



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SECCIÓN DE POSGRADO

EFFECTOS DE LOS CONTENIDOS DE LOS PERIÓDICOS
DIGITALES EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS
ESTUDIANTES DE PERIODISMO DE LAS UNIVERSIDADES
PRIVADAS DE LIMA SUR

PRESENTADA POR
ÓSCAR MONZÓN SUÁREZ

ASESORA
GUISELA YÁBAR TORRES

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

LIMA – PERÚ

2019



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

**EFFECTOS DE LOS CONTENIDOS DE LOS PERIÓDICOS DIGITALES EN EL
PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DE PERIODISMO DE LAS
UNIVERSIDADES PRIVADAS DE LIMA SUR**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAGISTER EN PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

PRESENTADA POR

ÓSCAR MONZÓN SUÁREZ

ASESORA

Dra. Guisela Yábar Torres

LIMA-PERÚ

2019

DEDICATORIAS

**A mi hermana Lucy,
quien trazó el inicio de mi camino hacia el logro de mis sueños;**

**A mi madre Pochita,
quien ha sido siempre un ejemplo de lucha, en ese difícil camino que he
recorrido, para alcanzar mis metas;**

**A Mariela, mi esposa, quien me acompaña y me apoya siempre y hace de mi
camino una maravillosa aventura de vida, junto a nuestro hijo, Martín.**

AGRADECIMIENTOS

A mis profesores del pregrado en Ciencias de la Comunicación y maestría en Periodismo de la Universidad San Martín de Porres, quienes hicieron posible que sienta una inconmensurable pasión por el periodismo.

A mis colegas con quienes trabajé en el diario El Comercio, de ellos aprendí a sentirnos orgullosos de nuestro trabajo y hacerlo con nobleza.

A la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú, que me ha permitido seguir ejerciendo el periodismo, desde la docencia.

A mis estudiantes, con quienes comparto las clases y experiencias sobre periodismo, pero también lecciones de vida para hacer de ellos buenos profesionales y mejores personas.

A la Dra. Guisela Yábar, por sus importantes aportes y constante apoyo en el desarrollo de este trabajo académico.

ÍNDICE

CARÁTULA	i
DEDICATORIAS	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
ÍNDICE ANEXOS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	
1.1. Antecedentes de la Investigación	11
1.2. Bases Teóricas.....	24
1.2.1. Contenidos de los periódicos digitales	24
Dimensión Comunicativa.....	28
Dimensión Lingüística.....	33
Dimensión Social.....	35
1.2.1.1. Temática.....	37
1.2.1.2. Géneros.....	39
1.2.1.3. El lenguaje.....	42
1.2.2. Aprendizaje de los estudiantes.....	45
Dimensión Ética	52
Dimensión Educativa.....	58
Dimensión Cognitiva.....	63
1.2.2.1. Conocimiento.....	67
1.2.2.2. Actitudes.....	70
1.2.2.3. Interacciones comunicativas.....	72

1.3. Definición conceptual de las variables e indicadores.....	75
1.3.1. Variable independiente: Los contenidos de los periódicos.....	75
1.3.2. Variable dependiente: Aprendizaje de los estudiantes.....	75
1.3.3. Indicadores de la variable independiente.....	76
1.3.4. Indicadores de la variable dependiente.....	76

CAPÍTULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Hipótesis.....	77
2.1.1. Hipótesis general.....	77
2.1.2. Hipótesis específicas.....	77
2.2. Variables.....	77
2.2.1. Variable independiente.....	77
2.2.2. Variable dependiente.....	78
2.3. Matriz de la Definición Operacional de Variables.....	79

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Población y Muestra	82
3.1.1. Población.....	82
3.1.2. Muestra.....	82
Muestra N° 1 Periódicos Digitales.....	82
Muestra N° 2 Editores de los periódicos digitales.....	84
Muestra N° 3 Universidades Privadas de Lima Sur.....	84
Muestra N° 4 Sujetos de estudio – Estudiantes.....	84
Muestra N° 5 Producto Comunicativo.....	86

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

4.1. Resultados de las encuestas.....	87
4.2. Contrastación de las hipótesis.....	106
4.2.1. Contrastación de la hipótesis general.....	106
4.2.2. Contrastación de las hipótesis específicas.....	108
4.2.2.1. Contrastación de la hipótesis específica N° 1.....	108
4.2.2.2. Contrastación de la hipótesis específica N° 2.....	110

4.2.2.3. Contrastación de la hipótesis específica N° 3.....	112
4.3. Entrevistas a los editores de los periódicos digitales y especialistas.....	114
4.3.1. Análisis de las entrevistas a los editores y especialistas	118
4.4. Análisis estructural semiótico de los periódicos digitales	119
4.4.1 Análisis de la Estructura Morfológica Externa o de Continente.....	119
4.4.1.1. Análisis de elcomercio.pe.....	120
4.4.1.2. Análisis de larepublica.pe.....	131
4.4.1.3. Análisis de elperuano.pe.....	138
4.4.1.4. Análisis de rpp.pe.....	143
4.4.2. Análisis Semiótico o de Contenido.....	156
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN.....	160
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
6.1. Conclusiones.....	168
6.2. Recomendaciones.....	171
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.....	173
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Periódicos digitales.....	83
Tabla N° 2 Contenidos adecuados de los periódicos digitales adecuados.....	88
Tabla N° 3 Transferencia interesada de información de los periódicos digitales.....	89
Tabla N° 4 Transferencia prevista de contenidos de los periódicos digitales.....	90
Tabla N° 5 Los temas de los periódicos digitales ayudan a tu formación.....	91
Tabla N° 6 Los periódicos digitales difunden los problemas sociales.....	92
Tabla N° 7 Formas de expresión responden géneros periodísticos.....	93
Tabla N° 8 Importancia de los géneros periodísticos	94
Tabla N° 9 Adecuada expresión de ideas, informaciones y emociones.....	95
Tabla N° 10 Los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma.....	96
Tabla N° 11 Los contenidos logran una mejora en tu aprendizaje.....	97
Tabla N° 12 Experiencias de vida permite algún aprendizaje.....	98
Tabla N° 13 Los contenidos sirven para el aprendizaje y la interacción social.....	99
Tabla N° 14 Se logra conocimiento de la realidad.....	100
Tabla N° 15 El consumo de los periódicos digitales cambia el comportamiento.....	101
Tabla N° 16 Consumir periódicos digitales cambia tu comportamiento habitual.....	102
Tabla N° 17 Cambio en la predisposición para enfrentar una situación.....	103
Tabla N° 18 Los contenidos orientan al entendimiento de las acciones sociales.....	104
Tabla N° 19 Generan un proceso comunicativo en la sociedad.....	105
Tabla N° 20 Recursos periodísticos que utilizan los periódicos digitales.....	156
Tabla N° 21 Necesidades de los consumidores y funciones periodísticas.....	157
Tabla N° 22 Uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.....	158
Tabla N° 23 Forma como los periódicos digitales presentan los contenidos.....	159

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Contenidos adecuados de los periódicos digitales adecuados.....	88
Gráfico N° 2	Transferencia interesada de información de los periódicos digitales.....	89
Gráfico N° 3	Transferencia prevista de contenidos de los periódicos digitales.....	90
Gráfico N° 4	Los temas de los periódicos digitales ayudan a tu formación.....	91
Gráfico N° 5	Los periódicos digitales difunden los problemas sociales.....	92
Gráfico N° 6	Formas de expresión responden géneros periodísticos.....	93
Gráfico N° 7	Importancia de los géneros periodísticos.	94
Gráfico N° 8	Adecuada expresión de ideas, informaciones y emociones.....	95
Gráfico N° 9	Los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma.....	96
Gráfico N° 10	Los contenidos logran una mejora en tu aprendizaje.....	97
Gráfico N° 11	Experiencias de vida permite algún aprendizaje.....	98
Gráfico N° 12	Los contenidos sirven para el aprendizaje y la interacción social.....	99
Gráfico N° 13	Se logra conocimiento de la realidad.....	100
Gráfico N° 14	El consumo de los periódicos digitales cambia el comportamiento.....	101
Gráfico N° 15	Consumir periódicos digitales cambia tu comportamiento habitual.....	102
Gráfico N° 16	Cambio en la predisposición para enfrentar una situación.....	103
Gráfico N° 17	Los contenidos orientan al entendimiento de las acciones sociales.....	104
Gráfico N° 18	Generan un proceso comunicativo en la sociedad.....	105

ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo No. 1 Plan maestro de preguntas
- Anexo No. 2 Cuestionario aplicado a los estudiantes
- Anexo No. 3 Cuestionario aplicado a los especialistas
- Anexo No. 4 Informe de validación de instrumentos
- Anexo No. 5 Matriz de Consistencia
- Anexo No. 6 Matriz de Definición Operacional de Variables

RESUMEN

En esta investigación se plantea el uso de los periódicos digitales para lograr dos propósitos fundamentales en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo en las facultades de Ciencias de la Comunicación. El primero es desarrollar el conocimiento, a través de la lectura, sobre la realidad de su entorno social, y que ello les permita realizar un análisis crítico de la coyuntura noticiosa. Un segundo propósito es examinar los contenidos de los periódicos digitales de manera sistemática, para conocer tanto las herramientas digitales que se están usando como los géneros y formatos periodísticos con los que se cuentan las historias.

El estudio se realizó en cuatro universidades privadas de la zona sur de Lima y los resultados demuestran la percepción de mejora que tienen los estudiantes en el desarrollo de sus competencias, en el uso de los periódicos digitales. Igualmente se cuenta con la opinión de los editores de los periódicos digitales, quienes aportan sus conocimientos y experiencias sobre el tema.

La Metodología de Investigación es Aplicada, por tratarse de un estudio de campo en razón a que el trabajo se realiza in situ, complementada con la investigación de carácter documental a través de plataformas y bases de datos en las que se han revisado papers e investigaciones análogas.

Para analizar los productos comunicativos se utilizaron métodos particulares, es así que, para la estructura morfológica, externa o de Continente se ha utilizado el Método Estructural, considerando los elementos del lenguaje periodístico digital y para el análisis de Contenido se utilizó el Método Semiótico.

