación donde se difunden los contenidos periodísticos, que permita aumentar el conocimiento sobre su funcionamiento y promuevan la discusión abierta sobre la calidad, objetividad y conexión que brindan.

Cuarta

Se sugiere diseñar programas educativos adicionales que profundicen en la importancia de la ética y transparencia en el ciberperiodismo, Así mismo, se debe ofrecer seminarios, charlas especializadas y materiales educativos que destaquen la relevancia de estos principios en el ámbito digital, que estén principalmente dirigidos a los estudiantes que expresan desacuerdo.

BIBLIOGRAFÍA

- Arraiza, M. C., & Sotelo, D. J. (2022). periodística, Hace falta vitamina: acceso a la información pública para el fortalecimiento de la labor. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinaria*, 2157.
- Barrios Puga, A. (2013). *El ciberperiodismo en México: realidades, desafíos y oportunidades*. México.
- Bohórquez Aguirre, N. A. (2015). *Influencia del ciberperiodismo en la formación profesional de los estudiantes de comunicación social*.
- Campos, C. V. (1995). La interpretación.
- Cárdenas Almeida, A. (01 de 08 de 2009). *El nuevo periodista en la era digital*. Obtenido de Cobertura Digital: <https://variedadplus.blogspot.com/2009/07/el-nuevo-periodista-en-la-era-digital.html>
- Castilla, C. A. (2006). Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas. 22.
- Chiavenato, I. (1999). Introducción A La Teoría General De La Administración. En I. Chiavenato.
- Constitución Política del Perú [Const]. (1993). *SITUACION DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN*. Perú.
- Cuadra, E. (1996). INTERNET: CONCEPTOS BÁSICOS. En E. d. Cuadra.
- Delarbre, R. T. (2022). *Adiós a los medios: La era de la comunicación descentrada*. México.
- Delgado, I. (20 de 01 de 2021). *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/comunicacion/>
- Departamento para la Gestión Pública Efectiva (DGPE); Organización de los Estados Americanos (OEA) . (2013). El Acceso a la Información Pública, un Derecho para ejercer otros Derechos. 41.

- ESNECA. (10 de 08 de 2021). *ESNECA*. Obtenido de <https://www.esneca.lat/blog/caracteristicas-periodismo-digital/>
- Etecé, equipo editorial. (25 de 07 de 2023). Obtenido de <https://concepto.de/PERCEPCION/#IXZZ87J89USRH>
- Freire, E. E., & Nagua, D. X. (2020). La ética en las investigaciones educativas. *Revista Universidad y Sociedad*, 340.
- García, E. G., Alfaro, L. P., & M.T.L. (2013). *Tendencias emergentes en la comunicación de instituciones*. Barcelona: UOC.
- Ghazzaoui, R. (2016). LA ÉTICA PÚBLICA Y LA TRANSPARENCIA COMO OBLIGACIONES CONSTITUCIONALES Y VALORES FRENTE A LA CORRUPCIÓN. *REVISTA DE LA FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES POLÍTICAS*, 22.
- González Gorosarri, M. (2018). Calidad de las noticias y paridad informativa de protagonistas y fuentes. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 29-46.
- Guallar, J., & Abadal, E. (2009). *Fuentes de información sobre prensa digital: una propuesta de clasificación*.
- Habermas, J. (1992). *Teoría de la acción comunicativa, I*. Bogotá: Ediciones Santillana, S. A.
- Hayat, T., Samuel-Azran, T., & Galily, Y. (01 de 01 de 2016). Seguidores de Twitter de Al-jazeera sport en Estados Unidos: ¿nexo deporte-política? *Revisión de información en línea*, págs. 785-797.
- Hotmart. (06 de 04 de 2023). *Hotmart Blog*. Obtenido de <https://hotmart.com/es/blog/medio-digital>
- Hovland, C., Janis, I., & Kelley, H. (1953). *Communication and persuasion*. Yale University Press.
- Hung, E. S. (2010). El docente ante el avance del ciberperiodismo en Colombia. Venezuela.