Palabras clave: Periodismo digital, rendimiento académico, herramientas digitales, desarrollo de competencias.

ABSTRACT

This research considers the use of digital newspapers to achieve two fundamental purposes in the learning process of journalism students in the faculties of Communication Sciences. The first is to develop the knowledge, through reading, of the reality of their social environment, and that this allows them to make a critical study of the news situation. A second purpose is to analyze the contents of digital newspapers in a systematic way, in order to know both the digital tools that are being used and the genres and journalistic formats with which the stories are told.

The study was conducted in four private universities in the southern area of Lima and the results demonstrate the perception of improvement that students have in the development of their skills, with the use of digital newspapers. It also has the opinion of the editors of the digital newspapers, who contribute their knowledge and experiences on the subject.

The Research Methodology is applied, because it is a field study because the research is done in situ, complemented with documentary research through platforms and databases in which papers and analogous investigations have been reviewed.

To analyze the communicative products, particular methods were used, so for the morphological, external or Content structure the Structural Method was used, considering the elements of the digital journalistic language and for the analysis of the Content the Semiotic Method was used.

Keywords: Digital journalism, academic performance, digital tools, skills development.

INTRODUCCIÓN

El vertiginoso desarrollo de la ciencia y la tecnología ha marcado igualmente las formas de entender y desarrollar las comunicaciones en general y de manera particular el periodismo, es así que todos asistimos a una era denominada “ciberista” caracterizada por la presencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC). En este contexto surge el Periodismo Digital que va acorde con las exigencias y necesidades de información de los jóvenes estudiantes de Ciencias de la Comunicación para reforzar sus procesos de aprendizaje, que son permanentes, como señalan todos los teóricos que han sido consultados para desarrollar esta investigación.

Estos hechos se convierten para el Periodismo, en un objeto de estudio y en una tendencia actual de la investigación, que va al mismo tiempo paralela a la gran demanda y exigencia que tienen los medios de comunicación y especialmente el periodismo de refundar su rol educativo, reconociendo que el de entretenimiento y de información se cumplen, aunque con algunas observaciones muy puntuales.

a. Descripción de la realidad problemática

El objetivo de toda universidad es formar profesionales que se integren de manera eficiente al mercado laboral. Las universidades privadas del sur de Lima ofrecen la carrera de Ciencias de la Comunicación y para lograr la adecuada preparación de los estudiantes cuentan con Planes de Estudio teórico-prácticos y planas docentes especializadas que contribuyen con los objetivos planteados.

Los estudiantes de Ciencias de la Comunicación requieren adquirir competencias específicas y puntualmente en la especialidad de periodismo es necesario que consuman información previa a la clase o durante las mismas sesiones, en los cursos de Fundamentos del Periodismo, Técnicas de Periodismo Escrito, Técnicas de Periodismo Interpretativo y de Opinión, Periodismo de Investigación y Opinión Pública.

Sin embargo, existe una deficiencia marcada en los estudiantes sobre el conocimiento de los temas, especialmente de coyuntura política, social y económica, y la poca o nula voluntad de consumir la información diaria; por lo cual los estudiantes están desconectados de la realidad, y no asumen una mirada crítica y analítica de los contenidos y de la forma como se elaboran. Mayormente prefieren socializar e informarse indirectamente por las redes sociales o plataformas digitales.

Esta deficiencia podría salvarse si es que los estudiantes centraran su necesidad de una mejor preparación para alcanzar las competencias que la profesión requiere, y utilizaran los periódicos digitales para estar en permanente conocimiento de la coyuntura noticiosa, mejorarían, de esta manera, su proceso de aprendizaje. El punto de vista que se asume es que el periodismo digital brinda mayores posibilidades de consumo, frente a los medios tradicionales, debido al alcance y conectividad permanente que hoy se tiene y la facilidad de hacerlo en cualquier momento del día.

Los docentes de los cursos vinculados con la preparación del periodista informan en forma frecuente que: “los estudiantes no leen”. Existen evidencias que comprueban que el trabajo en el aula tiene mejores resultados cuando el estudiante contribuye con llegar a clases con un mínimo de conocimientos y saberes previos, que enriquecen y facilitan las oportunidades de aprendizajes y mejor rendimiento académico.

Lo que requieren los estudiantes de periodismo son las informaciones de los acontecimientos diarios que tienen mayor relevancia en el ámbito político, social y económico. El aporte de los periódicos digitales en el aprendizaje son los mensajes periodísticos que emiten día a día: noticias, reportajes, entrevistas, editoriales, columnas y otros, que reflejan la actividad de la comunidad o población, sobre los cuales los docentes realizan sus clases, tratando de vincular la teoría con la práctica.

La investigación ha permitido conocer, la realidad del uso de los periódicos digitales, su relación con los estudiantes de periodismo y los efectos que se derivan de su uso en las aulas universitarias.

Planteamiento del problema de Investigación

Problema general

Al considerar que los estudiantes de periodismo, deban mejorar su desempeño universitario y así lograr las competencias necesarias, se planteó como problema general de investigación:

¿Qué efectos tienen los contenidos de los periódicos digitales en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur?

Variable Independiente : Contenidos de los periódicos digitales.

Variable Dependiente : Aprendizaje de los estudiantes.

Problemas específicos

¿Qué efectos tiene la temática de los periódicos digitales en el grado de conocimiento informativo de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur?

¿Qué efectos tienen los géneros de los periódicos digitales, en las actitudes de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur?

¿Qué efectos tiene el lenguaje de los contenidos de los periódicos digitales en las interacciones comunicativas de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur?

Indicadores Variable Independiente	Indicadores Variable Dependiente
Temática	Conocimiento
Géneros	Actitudes
Lenguaje	Interacciones comunicativas

Objetivos de la Investigación

El Objetivo general

Analizar los efectos de los contenidos de los periódicos digitales en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur.

Objetivos específicos

Determinar los efectos de la temática de los periódicos digitales en el grado de conocimiento de los estudiantes de periodismo de universidades privadas de Lima sur.

Explicar los efectos de los géneros utilizados en los periódicos digitales, en las actitudes de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur.

Analizar los efectos del lenguaje usado en los contenidos de los periódicos digitales sobre la interacción comunicativa de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur.

Justificación e importancia de la investigación

El objeto de estudio es de relevante actualidad considerando que la era actual ha determinado no solo tendencias de la investigación, sino ha marcado de manera significativa el uso y consumo social de los medios de comunicación, especialmente, los medios digitales. Es así que los jóvenes, y particularmente, los estudiantes los tienen como aliados estratégicos para complementar su proceso de aprendizaje; por su inmediatez, interactividad, entre otras consideraciones, razones suficientes para justificar porqué se desarrolla esta investigación.

De otro lado, es necesario señalar que las variables e indicadores de estudio son de importante significación, porque responden a un objeto identificado como de mucha

vigencia y utilidad, para un alto porcentaje de estudiantes de Ciencias de la Comunicación y en especial de periodismo.

Importancia Científica / Teórica

La investigación es relevante en términos teóricos, porque tiene como sustento las teorías que pertenecen a las Escuelas y Corrientes de Comunicación, es así que para analizar las variables e indicadores de estudio se ha recurrido a las siguientes teorías: Teoría de la Acción Comunicativa de Jurgen Habermas; la Teoría de la Agenda Setting, de Maxwell McCombs; Teoría de los Géneros Periodísticos de Lorenzo Gomis; Teoría del Desarrollo del Lenguaje de Noam Chomsky; Teoría del Aprendizaje, de Dale Schunk; Teoría del Conocimiento, de Johannes Hessen; Teoría de la Personalidad de Gordon Allport y La Ciencia del Texto de Teun A. van Dijk.

Importancia metodológica.

Se trata de determinar el nivel de progreso de las competencias de los estudiantes de periodismo luego de consumir los contenidos de los medios informativos digitales. Para el efecto se utilizan los Métodos Generales Cuantitativos y Cualitativos como el de Observación Documental, Análisis – Síntesis – Inductivo – Deductivo.

Se comprueba la efectividad del uso de los medios digitales en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo, que se constituye como una metodología pedagógica con impactos relevantes. Además de los métodos generales se utilizaron los métodos específicos Estructural y Semiótico.

Importancia Empírica: Aplicación práctica de la tesis

El presente trabajo de investigación permite darle mayor importancia al uso de los periódicos digitales para el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo en las aulas. Las perspectivas sobre la evolución del periodismo en los próximos años,

apuntan a la existencia de una variedad de soportes digitales, sin que ello signifique la desaparición total del soporte de papel, como está ocurriendo en muchas partes del mundo. En cualquiera de los escenarios, los conceptos sobre el periodismo no tendrán una marcada diferencia para su práctica de manera profesional.

Los resultados de la investigación permiten plantear alternativas de solución al problema identificado; a su vez se convierten en referente de futuros trabajos, así como para proponer aportes a un mejor uso de los periódicos digitales.

Importancia Social

Se espera siempre que el periodismo cumpla con estándares profesionales de primer nivel y con los principios éticos que repercutan en la sociedad en general. Ello se sustenta en la adecuada preparación de quienes ejercen la labor periodística, lo que demanda a los docentes de las facultades de periodismo, observancia permanente de principios éticos y deontológicos a fin de responder a las demandas y necesidades del contexto social en el que opera, considerando a su vez que este tiene estrecha vinculación con la Responsabilidad Social.

Limitaciones del estudio

Las principales limitaciones han sido el difícil acceso a los sujetos de investigación directos como los editores de los periódicos digitales, por razones del tiempo o por la política de las empresas periodísticas. Sin embargo, se asumieron estrategias que permitieron recoger la opinión de los editores de periódicos sujetos de investigación, así como de los expertos y especialistas en el tema.

Viabilidad de la investigación

La investigación es viable porque se refiere a un sujeto de estudio que se encuentra dentro de las tendencias de investigación actual, es de importancia significativa, teniendo

en cuenta que la cantidad de lectores de periódicos digitales es cada vez mayor. A su vez, este trabajo tiene soporte teórico y metodológico, que permite encontrar el camino correcto para desarrollarla.

b. Diseño Metodológico

Diseño de la investigación

Se trata de una investigación Básica, que aporta conocimientos de una realidad debidamente identificada a partir del análisis de las Teorías referidas a las variables e indicadores de estudio, es así que para la Variable Independiente se recurre a las siguientes Teorías: Teoría del Discurso de VanDijk, Teoría de los Géneros Periodísticos de Gomis, Teoría de la Agenda Setting, Teoría de la Ética Discursiva de Apel, entre otras y para la Variable Dependiente se han utilizado las Teorías del Conocimiento, de las Actitudes, Acciones y las Teorías del Aprendizaje, principalmente.

Es una investigación que da respuestas por las causas que originan los hechos o fenómenos físicos o sociales, además de referir las condiciones en que se producen o relacionan dos o más variables. Su estructura implica explorar, describir, asociar y correlacionar las variables e indicadores, lo que proporciona un mejor entendimiento del hecho referencial. (Hernández, 2014, p. 95). El propósito de esta investigación es establecer la importancia que hay entre los contenidos de los periódicos digitales y los aprendizajes de los estudiantes de periodismo, y evidencia el valor que tiene el uso de los medios virtuales en las aulas universitarias.

El Diseño de la investigación es No Experimental porque, como lo señala Hernández (2014): “Se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (p. 152). Lo que se realiza, precisamente, en esta investigación es analizar los contenidos de los periódicos digitales, tal cual se presentan en la realidad.

Población y muestra

1. Periódicos digitales.
2. Editores de los periódicos digitales.
3. Universidades privadas de Lima Sur.
4. Sujetos de estudio – Estudiantes.
5. Producto comunicativo.

Muestra N° 1 Periódicos Digitales

Para seleccionar la muestra referida a los periódicos digitales y sus respectivos editores se utilizó el criterio de selección Aleatorio Probabilístico Sistemático, denominado también K-ésimo, considerando que la población o universo es “finita”, en razón a estar constituido por periódicos digitales, para el efecto se considera a su vez una Tabla de Números Aleatorios: (Ver Tabla No. 1).

La fórmula del K-ésimo es la siguiente: $K = N/n$

Donde:

N= Universo 20

n= Unidades muestrales a seleccionar 4

$K = 20/5 \rightarrow K = 4$

Muestra N° 2 Editores de los periódicos digitales

El criterio de selección es no probabilístico por juicio, en consecuencia, se elige a los editores de los periódicos seleccionados anteriormente (Ver Tabla No. 1).

- elcomercio.pe
- larepública.pe
- rpp.pe
- elperuano.pe

Muestra N° 3 Universidades Privadas de Lima Sur

Se han considerado las Universidades que cuentan con una Facultad de Ciencias de la Comunicación y en las que se imparte las asignaturas de periodismo:

- Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Científica del Sur.
- Universidad de San Martín de Porres.
- Universidad San Ignacio de Loyola.

No se ha considerado las universidades públicas debido a que no cuentan con la infraestructura necesaria para la enseñanza de periodismo en aulas-laboratorio.

Muestra N° 4 Sujetos de estudio – Estudiantes.

En el caso de los sujetos de estudio, el número de los estudiantes de las universidades privadas del sur de Lima, de los cursos de periodismo, se utiliza la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

n = Tamaño de la muestra.

N = Población o universo.

Z = Nivel de confianza 95%, cuyo valor es 1,96 extraída de la tabla de Desviación Normal.

P = 0,9 Nivel de Éxito (Probabilidad a favor).

q = 0,1 Nivel de Fracaso.

e = Margen de Error = 0,05.

Para el efecto se han considerado cuatro universidades, aplicando el criterio de Selección No probabilística por Conveniencia, en consecuencia, se ha seleccionado a los estudiantes de las universidades de San Martín de Porres, San Ignacio de Loyola, Científica del Sur, la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Muestra N° 5 Producto Comunicativo

Para la muestra del producto comunicativo se construye el Corpus Analítico, considerando los periódicos seleccionados con el K-ésimo; es así que se considera un total de 4 por semana, haciendo un total de 16.

La investigación se esquematizó de la siguiente manera:

En el Capítulo I, se presenta el Marco Teórico, en el que se consignan los antecedentes de la investigación, se plantean, además, aquellas bases teóricas necesarias para analizar las variables, indicadores y dimensiones de estudio, así como también las definiciones conceptuales.

En el Capítulo II, se formula las Hipótesis general y específicas y se presenta la Definición Operacional de las Variables e Indicadores.

En el Capítulo III, referido a la metodología de la investigación, se presenta el diseño, el tipo, nivel, y el método utilizado, se incluye también la población, muestra, y técnicas e instrumentos para la recolección y procesamiento de datos, así como consideraciones referidas a los aspectos éticos del estudio.

En el Capítulo IV, se incluye los resultados de la investigación, así como el análisis cualitativo de los mismos. Se incluye igualmente la Contrastación de las Hipótesis a través del Estadístico de Prueba Rho de Spearman.

En el Capítulo V, se expone la discusión de resultados obtenidos en la investigación.

En el Capítulo VI, finalmente, se formulan las conclusiones y se proponen las recomendaciones, para cada conclusión, en concordancia con los objetivos propuestos de la investigación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

Ávila, W. (2012). “El uso de las tecnologías de información y comunicación en el aprendizaje significativo de los estudiantes del instituto pedagógico “Los Ríos”, propuesta de guía didáctica para docentes sobre el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)”. Programa de Maestría en Docencia y Gerencia de Educación Superior de la Universidad de Guayaquil, Ecuador.

La hipótesis propuesta plantea que los docentes del Instituto Superior Pedagógico “Los Ríos” no utilizan las TIC en las sesiones de clase en el aula y que al elaborarse una guía para su uso entonces podrán incorporarlas en sus procesos académicos. Los docentes manifiestan interés por seguir capacitaciones sobre el uso de las TIC a través de una guía didáctica para potenciar el aprendizaje significativo en los estudiantes.

La Metodología de Investigación es Aplicativa, por tratarse de una investigación de campo, ya que realiza el estudio del problema planteado en contacto directo con la realidad, también se recurre a la investigación bibliográfica con la utilización de fuentes documentales que amplía el conocimiento sobre el tema.

Se trata de una investigación Descriptiva, los datos fueron recogidos directamente por el propio investigador, pero también se usan fuentes secundarias. Finalmente, se realiza la investigación de campo, valiéndose de la observación y aplicación de instrumentos con el objetivo de determinar un diagnóstico real de las necesidades, para dar respuestas a las preguntas directas sobre el tema y analizar en forma científica y técnica el problema planteado sobre el uso de las TIC.

Los resultados señalan que los docentes del Instituto Superior Pedagógico “Los Ríos” presentan carencias de conocimientos básicos sobre informática lo cual les impide

incorporar el uso de las TIC en sus procesos académicos; los estudiantes del instituto evidencian mayores competencias en el uso de la tecnología informática que la mayoría de los docentes, lo que los deja en una clara desventaja al momento de tratar temas tecnológicos, así como en el uso; las sesiones de clase en las aulas se desarrollan en su mayoría sin contar con los recursos tecnológicos disponibles, lo que afecta directamente a los estudiantes y pone de manifiesto una baja calidad de los procesos educativos en la institución.

Sánchez-García, P. & Marinho, S. (2016). La formación digital en los programas de periodismo de España y Portugal. Universidad de Valladolid, España, Universidade do Minho, Portugal.

La hipótesis de esta investigación trata sobre la formación de los periodistas en la península ibérica: ¿Las universidades de periodismo españolas y portuguesas han aprovechado el nuevo modelo educativo europeo para introducir los nuevos cambios formativos que demanda la era digital? La hipótesis principal es que las facultades con estudios de periodismo de la península ibérica sí han aprovechado la adaptación a la convergencia educativa europea para incrementar la formación en torno al periodismo digital con un enfoque más práctico y técnico.

La Metodología recurre al análisis de contenido Cuantitativo y Cualitativo que compara los programas de periodismo que ofrecen las universidades de España y Portugal antes y después de su adaptación a la convergencia educativa europea, principalmente en la enseñanza de nuevos soportes y medios. El campo de análisis se delimita desde dos perspectivas: la selección de los programas y las asignaturas a analizar.

El resultado se refiere a las cinco dimensiones del estudio tanto para España como para Portugal: 1. El estudio comparativo entre planes antiguos y nuevos que incluyan el uso de las nuevas tecnologías; 2. La continuidad o aumento de asignaturas relacionadas con la formación en nuevas tecnologías; 3. El promedio de asignaturas de nuevas

tecnologías en el conjunto de los programas; 4. La distribución de las asignaturas a lo largo del proceso de aprendizaje; 5. Las diferencias en la denominación de las materias.

Díaz, I. (2009). "Las competencias TIC y la integración de las tecnologías de la información y comunicación de los docentes de la Universidad Católica del Maule (UCM), Santiago de Chile".

La hipótesis busca identificar el nivel de competencias informáticas de los docentes de la Universidad Católica del Maule en función del grado de integración de las TIC a través de la Plataforma de Gestión de Contenidos Educativos UCM Virtual.

La Metodología utilizada es un análisis Correlacional y de carácter Cuantitativo, se aplica un cuestionario con preguntas cerradas utilizando la escala de Likert y dicotómicas; la selección de este enfoque permite abordar de manera objetiva el problema a estudiar mediante el recojo de información cuantificable.

Los resultados evidencian que el nivel de competencias en el uso de las TIC que desarrollan los docentes de la UCM se concentra en el nivel medio con un 77, 5%, mientras que el nivel bajo acumula un 11, 2% al igual que el nivel alto; el grado de integración de TIC expresado en el nivel de uso de la Plataforma de Gestión de Contenidos Educativos UCM Virtual de los docentes de la universidad es bajo ya que solo el 61,25% la utiliza.

Armañanzas, E. (2012). "Docencia del ciberperiodismo: Estrategias para una simulación eficaz". Universidad del País Vasco, España.