- Islas, J. (2015). Ética y transparencia en el periodismo. *Revista UNAM*, 140.
- Lozada Pérez, C. C., & Moreno Dávila, E. (2016). *Análisis del interés en el periodismo digital peruano por parte de los estudiantes de la escuela académico profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán 2016-II*. Pimentel.
- Lyudmyla, Y. (2009). *La enseñanza de periodismo digital en las universidades peruanas*. Piura.
- Merlo Vega, J. (2003). La evaluación de la calidad de la información web : aportaciones teóricas y experiencias prácticas.
- Mompart, J. G., Lozano, J. G., & Sampio, D. P. (2013). La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales.
- Mompart, J. L., Lozano, J. F., & Sampio, D. P. (2013). *La calidad periodística: teorías, investigaciones y sugerencias*. Barcelona: Austral Comunicación.
- Montoro Asencios, J. (2004). *Periodismo digital en la web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Lima, Perú.
- Morales, A. (2011). *TODAMATERIA*. Obtenido de <https://www.todamateria.com/que-es-la-etica/>
- Muniz, L. (06 de 07 de 2019). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/medios-de-comunicacion/>
- Murayari Alvarado, J. M., & Tello Orbe, A. X. (2023). “*PERCEPCIÓN DEL PERIODISMO DIGITAL Y LAS FAKENEWS SEGÚN LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ 2022*”. Iquitos.
- Nájera, J. C. (s/f). “Transparencia, agilidad y rigor para acrecentar la credibilidad y la confianza en la gestión de siniestros”. *Cambio Financiero*, 6.
- Navarro Zamora, L. (2013). La investigación del ciberperiodismo en América Latina. *Question/Cuestión*, 1(40), 364–375.

- Nieto Borda, N. (2021). *Enseñanza del periodismo transmedia en Colombia, una experiencia pedagógica con estudiantes universitarios*.
- Oliva Marañón, C. (2014). EL PERIODISMO DIGITAL Y SUS RETOS EN LA SOCIEDAD GLOBAL Y DEL CONOCIMIENTO. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 1-30.
- Oliveira, F. P. (2009). *Teoría del Periodismo*.
- Perramon, J. (2013). La transparencia: concepto, evolución y retos actuales. *Revista de Contabilidad y Dirección*.
- Piñeros-Piza, C., Gutiérrez Coba, L. M., Gómez Díaz, J. A., & Pérez-Acosta. (2011). Credibilidad percibida del periodismo a través de la Internet: una visión desde la psicología del consumidor. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 225-238.
- Sada, C. (30 de 06 de 2020). *Medialab*. Obtenido de <https://medialab.news/el-ciberperiodismo-una-nueva-realidad/>
- Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo Iberoamericano*. Madrid - España: Telefónica; Ariel.
- Sánchez, J. (1999). *Herramientas de Internet*. Santiago de Chile.
- Silva, J. Á. (2017). *Fundamentos de la redacción ciberperiodística*. Universidad del País Vasco.
- Silva, N. G., Paredes, I. E., & Ocaña, J. M. (2022). La calidad de la información en los medios digitales de noticia. *RECIMUNDO*, 46-57.
- Tejedor Calvo, S. (2006). *La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España*. Bellaterra.
- Tejedor Calvo, S. (2010). *Libro de Estilo para Ciberperiodistas*. México: Editorial ITLA.
- Tejedor Calvo, S. (2011). La enseñanza del ciberperiodismo: Hacia una transversalidad mixta. *Revista De Estudios De Comunicación*, 21.

- Tirosh, O. (29 de 06 de 2021). *TOMEDES*. Obtenido de <https://es.tomedes.com/blog-de-traduccion/la-interpretacion-que-es-ser-interprete>
- Urquizo, A. (2019). *La calidad del servicio y la fidelización de los clientes en los Hospedajes del Distrito de Challhuahuacho, Provincia de Cotabambas, Región Apurímac*. Apurímac.
- Vargas Melgarejo, L. M. (2023). *Sobre el concepto de percepción*. Mexico: Alteridades.
- Vite León, V. O. (2022). *Percepción de la competencia mediática de estudiantes y docentes de las carreras de ciencias sociales de universidades privadas de Lima Metropolitana*. Lima.
- Weffer, F. (2022 de 09 de 2022). *Mundo cuentas*. Obtenido de <https://www.mundocuentas.com/herramientas-web/>
- Woolfolk, A. (2010). *Psicología educativa*. México: Pearson.
- Zambrano Días, A. (2014). *Prácticas evaluativas para la mejora de la calidad del aprendizaje: Un estudio contextualizado en La Union Chile*. Bellaterra.