El estudio parte de la afirmación hipotética de que es necesario establecer la docencia del ciberperiodismo para lograr que los estudiantes de facultades de periodismo sean profesionales de medios online y puedan trabajar en el actual escenario laboral que demanda nuevos perfiles profesionales y ofrece mayores posibilidades de trabajo y de negocio propio, en un mundo muy competitivo y globalizado.

La Metodología utilizada se basó en el repaso del estado de los estudios de ciberperiodismo en las Facultades de Comunicación en España, antes y después de los cambios introducidos por el Plan Bolonia. Se consideraron las diversas experiencias de docentes que tenían a cargo asignaturas sobre periodismo online, y que han sido difundidas en libros y artículos, en medios analógicos y digitales. También se tuvo en cuenta las publicaciones académicas sobre los recursos docentes aplicados a la enseñanza del ciberperiodismo. Asimismo, se consideraron las experiencias y conclusiones expuestas en conferencias y congresos sobre el periodismo a través de la Internet, así como textos periodísticos que dan a conocer los nuevos dispositivos y sus aplicaciones en los medios digitales.

Las conclusiones de esta investigación señalan que el Plan Bolonia que se aplicó en España y Portugal favoreció el proceso de aprendizaje del ciberperiodismo, pero que aún muestra algunas carencias sobre las temáticas, la tecnología, los docentes y los procesos pedagógicos. De los resultados obtenidos se recomienda que las estrategias para la nueva docencia del periodismo online deben basarse en un esfuerzo colectivo e individual de profesores y estudiantes que introduzca renovados métodos pedagógicos de enseñanza y aprendizaje.

Asimismo, que cuenten la infraestructura necesaria en las aulas de clase con la Internet como ámbito preferente de desarrollar las sesiones de clase y que se dispongan de mayores recursos para la generación investigación y difusión del conocimiento a través de la creación por parte de docentes y estudiantes espacios digitales como blogs, wikis, tesauros, bitácoras, materiales multimedia, entre otros.

Así también es necesario que los docentes simulen el trabajo de las salas de redacción de los medios digitales en el aula, la utilización permanente de la Internet y establecer convenios con los medios para beneficio de los estudiantes. No se puede ignorar la permanente revisión de los planes de estudio del periodismo online debido a la rapidez de los cambios tecnológicos y sus aplicaciones.

Escofet, A. & García, I. & Gros, B. “Las nuevas culturas de aprendizaje y su incidencia en la educación superior”. Facultad de Pedagogía de la Universidad de Barcelona - eLearn Center. Universitat Oberta de Catalunya, España.

Esta investigación se realizó con el objetivo fundamental de analizar la evolución de la utilización de la Internet, que ha permitido mejorar los procesos de aprendizaje en los estudiantes de nivel superior, especialmente de las universidades, y ha favorecido a estudiantes de aquellas carreras cuyas profesiones tienen una aplicación directa, como lo es el periodismo digital.

Como parte del análisis y discusión se describe las características y el papel de la cultura digital entre los estudiantes, se analiza cuál es el perfil de los “aprendices del nuevo milenio” y se discute sobre las características que tendría esta generación para aprender de manera diferenciada de las anteriores y también cómo los lineamientos de la educación superior deben experimentar los cambios necesarios.

Esta investigación evidenció las principales particularidades de los procesos educativos actuales y que los conducentes de la formación de los estudiantes universitarios tienen que asumir. Con ese fin se refiere a las transformaciones sociales y de carácter educativo que se están experimentando debido a los cambios tecnológicos, y de manera especial en el campo de las comunicaciones a través de la Internet, lo que en definitiva da lugar a renovados procesos de aprendizaje, tanto formales como informales, que repercuten de manera general en la sociedad.

Los resultados de este análisis y discusión sobre las nuevas culturas de aprendizaje hacen parecer que existiera un abandono de las instituciones tradicionales de educación en favor de una variada red de formas de aprendizaje potenciadas por el uso de las TIC. Sin embargo, se trata de potenciar a las comunidades de aprendizaje, especialmente de educación superior, pero con una necesaria revisión de esas transformaciones.

La síntesis de este trabajo lleva a puntualizar que para el éxito de este proceso debe existir un aprendizaje independiente y autónomo; contar con estructuras de comunicación horizontal con mucha participación docente-discente; tener una credibilidad colectiva para un aprendizaje participativo, con una pedagogía descentralizada y utilizando la Internet en todas sus modalidades, que generen aprendizajes significativos.

Romero-Rodríguez, L. & Aguaded, I. (2016). "Consumo informativo y competencias digitales de estudiantes de periodismo de Colombia, Perú y Venezuela". Universidad de Huelva, España.

La Hipótesis de esta investigación afirma que los estudiantes sostienen un permanente hábito de consumo informativo que se considera como desmesurado y sin sentido, lo cual genera las condiciones necesarias para que se produzca lo que se conoce como la infoxicación. En la segunda hipótesis se manifiesta que la mayoría de los datos a los que acceden los futuros periodistas tiene un alto contenido de informaciones falsas (pseudoinformativo) o contenidos triviales, que no aportan a su desarrollo personal ni profesional, y tampoco permite tomar decisiones. La tercera hipótesis se refiere a que no existen planes de estudio o programas formativos (infodieta) en competencias de comunicación efectiva, ni de un consumo de manera responsable.

La Metodología utilizada es Cuantitativa, se aplica una encuesta estadística no representativa de forma auto administrada a estudiantes del tercer año (cuarto y quinto semestre) de la carrera de Ciencias de la Comunicación, Periodismo, Comunicación Social o afines de universidades en Medellín (Colombia), Lima (Perú) y Caracas (Venezuela), durante el periodo lectivo 2014/2015.

El resultado se interpreta que, a la vez que hay un estado de hiperconexión de los estudiantes de Periodismo encuestados, se confirma que paralelamente al tiempo de navegación en Internet realizan en conjunto con otras actividades tales como asistir a clases o participar en una conversación. También se ha determinado que 9 de cada 10

encuestados aseguraron mantener comúnmente más de tres ventanas o aplicaciones abiertas en paralelo, por lo que existe una clara tendencia a la acción multitarea como caldo de cultivo de la sobresaturación informativa, infoxicación e infobesidad.

Yezer'ska, L. & Zeta, R. (2014). "Evolución de la enseñanza de periodismo digital en las universidades peruanas (2005-2014)". Pontificia Universidad Católica del Perú.

La investigación describe las características del periodista de hoy que evidencia que ya no es monomedia, sino multimedia y multiplataforma, y debe estar preparado para desenvolverse e innovar en los entornos digitales propios de la Sociedad de la Información, esto significa que requiere de una formación específica que integre los avances tecnológicos a la esencia de la profesión periodística. Por ello, las universidades tienen un rol fundamental en este proceso. A través del análisis de los planes de estudio de veintiséis universidades con carreras profesionales de Comunicación y Periodismo, se desarrolló la investigación con el objetivo de conocer la situación actual de la enseñanza de ciberperiodismo en Perú y comparar los resultados con el primer estudio realizado en el 2008.

El núcleo de este análisis lo constituye la identificación de las universidades que imparten las carreras de Comunicación y Periodismo; y la exploración de los planes académicos en función de las siguientes variables: 1. El año de la oferta del plan formativo; 2. El tipo de la disciplina, relacionada con las nuevas tecnologías, que se imparte. 3. La carga académica de la materia (número de créditos asignados); 4. Uso de redes sociales por las universidades y las facultades de comunicación.

La metodología que se aplicó con el fin de analizar la situación actual en el campo de la educación universitaria de los periodistas digitales en Perú, en el estudio, se analiza de manera exploratoria las ofertas académicas de las facultades y los programas profesionales de Comunicación y Periodismo que actualmente tienen sitios web y que permiten el acceso a los planes curriculares. El objetivo principal es esclarecer, de una manera Cuantitativa, la propuesta de las asignaturas y materias los planes académicos

relacionadas con el ciberperiodismo, así como definir las principales tendencias en la enseñanza de las nuevas tecnologías.

Los resultados del estudio realizado permiten afirmar que el proceso formativo en periodismo digital en las facultades de Ciencias de la Comunicación de las universidades peruanas ha mejorado en la última década. Existe un mayor número de cursos asignados al estudio del periodismo digital, aunque existe marcadas diferencias entre las universidades; así también se han aumentado los créditos asignados a estas materias, dando una mayor similitud entre las universidades de Lima y las de provincias; aunque se mantiene la brecha sobre los recursos tecnológicos para la formación de los estudiantes en las universidades públicas y las privadas.

Se ha determinado que el proceso de inclusión de los contenidos relativos al periodismo digital ha pasado de su fase “inicial”, en 2005, a la fase “moderada” que evidencia un avance muy importante en la formación específica dedicada al periodismo en medios virtuales, tal como se hace con el periodismo escrito, televisivo y radiofónico.

Es imprescindible que las facultades de comunicación incrementen las asignaturas sobre diseño web y multimedia y las asignaturas de periodismo digital para integrar los lenguajes que se utilizan en los multimedia. Asimismo, no se puede perder de vista el desarrollo de los medios digitales y la importancia para que haya una vinculación de la enseñanza con la investigación. En Perú, algunas facultades están fomentando publicaciones relacionadas con el periodismo digital y sus profesores están dirigiendo investigaciones de tesis con esta temática, pero son pocas aún.

León, G. (2012). “Uso de tecnologías de información y comunicación en estudiantes del VII ciclo de dos instituciones educativas del callao”, Tesis de Maestría presentada en la Escuela de Post Grado de la Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.

Esta investigación tuvo como propósito comparar el nivel de uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en estudiantes del VII ciclo de dos instituciones

educativas con aula de innovación pedagógica implementada y no implementada en la Región Callao. El tipo de investigación es descriptiva comparativa, la muestra fue probabilística, conformada por 418 estudiantes. El instrumento utilizado fue el cuestionario de Desarrollo de Capacidades TIC, cuyo autor es Choque (2009). Los resultados determinaron que existen diferencias significativas en el uso de las tecnologías en sus tres dimensiones: adquisición de información, trabajo en equipo y capacidad de estrategias de aprendizaje. Se concluye que hay un nivel medio en el uso de las TIC (computadora e Internet) así como en sus dimensiones en ambas instituciones educativas.

La hipótesis general es que existen marcadas diferencias en el nivel de uso de las Tecnologías de la información y comunicación (TIC) en los estudiantes del VII ciclo de dos instituciones educativas del Callao. Mientras que las hipótesis específicas plantean que existen diferencias significativas en el nivel de uso de las TIC en adquisición de información en los estudiantes del VII ciclo de dos instituciones educativas del Callao. Una segunda hipótesis es que existen marcadas diferencias en el nivel de uso de las TIC en el trabajo en equipo en los estudiantes del VII ciclo de dos instituciones educativas del Callao. Y la tercera hipótesis es que existen marcadas diferencias en el nivel de uso de las TIC en estrategias de aprendizaje en los estudiantes del VII ciclo de dos instituciones educativas del Callao.

La Metodología desarrollada es la aplicación de una investigación descriptiva, y su diseño es comparativo, debido a que se intervino las características de la variable: nivel de uso de las TIC en determinado tiempo, y los resultados obtenidos se comparan para conocer en qué medida se ha experimentado la evolución del nivel de uso de las TIC, en los estudiantes del VII ciclo de la IE-A en comparación IE-B.

En la institución educativa A, la implementación del acceso y uso de las TIC en una de las aulas que ha experimentado una innovación tecnológica, posiblemente influya en el mayor y mejor uso de las TIC, para el proceso de aprendizaje de los estudiantes sobre la temática tecnológica y el desarrollo de competencias y habilidades tecnológicas.

Al aplicar diversas técnicas en el uso de las TIC, se encontró diferencias importantes, una de ellas es que se observa mayor uso en los estudiantes de la IE-A (Aula de Innovación Pedagógica –AIP– implementada), desarrollan habilidades para el trabajo colaborativo en relación a los estudiantes de la IE-B (AIP no implementada).

Marzano, R. (2014) “Aplicación del Sistema Multimedia Interactivo (SAMI) en la enseñanza de física para el logro de aprendizajes de los estudiantes de Ciencias, de la Universidad Nacional de Educación “Enrique Guzmán y Valle”, tesis para optar el grado académico de doctor en educación por la Universidad San Martín de Porres.

La hipótesis general es que el logro de aprendizajes de física se incrementa significativamente con la aplicación del Sistema de Aprendizaje Multimedia Interactivo (SAMI) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional de Educación “Enrique Guzmán y Valle” en el año 2014.

Mientras que las hipótesis específicas son: a) El nivel de atención de física se incrementa significativamente al aplicar el Sistema de Aprendizaje Multimedia Interactivo (SAMI) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional de Educación “Enrique Guzmán y Valle”; b) El nivel de interactividad de física se incrementa significativamente al aplicar el Sistema de Aprendizaje Multimedia Interactivo (SAMI) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional de Educación “Enrique Guzmán y Valle”; c) El nivel de conocimiento de física según B. Bloom se incrementa significativamente al aplicar el Sistema de Aprendizaje Multimedia Interactivo (SAMI) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional de Educación “Enrique Guzmán y Valle”; d) El nivel de comprensión de física según B. Bloom se incrementa significativamente al aplicar el Sistema de Aprendizaje Multimedia Interactivo (SAMI) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional de Educación “Enrique Guzmán y Valle”.

La investigación comprendió un modelo de diseño cuasi-experimental, pues se determinó la influencia al aplicar un sistema de aprendizaje multimedia interactivo y su

efecto en la mejora del logro de aprendizajes de estudiantes de la Facultad de Ciencias, matriculados en la asignatura de Física.

Los resultados de la investigación arrojaron que se debería considerar el entrenamiento en TIC a los docentes para lograr una manera más efectiva en el uso de las nuevas tecnologías en el interior del aula. Así también, reestructurar el Currículo acorde a las nuevas propuestas metodológicas del siglo XXI; los cambios del Currículo deben conducir a un nuevo planteamiento en el plan estratégico de la universidad hacia el 2050 en innovación tecnológica, como fundamento de cambio.

Los procedimientos de enseñanza deben ir acordes a los procesos interactivos de los estudiantes de hoy en día. Mientras no se encuentre dispositivos integrados elaborados por las empresas, pueden emplearse pizarras digitales interactivas con sistemas integrados por partes. Es decir, acondicionar micrófonos inalámbricos, visualizadores entre otros. Nuestra investigación propone la desaparición de la Pizarras Digitales Interactivas y el advenimiento de las pantallas LED o LCD en enseñanza. La investigación sugiere el empleo de los SAMI, como sistemas interactivos integrados más versátiles y que en el menor tiempo desplazarán a las Pizarras Interactivas.

Ruiz, D. & Tello, O. (2015) "Uso didáctico de las herramientas web 2.0 por docentes del área de comunicación". Artículo publicable para optar el grado de Magistra y Magíster en Integración e Innovación Educativa de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Universidad Pontificia Católica del Perú.

El propósito de este estudio fue conocer el uso didáctico de las herramientas de la Web 2.0 por los docentes del área de Comunicación de educación secundaria de la Red Educativa N° 03 de la UGEL Tacna. Las subvariables seleccionadas fueron herramientas para la comunicación; creación y publicación de contenidos y gestión del conocimiento. Esta investigación corresponde a un enfoque metodológico cuantitativo y a un diseño no-experimental descriptivo del tipo encuesta. Los resultados indican que la mayoría de docentes de la muestra no utiliza las herramientas de la Web 2.0 en sus estrategias de

enseñanza, por lo que se deduce que aún utilizan metodologías didácticas de corte tradicional. Se identifica también que las herramientas más utilizadas, aunque no con fines didácticos, fueron la red social Facebook y la herramienta de creación y publicación de contenidos Youtube. Los resultados hacen aconsejable formar docentes que acrediten el uso y dominio de estrategias basadas en las herramientas de la Web 2.0.

La investigación responde a la metodología del paradigma lógico positivista o empírico analítico (Triviño y Sanhueza (2005) está orientada a la comprensión e interpretación del uso de la Web 2.0. Metodológicamente es cuantitativa, de nivel no experimental descriptivo que tiene a las herramientas de la Web 2.0 como variable, a la encuesta como instrumento de recolección de datos y a la estadística descriptiva como técnica de análisis (Hueso y Cascan, 2011; Hernández, Fernández y Baptista, 2006; McMillan y Schumacher, 2005). Su diseño es descriptivo simple, pues “busca y recoge información contemporánea, sin presentar administración o control de un tratamiento.” (Sánchez y Reyes, 2014, p. 103).

En el análisis de los resultados se obtuvo las frecuencias absolutas, las frecuencias relativas y la media aritmética de cada una de las categorías. Así mismo, se obtuvieron los valores porcentuales de las herramientas más usadas por los docentes de la muestra. Los resultados del cuestionario se agruparon de acuerdo a la clasificación propuesta por Bernal (2009): herramientas para comunicación, creación y publicación de contenidos y gestión de información. El 64.5%, no utiliza herramientas para la comunicación; el 34,9% las utiliza a veces y solo un 0,75% las usa siempre. En relación a las herramientas para la creación y la publicación de contenidos el 71,4% nunca ha utilizado estos recursos; un 26,3% lo hace a veces y el 2,3% lo hace siempre. En cuanto a las herramientas para la gestión de la información, los datos obtenidos señalan que el 81,1% nunca ha hecho uso de estas herramientas; el 16,8% lo hace a veces y 2,1% lo hace siempre.

Sobre el uso de las principales herramientas Web 2.0 para la comunicación se obtuvo los siguientes resultados. El 45% de docentes no hace uso de la red social Facebook para comunicarse con sus estudiantes mientras que el 55% lo hace a veces. En relación

al microblogging Twitter, los datos recogidos muestran que 31 docentes, el 82%, nunca la han usado en sus clases; siete de ellos, el 18% lo hacen a veces y ningún docente lo hace siempre. Respecto al uso didáctico de la mensajería instantánea vemos que 17 docentes (el 45%) nunca la utilizan, 20 de ellos (el 53%), lo hacen a veces y un profesor (03%) lo hace siempre.

Por último, en relación al uso de las videoconferencias 33 docentes (87%) jamás las han usado y cinco (13%), lo hacen a veces. En relación al uso didáctico de las herramientas de la Web 2.0 para la creación y publicación de contenidos se concluyó que el recurso Web 2.0 más usado es la herramienta de publicación y edición de videos, pues cuatro docentes, el 11%, siempre lo hacen; mientras que 14 de ellos, el 39%, lo hace a veces. La otra herramienta usada con bastante frecuencia es Wikipedia, la cual a veces es empleada por 15 docentes (39%); frente a 20 docentes, el 61%, que nunca la emplea en su labor docente. Trece docentes (34%) a veces desarrollan sus clases a través de Ofimática Colaborativa, mientras que dos (5%) la utilizan siempre. El 79% de docentes encuestados (30 de 38) nunca han usado algún blog ni ninguna bitácora digital para desarrollar actividades con sus estudiantes. Dos docentes, el 5%, señalaron que raramente hicieron uso de los mencionados recursos y seis profesores (16%) indicaron que a veces utilizan las bitácoras digitales para trabajar con sus estudiantes.

Las herramientas menos utilizadas son podcast (8%), herramientas de edición de mapas, el 21% y herramientas de publicación de imágenes el 24%. Sobre YouTube, los datos obtenidos indican que un 35% de docentes hace uso de esta herramienta para visualizar videos con sus estudiantes; 32% lo utiliza para descargar videos; 24% para crear listas de reproducción y un 18% para publicar contenidos. En relación al uso de las herramientas Web 2.0 para la gestión de la información la encuesta aplicada proporciona los siguientes datos: el 92% de docentes nunca usa gestores de noticias, mientras que un 8% lo hace a veces. Los mismos porcentajes se repiten con los agregadores de información. Solo un docente (3%) hace usos de gestores de marcadores sociales y referencias científicas. 18 docentes utilizan agentes de búsqueda y 11, algún escritorio personalizado.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Contenidos de los periódicos digitales.