ANEXOS

ANEXO N°1 – MATRIZ DE CONSISTENCIA

**CIBERPERIODISMO Y LA PERCEPCIÓN MEDIÁTICA DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA PROFESIONAL
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA, 2023**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGIA
<p>Problema principal</p> <p>¿Cómo el ciberperiodismo influye en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>a. ¿Cómo las herramientas del internet del ciberperiodismo influyen en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna en 2023?</p> <p>b. ¿De qué manera los medios de</p>	<p>Objetivo principal</p> <p>Determinar la influencia del ciberperiodismo en la percepción mediática de los estudiantes de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a) Determinar la influencia de las herramientas del internet del ciberperiodismo en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna,</p>	<p>Hipótesis Principal</p> <p>El ciberperiodismo tiene una influencia positiva en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>a) Las herramientas del internet del ciberperiodismo influyen significativamente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna,</p>	<p>Variable Independiente (X): “Ciberperiodismo”</p> <p>1. Herramientas de internet (X1)</p> <p>2. Medios de comunicación(X2)</p> <p>3. Ética y transparenciaX3)</p>	<p>1. <u>Tipo de investigación</u> Básica o Pura</p> <p>2. <u>Diseño de investigación</u> No experimental</p> <p>3. <u>Nivel de investigación</u> Descriptiva</p> <p>4. <u>Población</u> La población estará compuesta por los estudiantes regulares de Ciencias de la Comunicación que estaban matriculados en el periodo 2023-I en la</p>

<p>comunicación del ciberperiodismo influyen en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023?</p> <p>c. ¿De qué manera la ética y transparencia del ciberperiodismo influyen en la percepción mediática de los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023?</p>	<p>2023.</p> <p>b) Determinar la influencia de los medios de comunicación del ciberperiodismo en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.</p> <p>c) Determinar la influencia de la ética y transparencia del ciberperiodismo en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna.</p>	<p>2023.</p> <p>b) Los medios de comunicación del ciberperiodismo influyen considerablemente en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.</p> <p>c) La ética y transparencia del ciberperiodismo tienen una influencia importante en la percepción mediática de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023.</p>	<p>Variable Dependiente (Y): “Percepción Mediática”</p> <p>1. Credibilidad percibida (Y1)</p> <p>2. Interpretación (Y2)</p> <p>3. Calidad de información (Y3)</p>	<p>Universidad Privada de Tacna.</p> <p>5. <u>Muestra</u> 186 estudiantes regulares de Ciencias de la Comunicación, matriculados en el periodo 2023-I en la Universidad Privada de Tacna.</p> <p>6. <u>Técnicas</u> Encuesta</p> <p>7. <u>Instrumentos</u> Cuestionario</p>
---	--	--	--	---

ANEXO N°2 - INSTRUMENTO PARA MEDIR: CIBERPERIODISMO

Dimensiones	Indicadores	N°	Preguntas	Escala				
				1	2	3	4	5
Herramientas de internet	Redes Sociales	1	Es común que utilice regularmente las redes sociales para mantenerme actualizado sobre eventos y noticias.					
	Motores de búsqueda	2	Con frecuencia, recorro a motores de búsqueda para acceder rápidamente a noticias específicas o información periodística.					
	Aplicaciones de Noticias	3	Mi percepción es que las aplicaciones de noticias en línea constituyen una fuente de información periodística confiable.					
	Plataformas de Streaming	4	Las plataformas de Streaming me ofrecen una perspectiva visual única en la presentación de noticias.					
Medios de Comunicación	Medios en línea	5	Tengo preferencia por utilizar medios en línea como fuente principal para mantenerme al tanto de eventos y novedades.					
	Medios Digitales	6	En mi opinión, los medios los digitales son más confiables en comparación con los medios tradicionales (prensa, radio, televisión).					
	Plataformas digitales de comunicación	7	Encuentro que las plataformas digitales de comunicación ofrecen una amplia gama de perspectivas y opiniones sobre los acontecimientos actuales.					
	Medios de difusión	8	Los medios de difusión me permiten participar activamente y debatir noticias con otros de manera más directa.					
Ética y transparencia	Moralidad y claridad	9	Los medios de comunicación en línea siguen prácticas de moralidad y transparencia en la presentación de noticias.					
	Responsabilidad	10	Observo responsabilidad en el proceso de recopilación de noticias en línea como un aspecto crucial para mantener la integridad del ciberperiodismo.					
	Principios Éticos	11	Los principios éticos seguidos por los periodistas en línea contribuyen en la veracidad de las noticias.					
	Credibilidad	12	Los medios en línea se esfuerzan activamente por preservar su credibilidad y evitar que los lectores desconfíen de su contenido.					