Los contenidos de los periódicos digitales se han posicionado como un importante referente de información periodística. Los estudiantes de periodismo deben aprender y desarrollar las técnicas del periodismo y en especial las de aquel que viene adquiriendo mayor atención para los consumidores como es el periodismo digital. Sin embargo, hay que analizar cuáles son los efectos que tiene el uso de las plataformas digitales informativas y sus contenidos en los estudiantes de periodismo.

En las comunicaciones cotidianas una manifestación nunca tiene significado completo por sí misma, sino que recibe parte de su contenido semántico del contexto cuya comprensión el hablante supone en el oyente. También el intérprete tiene que penetrar en ese plexo de referencias como participante en la interacción. El momento exploratorio, orientado al conocimiento, no puede separarse del momento creativo, constructivo, orientado hacia la producción de un consenso. (Habermas, 1998, p. 175).

Por ello, para establecer la relación entre el momento creativo y constructivo y el proceso de reproducción de un determinado contexto, en esta investigación se consideran indicadores como la temática que abordan los periódicos digitales, los géneros que hay en los contenidos que se difunden y el lenguaje que se utiliza, para explorar cuáles son sus efectos en el proceso de aprendizaje de los estudiantes.

Asumiendo que los contenidos tienen relación directa con el contexto necesario para el aprendizaje de los estudiantes, se convierten en un elemento clave para el proceso, debido a que influyen o generan algunos efectos en quienes los consumen.

Al respecto Van Dijk (1992) señala:

La ciencia del texto pretende explicar cómo a través de estructuras textuales especiales, los individuos y grupos adoptan y elaboran determinados contenidos y cómo esta

información lleva a la formación de deseos, decisiones y actuaciones, p. ej.: cómo modificamos nuestro comportamiento frente a una información en el periódico o en cualquier otro medio; de cómo dejamos que tenga lugar nuestra interacción con determinados sub grupos en la sociedad debido al conocimiento que creemos poseer sobre otras personas. (p. 21)

Los contenidos permitirán cambios en los conocimientos, actitudes y prácticas, por eso mismo se deben estructurar y considerar aspectos relevantes. En primer lugar, quiénes son los actores sociales que consumen los periódicos digitales, cuál es el lenguaje que utilizan, cuál es su entorno socio-cultural, qué valores éticos y culturales poseen, cuáles son los medios que consumen de manera habitual. Los contenidos, en segundo lugar, deben formularse considerando los diferentes problemas del contexto, y precisamente por ello se realiza una profunda investigación.

En ese sentido, los contenidos deben ser seleccionados por un docente con la experiencia profesional, que identifique los intereses, necesidades y demandas de los estudiantes de periodismo. Igualmente deberá utilizar las herramientas y soportes digitales necesarios, así como la pertinente información debidamente organizada, de acuerdo con el respectivo Plan de Estudios, que permita un aprendizaje significativo.

Los contenidos deben tener relación directa, por ejemplo, con los argumentos, los mismos que se estructuran considerando las razones que se sustentan en la veracidad, la lógica del discurso, porque además de informar busca suscitar procesos educativos a fin de ofrecer aprendizajes para generar conocimientos, principios morales y éticos, y prácticas concretas de profesionalismo en el periodismo.

Los participantes en la argumentación tienen todos que presuponer que la estructura de su comunicación, en virtud de propiedades que pueden describirse de modo puramente formal, excluye toda otra coacción, ya provenga de fuera de ese proceso de argumentación, ya nazca de ese proceso mismo, que no sea la del mejor argumento (con lo cual queda neutralizado todo otro motivo que no sea el de la búsqueda cooperativa de la verdad). (Habermas, 1998, p. 46)

La argumentación es en efecto la búsqueda cooperativa de la verdad que se constituye en el norte de todos los comunicadores sociales en general y de los periodistas en particular, tanto más cuando se trata de una versión digital que tiene características particulares. La argumentación se asume de esta manera como la construcción de entendimiento de consensos e interacción social sujeta a las reglas del ámbito periodístico. Esta regulación está determinada por los códigos de ética y deontología que cada medio de comunicación establece como un mecanismo de autorregulación.

Como es su función, los periódicos deben informar sobre los hechos noticiosos con la mayor objetividad y es por ello que se valen de la práctica descriptiva, narrativa y argumentativa que logre convencer a los consumidores. Habermas (1998) afirma que: “La fuerza de una argumentación se mide en un contexto dado por la pertinencia de las razones” (p. 36). La pertinencia de las razones se refiere a la posibilidad que tiene la información o cualquiera sea el producto educativo debe reflejar la realidad, pero además será capaz de convencer a los actores sociales que participan en un proceso educativo.

Por su parte, Breton (2014) señala que entrar en el terreno de la argumentación es un acto central de la comunicación humana, y para ello es necesario considerar tres aspectos fundamentales. El primero es la inclusión de los elementos de un proceso comunicativo, en el que interviene un emisor y un receptor y entre ellos un mensaje. El segundo aspecto es que la argumentación no es convencer a toda costa, lo que implica evitar la manipulación, es decir aquella influencia de coerción. Y el tercer aspecto es que se trata de un proceso racional que supone dar una opinión a otros y los argumentos que la sustenten para que la asuman.

Hacer uso de la argumentación en los contenidos periodísticos implica dejar de lado aquellas técnicas que buscan influenciar de manera coercitiva y restringirse a principios éticos y deontológicos de la profesión. En la evolución de los géneros periodísticos la retórica ha estado utilizada para expresar diversos estilos. Incluso desde la época de Sócrates, con los sofistas. En la actualidad, los debates sobre temas controversiales

tienen que darse con claridad y para ello es necesario separar los géneros periodísticos con transparencia. (Breton, 2014).

Según lo afirmado la argumentación supone no solo la comunicación per se, sino que implica un proceso racional cuyo objetivo busca expresar los saberes que sustenten una expresión, idea o pensamiento. Para ello, se puede utilizar diversas estrategias comunicativas que son propias de la argumentación periodística, que están dirigida hacia un público masivo, muchas veces en busca de una orientación sobre temas medulares de carácter político, social o económico. Ello, igualmente, implica un razonamiento alejado de los intereses que puedan manipular las expresiones, con la aplicación de criterios éticos que busquen dar a la sociedad los elementos de juicio necesarios para que saque sus propias conclusiones sobre esos temas de interés general.

Otra importante apreciación sobre la argumentación periodística presume inferencias que podrían servir a quienes buscan respuestas a situaciones discutibles en un debate.

Argumentar es inferir o derivar, a partir de un conjunto de enunciados llamados premisas, otro enunciado denominado conclusión. Así, la conclusión se sigue o es deducible de las premisas, o también se puede decir que usando la relación inversa a seguirse de o deducirse de, que las premisas implican la conclusión. (Moreso, 2006, p.15)

Así, la argumentación periodística es una manera de difusión de contenidos y una de las diversas formas de procesar información obtenida de los hechos que son de relevancia periodística y que, además, sirve como parte del proceso del análisis crítico que requieren hacer los estudiantes de periodismo cuando examinan los periódicos digitales y otros medios, guiados por el docente que deberá seleccionar aquellos cuyos contenidos sean los más adecuados para la formación profesional de los futuros periodistas. De igual modo, el intercambio del razonamiento realizado por cada uno de ellos, puesto al conocimiento de los compañeros a través de la técnica colaborativa de enseñanza en espacios virtuales mejora el aprendizaje.

Dimensión Comunicativa

Cuando se analizan los medios de comunicación se refiere, principalmente, a la función de informar. Sin embargo, no es solo eso lo que debemos distinguir, si no también que existe una dimensión comunicativa inherente a esa función que debería servir para aplicar aspectos educativos en beneficio de la comunidad. Algunos autores han desarrollado esta idea para asociar la comunicación con la pedagogía, y ambas se convierten, sin duda, en herramientas imprescindibles para la transmisión de conocimientos. Sean estos sobre la realidad de la que se ocupa el periodismo o contenidos cuyas temáticas atiendan una necesidad de educación u orientación.

Al respecto, Habermas (citado por Gómez, 1992) afirma que la pedagogía puede direccionarse a la elaboración de discursos y contenidos, cuyo pragmatismo permita la formación de consensos. Gómez establece que la teoría de la acción discursiva-comunicativa como la del filósofo alemán ofrece varias posibilidades de fundamentar la acción pedagógica que ofrecen los medios de comunicación, que incluyen a los periódicos digitales, a través de la difusión de sus plataformas comunicativas.

Por el sentido eminentemente formativo de la educación y por su naturaleza predominantemente simbólica ella debe estar determinada por la racionalidad comunicativa. En ella se puede comprender el sentido de la pedagogía, del poder de su discurso, por cuanto el lenguaje es el único poder que posee el hombre que es por naturaleza no violento -como poder de persuasión y de convicción (Gómez, 1992, p. 188).

Por ello, los contenidos de los periódicos digitales requieren ser difundidos de manera clara y concisa, característica fundamental del periodismo escrito. Se debe relieves esos contenidos desde la importancia que significa el lenguaje utilizado en los diversos medios digitales y que están dirigidos a un público objetivo claramente identificado, buscando que cumplir una de sus funciones principales que es educar.

El éxito de la difusión de un mensaje recae en su comprensión por parte de quien lo recibe y la característica fundamental de ese mensaje es que el lenguaje utilizado está

libre de construcciones con errores de sintaxis o confusiones semánticas, sujeto al principio de la verdad. El proceso comunicativo, por tanto, se cumple como se tendría que ser siempre desde los periódicos digitales.

Hablante y oyente entienden el significado de una oración cuando saben bajo qué condiciones esa oración es verdadera. La semántica veritativa desarrolla, pues, la tesis de que el significado de una oración viene determinado por sus condiciones de verdad. Con lo que, al menos en lo que atañe a la dimensión expositiva del lenguaje, queda puesta de relieve la interna conexión que existe entre el *significado* de una expresión lingüística y la *validez* de la oración en cuya formación esa expresión interviene (Habermas, 1998, p.356)

Bajo la perspectiva de la comunicación, es claro que los contenidos periodísticos deben ser elaborados con la destreza que implica el buen uso del lenguaje periodístico, y que cuando se trate del periodismo informativo, el lector no encuentre margen de interpretación por el uso de significantes, cuyos significados sean distintos a los pretendidos por el periodista y lo lleve por otro camino de la conclusión. Sin embargo, si el lenguaje usado en la comunicación de contenidos es basado en la interpretación personal de algún columnista o en razón de la posición del medio sobre un tema específico, el uso de los significantes debe contar con un buen soporte de sintaxis y otros elementos propios de la producción periodística para medios digitales.

Esta dimensión también es analizada desde la teoría del derecho a la información, que precisa que la libertad de expresión es un derecho fundamental contemplado en la Constitución Política. Por tanto, los medios de comunicación, no deben considerar solo el ánimo de lucrar, estar al servicio del Estado o involucrado en la actividad política. Las empresas informativas deben estar al servicio de la sociedad en general y cumplir roles destinados a contribuir con su desarrollo. Estas actividades comunicativas no pueden ser consideradas únicamente por un valor mercantil (Derieux, 2004).

El derecho a la información, como precepto constitucional, hace a las empresas periodísticas diferentes, porque la producción de información tiene una misión social sin darle prioridad al lucro, y por lo tanto estas organizaciones cumplen una función

comunicativa que va más allá de ellas mismas y de quienes están a cargo, sean los empresarios periodísticos o los editores generales, quienes deciden la difusión de los contenidos, sin beneficios particulares, sino buscando el interés general.

Soria (1989) manifiesta que:

La plenitud del derecho a la información del público solo se alcanza por mediación de las organizaciones informativas y de los profesionales de la información. Y así esta idea de mediación, de intermediación natural, permite hablar de una delegación tácita del ejercicio de las facultades de investigar y difundir, y abre la vía para la adecuada construcción del deber profesional de informar” (p. 18).

Lo que también es importante resaltar, como un argumento favorable de la dimensión comunicativa de los contenidos, es el derecho a la información que tienen los ciudadanos y el derecho a la difusión de contenidos de los medios de comunicación, incluidos los digitales, que se han visto reforzados por la llamada democratización de la información y difusión, mediante el uso de la tecnología a través de los periódicos digitales, que pueden ser creados sin mayores restricciones con un alcance ilimitado.

Los periódicos digitales para cumplir con la función comunicativa deben asumir la defensa del derecho a la información como una tarea de servicio al público. Esta es una acción que ha sido delegada, ciertamente, de manera tácita, del público hacia los medios y ha sido destacada por autores como Martínez Albertos y Desantes. Lo que advierte Desantes (1994), es que se trata de un mandato social, pero no legal. Los medios de comunicación no están sometidos a órdenes de la sociedad, porque lo que esta requiere de los medios es trabajo de investigación y la difusión de información que genere su labor periodística. Esto implica para los medios desarrollar un trabajo libre y autónomo, que los propios medios definirán, expresando así una independencia que permita fiscalizar y controlar a los poderes legítimos del Estado como a otros poderes fácticos que hacen sentir su presencia en la sociedad y que podrían afectar a ella misma.

Tampoco se debe pensar en la imposición de los contenidos dentro del proceso comunicativo entre los periódicos digitales y el público. A pesar de la validez conceptual y empírica de la Teoría de la Agenda Setting, los medios tienen una delegación tácita de la sociedad que es el deber de informar todos aquellos hechos de interés general. Este deber solo se cumple en el ejercicio de la libertad de difusión por parte de los medios de comunicación y del derecho a la libertad de información por parte del público.

En esa dimensión comunicativa de los periódicos digitales está el derecho a la información que es universal, pero que debe darse en el cumplimiento de especiales exigencias del ámbito periodístico. Se debe tener en cuenta la función social de los medios que exige la verdad como base de todo contenido y el respeto por la pluralidad informativa que evita el peligroso monopolio de la información. Igualmente, no se puede priorizar la inmediatez de la comunicación, en estos tiempos de competencia virtual, por la ineludible exactitud que implica la comunicación periodística.

Soria (1989) afirma que la “responsabilidad no entendida como un efecto o consecuencia del ejercicio de la libertad, no como límite de la libertad sino como la contextura misma de la libertad como una propiedad inseparable de los actos libres” (p. 94). La dimensión comunicativa desde los periódicos digitales no debe estar sustentada solo en la misión informativa y el derecho que tienen de producir material periodístico, sino que va más allá. Incluye también la responsabilidad social, que tiene que ver con acciones que involucren directamente a la comunidad, en brindar espacios para ejercicio de su ciudadanía interesada en intervenir en el debate público, en la vigilancia y fiscalización de las autoridades y del control de otros actores sociales.

El deber profesional del periodista consiste en satisfacer el derecho a la información del público y estar al servicio de la sociedad. Esto es lo que, finalmente, sustenta la función de los medios de comunicación como mediadores dentro de la sociedad y su compromiso con el desarrollo de la comunidad. “La función pública de los medios de comunicación en una comunidad tecnificada es la de ser instrumento del diálogo social” (Martínez Albertos, 1972, p. 161). Por tanto, el derecho a la información actúa como un

elemento que articula todo lo relacionado con la dimensión comunicativa de los ciudadanos y los ayuda a ejercer su ciudadanía.

Kovach (2003) afirma que: “El propósito fundamental del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos” (p. 18). Es ahí donde radica la importancia de ejercer un buen periodismo, sin ese fin los medios se convertirían en una herramienta peligrosa para los dictadores y poderosos.

En esa misma línea, se debe destacar que, cuanto más informado esté un ciudadano, tendrá mayores posibilidades de participar en el ejercicio de control sobre las autoridades, la fiscalización necesaria para evitar los actos de corrupción, que no se podría lograr sin el actuar de un periodismo libre.

El ciudadano ejerce su derecho a la información articulando procesos complementarios de formación de opinión y/o deliberación pública, de participación y/o control social, en el marco de configuración de esferas públicas democráticas, donde ellos son actores protagonistas en la definición y búsqueda de su propio desarrollo. (Camacho, 2005).

El periodismo, entonces, contribuye a que los individuos adquieran el rol de ciudadano activo cuando ofrece información veraz y completa, genera y fomenta la discusión y el debate sobre los asuntos de interés general e impulsa la participación de todos los actores sociales. En este proceso periodístico, el público no solamente actúa como un receptor de contenidos, sino que reacciona ante la fuerza y unión de identidad que otorga el debate social sobre problemas comunes y el expresar la disposición y solidaridad para la solución de los problemas.

Este concepto ha adquirido una nueva dimensión con el uso de la tecnología, y es que ahora el público ya no es tan solo receptor de los mensajes periodísticos, sino que también puede producir contenidos y difundirlos desde espacios que los medios le brindan o desde espacios propios, es decir se han convertido en “prosumidores”.

Dimensión Lingüística

Es necesario que los contenidos de los periódicos digitales sean analizados desde una perspectiva lingüística, cuya importancia se sostiene en los múltiples tratados que sobre ella se han planteado buscando explicar los conceptos sobre el lenguaje, la lengua y el habla. Para el interés de esta investigación la lingüística cumple un rol fundamental en su aplicación a la producción y difusión periodísticas.

La utilidad de la Lingüística es evidente por su importancia para la cultura general: en la vida de los individuos y la de las sociedades no hay factor tan importante como el lenguaje. Sería inadmisibile que su estudio no interesara más que a unos cuantos especialistas: de hecho, todo el mundo se ocupa del lenguaje, poco o mucho; pero —consecuencia paradójica del interés que se le presta— no hay terreno donde hayan germinado más ideas absurdas, prejuicios, espejismos, ficciones. (Saussure, 1945, p. 35)

La utilidad de la dimensión lingüística en los contenidos de los periódicos digitales se fundamenta en que su buen manejo y aplicación en la producción periodística refleja la real competencia de quienes usan el lenguaje para crear historias de la vida real y no de ficción, y difundirlas desde plataformas digitales, que es el accionar cotidiano de los periodistas, y que los estudiantes de periodismo deben saber y conocer.

La tarea de la lingüística, es eliminar los errores de construcción tan completamente como sea posible. Su función es generar contenidos cuyos significados tengan unidades lingüísticas propias que no son otra cosa que los diversos géneros de textos. Para el caso del periodismo, los géneros periodísticos, que de acuerdo con el estilo que se desarrolle podemos usar los diversos recursos con que se cuenta.

Sobre los géneros Saukonnen (2003) dice que:

A diferencia de los programas tradicionales, los programas de géneros textuales incorporan una visión cognitiva, definiendo el concepto clave de género como realidad

mental, como un esquema semántico cognitivo que actúa como un texto, en algunas de las definiciones que se aportan (p. 42).

En la producción periodística siempre es conveniente saber de qué manera queremos contar una historia. La realidad social de la que se ocupa el periodismo nos presenta diversas situaciones en las que se encuentran algunas que son importantes y otras que resultan interesantes, pero que siempre concitan el interés general. La decisión de cómo escribir y plasmar la realidad en un texto, se traduce en la elección de un género periodístico, para lograr así el objetivo que debe reunir un contenido periodístico, teniendo en cuenta el medio por el que se transmite y el público a quien se dirige.

De esta manera, la estructura de los textos se entiende desde la dimensión cognitiva al tomar como perspectiva el modo en que las estructuras mentales procesan el lenguaje y ordenan el flujo informativo (De Beaugrande & Dressler, 1981). La forma como se estructuran los textos periodísticos no debería ser un artificio intelectual, que solo busque el lucimiento del periodista con el estilo que desarrolla, sino más bien, una estructura limitada por el conocimiento natural de los lectores.

Un análisis desde la perspectiva del conocimiento de la lingüística explica la forma cómo se ordena y se confunden los textos, es decir las características gramaticales, sintácticas y semánticas que hacen comprensible un texto, a veces con la utilización de metáforas gramaticales, que podrían romper la congruencia de la construcción lingüística y que escapan a los principios de claridad y coherencia del periodismo.