Baremo para la medición de la variable Ciberperiodismo.

Escala de Medición	Puntaje	
	Mínimo	Máximo
Alto	45	60
Medio	29	44
Bajo	12	28

ANEXO N°3 - INSTRUMENTO PARA MEDIR: PERCEPCIÓN MEDIÁTICA

Dimensiones	Indicadores	N°	Preguntas	Escala				
				1	2	3	4	5
Credibilidad percibida	Confianza	1	Tengo la convicción de que la información mediática en línea que consumo me brinda confianza.					
	Veracidad	2	En mi opinión, las noticias en línea son más precisas y veraces en comparación con las noticias de medios tradicionales.					
	Reputación	3	Mi percepción es que los sitios web donde consumo noticias gozan de una buena reputación y alta credibilidad.					
	Fuentes de confiabilidad	4	Encuentro que el periodismo digital cita fuentes confiables y verificables, lo cual aumenta mi confianza en la información presentada.					
Interpretación	Análisis de información	5	Poseo la capacidad de analizar las noticias en línea, cuestionando las fuentes y teniendo en cuenta posibles sesgos.					
	Habilidad de distinción	6	Al consumir periodismo digital, tengo la habilidad de distinguir de manera clara entre los hechos y las opiniones expresadas en los artículos.					
	Identificación	7	Al leer noticias en línea, puedo identificar las estrategias que buscan persuadir o influenciar mi opinión.					
	Formación de opinión	8	Los medios en línea ofrecen una amplia gama de perspectivas sobre un tema, lo que me ayuda a formar una opinión fundamentada.					
Calidad de información	Evaluación de precisión	9	La información mediática en línea me proporciona un mayor nivel de comprensión, ya que es precisa y veraz.					
	Variedad de información	10	Las noticias en línea me brindan una amplia variedad de temas beneficiosos de todo tipo y de todas partes del mundo.					
	Recursos multimedia	11	Encuentro que las noticias en línea a menudo incluyen recursos adicionales, como gráficos o enlaces, que enriquecen mi comprensión de los temas tratados.					
	Coherencia y consistencia	12	El periodismo digital presenta datos coherentes y consistentes, lo que me da confianza en la precisión de la información.					

Baremo para la medición de la variable: Percepción Mediática.

Escala de Medición	Puntaje	
	Mínimo	Máximo
Alto	45	60
Medio	29	44
Bajo	12	28

ANEXO N°4 – FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

ENCUESTA	VARIABLE INDEPENDIENTE												VARIABLE DEPENDIENTE												SUMA DE
	X1				X2				X3				Y1				Y2				Y3				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
1	5	5	3	5	5	5	5	5	2	2	4	2	4	2	4	2	4	5	5	5	4	4	4	5	96
2	5	5	5	2	5	3	5	3	4	2	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	4	100
3	5	5	3	4	5	1	4	3	2	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	5	5	5	3	88
4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	88
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	3	3	4	4	4	3	4	3	5	100
6	5	4	4	3	4	4	3	5	3	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	100
7	4	4	5	3	4	5	4	3	5	3	5	4	2	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	93
8	5	5	5	4	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	95
9	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	3	4	4	3	97
10	4	4	3	4	4	3	5	4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	92
11	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	84
12	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	90
13	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	86
14	4	4	3	3	4	2	4	3	2	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	82
15	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	79
16	2	2	4	4	4	1	5	3	2	4	5	5	3	1	1	2	3	4	5	5	3	4	5	5	82
17	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	81
18	5	4	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	85
19	3	5	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	2	4	4	3	4	3	2	4	2	73
20	5	3	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	90
21	4	4	2	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	79
22	5	5	4	2	4	3	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	95

23	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	81
24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	85
25	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	81
26	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	78
27	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	89
28	5	3	3	3	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	90
29	1	1	1	1	1	3	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	32
30	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2	3	3	83
31	5	4	3	4	5	3	5	3	2	4	3	3	3	3	3	5	3	4	3	4	5	5	4	4	90
32	5	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	92
33	1	1	1	5	5	1	5	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	67
34	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85
35	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
37	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	117
38	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	99
39	4	5	3	3	3	2	5	5	3	4	4	5	3	2	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	95
40	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	85
41	5	5	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	85
42	4	4	3	5	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	5	3	80
43	4	5	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	86
44	4	4	2	3	3	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	81
45	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	88
46	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93
47	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	88
48	5	3	4	3	3	5	3	3	3	2	2	4	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	74


49	5	5	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	86
50	5	5	3	3	4	3	5	5	3	5	4	2	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	101
51	4	5	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	89
52	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	5	4	4	4	3	4	5	3	83
53	3	3	2	3	3	2	5	3	3	5	3	3	3	3	5	4	5	4	3	5	3	5	4	3	85
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
55	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
56	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	4	96
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	98
58	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	78
59	5	5	3	4	5	3	4	3	3	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	91
60	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	1	81
61	5	5	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	2	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	2	79
62	3	3	3	3	3	4	4	4	5	2	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	94
63	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4	3	85
64	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
65	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	108
66	4	3	2	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	2	3	4	3	3	4	77
67	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	92
68	4	4	4	3	4	2	5	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	89
69	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
70	4	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3	5	5	4	4	5	4	3	5	4	3	89
71	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	5	4	101
72	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	75
73	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	5	4	3	4	3	4	5	5	5	3	3	4	4	3	88
74	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	5	3	3	4	4	4	3	4	3	4	85

75	3	4	4	4	3	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	89
76	4	5	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	88
77	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	39
78	2	2	3	2	3	3	2	3	2	1	1	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	2	1	2	48
79	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	105
80	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	78
81	5	5	4	1	5	4	5	5	5	3	3	2	4	3	3	3	3	3	5	5	3	3	4	4	90
82	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4	105
83	5	5	3	3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	88
84	4	5	3	3	3	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	91
85	4	5	2	4	5	2	4	5	2	4	5	4	4	2	5	2	4	5	2	5	4	2	4	5	90
86	4	3	2	4	5	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	83
87	5	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	84
88	5	3	3	2	3	5	3	4	4	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	85
89	3	4	2	4	4	1	4	4	2	2	2	3	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	77
90	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	92
91	1	1	3	2	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31
92	5	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	94
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	117
95	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	114
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	114
97	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	116
98	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	116
100	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	114

101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	115
102	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	114
103	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	111
104	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	114
105	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	116
106	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	114	
107	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	113	
108	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	117	
109	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	116	
110	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	113	
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	117	
112	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	111	
113	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	111	
114	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	117	
115	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	114	
116	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	116	
117	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	113	
118	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	114	
119	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	114	
120	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	115	
121	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	115	
122	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	113	
123	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	111	
124	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	115	
125	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	115	
126	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	113	

179	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	115
180	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	115
181	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	115
182	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	116
183	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	117
184	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	113
185	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	114
186	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	112
VARP	0.7 3	0.7 3	0.9 1	0.9 1	0.6 4	1.1 4	0.6 9	0.7 0	1.1 0	0.8 7	0.8 5	0.8 7	0.8 9	1.1 3	0.8 5	0.8 4	0.7 8	0.7 3	0.7 4	0.7 0	0.7 5	0.7 7	0.7 3	0.8 6	296.87

**ANEXO N°5 – INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL
INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Formato de Validación por expertos		
Codificación FAEDCOH EPCC -	Versión 00	Vigencia 2023	Páginas 02

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN


- 3.1. Valoración total cuantitativa: 28 _____
- 3.2. Opinión: FAVORABLE _____ **X** DEBE MEJORAR _____
 NO FAVORABLE _____
- 3.3. Observaciones: _____

2

Tacna, 25 de octubre 2023



 Firma

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Formato de Validación por expertos			
Codificación FAEDCOH EPCC - 001	Versión 00	Vigencia 2023	Páginas 02	

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN


3.1. Valoración total cuantitativa: 27

3.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR _____
 NO FAVORABLE _____


3.3. Observaciones: _____

2

Tacna, 26 de octubre de 2023



Firma

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Facultad de Educación, Ciencias de la Comunicación y Humanidades Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Formato de Validación por expertos			
Codificación FAEDCOH EPCC -	Versión 00	Vigencia 2023	Páginas 02	

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: ____ 27 ____
- 3.2. Opinión: FAVORABLE ____X____ DEBE MEJORAR ____
- NO FAVORABLE ____
- 3.3. Observaciones: _____
- _____
- _____
- _____

2

Tacna, 27 de octubre del 2023



 Firma