La dimensión gramatical de la oración cobra sentido desde su nueva dimensión cognitiva: que un verbo no puede regir mucho más de cuatro sintagmas nominales, que los niveles de dependencia de las proposiciones no pueden ser más de seis, que no pueden presentarse más de siete elementos informativos a la vez, todos estos son límites naturales que las macro funciones cognitivas, la memoria y la atención, imponen sobre el uso lingüístico y que se incorporan al análisis lingüístico desde los estudios de géneros textuales (Van Dijk & Kintsch, 1998; Christie, 2002; Bernárdez, 2008).

Para el caso de la construcción de textos periodísticos existen normas que diversos autores han convenido en hacerlas propias del trabajo en el periodismo. En su evolución formatos la noticia, el reportaje, la entrevista, la crónica y otros se han ajustado a la forma cómo los consumidores se relacionan con los hechos noticiosos. El titular atractivo con una buena entrada en una noticia, el reportaje con la contextualización y evidencias necesarias para su objetivo, la entrevista aguda pero reveladora, la crónica con mucha creatividad, pero ordenada son elementos que le dan al periodismo esa dimensión lingüística necesaria para que cumplan con la, también necesaria, dimensión cognitiva.

El proceso de aprendizaje resulta, desde todo punto de vista, beneficioso en la medida en que los estudiantes asuman el reconocimiento propio de sus competencias para el desarrollo del periodismo, pero no a través del uso de un lenguaje desconectado de su realidad sino más bien, consciente de sus necesidades comunicativas con el manejo de esquemas cognitivos propios que requieren para ser profesionales del periodismo, y de esa manera cumplir la misión que la sociedad le encomienda.

Dimensión Social

El buen periodismo se sustenta en una premisa fundamental que es estar al servicio de la sociedad y debe cumplirla asumiendo importantes roles como la concesión de espacios para el debate público, y una pluralidad sin distinciones o diferencias que los sociólogos han delimitado a través de estratos sociales. Esta idea se sostiene en que la libertad de expresión debe ser ejercida tanto por medios como por la ciudadanía sin restricciones ni privilegios, lo que contribuiría a una auténtica transformación social.

Según Hopenhayn (2003):

Las nuevas formas de ciudadanía en una sociedad de la información requieren también fortalecer nuevas destrezas: la capacidad para expresar demandas y opiniones en medios de comunicación y aprovechar la creciente flexibilidad de los mismos; la capacidad para adquirir información estratégica y participar en los sistemas de redes, y capacidad

organizativa y de gestión para adaptarse a situaciones de creciente flexibilización en el trabajo y en la vida cotidiana (p. 8).

La sociedad organizada y el aprovechamiento que puede obtener desde el ejercicio de su libertad de expresión, debe generar con el uso responsable de ese derecho el desarrollo común, alternativas de solución a problemas sociales y la fiscalización permanente a sus autoridades. Por su parte, los medios, en la que se denomina la sociedad de la información, deben hacer una pausa en esa vorágine de producir información y cumplir esas acciones de responsabilidad social que su trabajo implica, sin perder de vista, por supuesto, el obtener una rentabilidad como una institución empresarial, que les permita cumplir su ciclo productivo.

Esas tareas y funciones de los periódicos digitales y de los medios en general, han hecho que la prensa sea considerada como el cuarto poder, pero también le ha dado a la sociedad la idea de que producen informaciones con medias verdades y falsas interpretaciones de la realidad lo que empaña las acciones de su función social. Soria (1990) sostiene que esta imagen, en cierto modo, ha favorecido a los periodistas (que ganan prestigio y poder), pero ha afectado al público, porque se siente confundido ante medias verdades, manipulación de la realidad y otros manejos oscuros que su poder les otorga, sin que se tenga en cuenta la importancia social de los efectos que produce en el consumidor de medios. En la presente era de la información, quien la tiene y la maneja tiene poder, es cierto; pero, a la vez tiene una responsabilidad social ineludible, en el cumplimiento de sus funciones.

La responsabilidad social de los periódicos digitales se cumple con el ejercicio profesional honesto, con la verdad como valor central, principios éticos, que respalden esa honestidad, que evita la manipulación de una realidad, que debe ser informada e interpretada libre de intereses individuales o empresariales, que acaben alterando el orden y destino de una sociedad; más bien se debe buscar que contribuya al desarrollo social en su conjunto.

En la dimensión social es necesario advertir que, “las industrias de la comunicación constituyen la vía más importante de acceso al espacio público para amplios sectores sociales que carecen de espacios de expresión y, con ello, para ejercer activamente la participación ciudadana” (Hopenhayn, 2003, p. 13). Esto nos lleva a evaluar las posibilidades de interconexión que existe en la sociedad, en términos de acceso a la conexión de Internet, transmisión radial y de televisión.

Esa evaluación llevaría a reflejar cifras que expresarían la verdadera dimensión social de los medios. Es real que mientras gran porcentaje de la población tiene posibilidades de acceder a contenidos, información, imágenes y mensajes que se transmiten desde plataformas distantes que otros difunden, con la única condición de ser meros receptores, existe un porcentaje menor que puede establecer a distancia una comunicación de manera individual, y otra parte mucho menor que tiene acceso a la comunicación vía Internet y que tienen la posibilidad de generar contenidos para ser transmitidos a todo el mundo.

Hopenhayn (2003) sostiene que, pese a las dificultades que existen en América Latina para tener el acceso a Internet y la calidad de este en la región, el servicio es superior a otras zonas del mundo. “Antes fueron medios unidireccionales, ahora son medios nuevos e interactivos y mientras la brecha en conectividad no se reduzca sustancialmente, se ensanchan las brechas de todo tipo” (p.15). La principal diferencia se da en las dificultades de acceso a información relevante para el ciudadano, su participación en una comunicación global, la familiaridad en el uso de nuevas formas de trabajo y el uso generalizado de las NTIC (Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación) que profundizan las diferencias sociales y que dejan a los medios como principales responsables.

1.2.1.1. Temática

La pertinencia de los temas en los contenidos de los periódicos digitales para el desarrollo de la investigación, resulta relevante porque se trata de ofrecer a los

consumidores material periodístico que cumpla con el propósito fundamental del periodismo. Dearing y Rogers (citado por McCombs, 1996) afirman que un tema se define como un problema social, económico o político a menudo conflictivo, que ha aparecido y es cubierto por los medios de comunicación. Lo que generalmente toman los medios como contenidos periodísticos son aquellos temas que tienen un interés general y que deben ser conocidos por toda la sociedad.

Así, los estudiantes de periodismo deben estar en permanente conocimiento de una realidad que los involucra. Los medios de comunicación se encargan, por lo tanto, de informar y analizar lo que está ocurriendo, desde sus diferentes plataformas, y los estudiantes están en la obligación de mejorar sus niveles de rendimiento académico desde un contacto diario con los medios de comunicación, especialmente digitales.

McCombs & Shaw (1995) señalan que "la agenda-setting es la capacidad de los mass media de seleccionar y destacar ciertos temas sobre otros, y con ello causar que los asuntos destacados sean percibidos como importantes por el público" (p. 12). Ante ello, los estudiantes deberán estar en la capacidad de poder diferenciar aquellos temas que consideran de especial relevancia para su proceso de aprendizaje e identificar aquella temática que podría estar al servicio de intereses particulares o contenidos triviales que en nada favorecen a la sociedad, pero que el poder de los mass media los hace importantes.

En el análisis de la temática no solo se debe considerar los textos, sino también las imágenes y lo que representan los elementos informativos, para que el mensaje que se difunda sea completo y se evite generar interpretaciones inadecuadas por falta de información, o el tratamiento interesado de esa realidad que se quiere informar. Esto debe cumplirse siempre en el desarrollo de un periodismo de calidad y los estudiantes, desde las aulas, deben saber que es un requisito indispensable.

La agenda-setting no se refiere solo a los temas, sino que incluye las imágenes y las perspectivas. Tiene que ver con cómo se produce la transferencia de relevancia y no solo

la importancia de asuntos sino también la prominencia de los aspectos de esos asuntos. (McCombs & Evatt, 1995, p. 8).

Lo que se quiere dar a entender es que los consumidores de medios y la sociedad en general reciben la preferencia que otorgan los medios de comunicación a determinados temas cuando estos tienen un interés cotidiano, o incluso, puede ser que formen parte de una agenda propia del público cuando consideran que esos temas son relevantes para su interés y que se abordan desde los medios de comunicación y los involucra directamente.

Al respecto Van Dijk (1990) señala:

Los temas del discurso periodístico no constituyen simplemente una lista; forman más bien una estructura jerárquica. ¿Con qué precisión se organizan los temas en una estructura argumental o temática totalizadora? Significa que la macro proposición está relacionada con las oraciones de las cuales procede. El orden de las macro oraciones en cada nivel está implícitamente definido por el orden de las oraciones expresadas en el (los) nivel(es), es decir, por el orden de las oraciones y las proposiciones en el texto. (p. 68)

Lo que generalmente ocurre es que los asuntos publicados en los medios de comunicación, o, en otras palabras, los temas de discurso periodístico, obedecen a los grandes intereses políticos, económicos, o de otra índole, que en la actualidad representan las empresas periodísticas inmersas en poderosos consorcios económicos. Sin embargo, la temática que desarrollan se ajusta a una elaboración que obedece a los rigores periodísticos. Pero que pueden ser útil a los estudiantes por la forma como se redactan y como se contextualizan las historias.

1.2.1.2. Géneros

En los géneros periodísticos los periodistas encuentran formas para contar las historias, son estrategias de trabajo, que es indispensable conocer y dominar, pues la realidad no siempre se puede contar de la misma manera. Igualmente, es necesario

desarrollar un estilo propio, conducente a diversificar el uso de los géneros en la producción periodística; y por ello es imprescindible el consumo y la práctica constante de los géneros periodísticos, a saber: el informativo, interpretativo, de opinión y de investigación.

Para Martínez Albertos (1974):

Cada uno de los géneros tiene su propia técnica de trabajo. Llegar a conocer y dominar estas técnicas de realización es uno de los cometidos más importantes en la formación profesional de los periodistas. Pero ese conocimiento práctico está normalmente condicionado a un conocimiento teórico y analítico que permita predisponer la intención del escritor de forma adecuada para la consecución de uno u otro género. (p. 75)

De acuerdo con el tratamiento de los hechos noticiosos los medios de comunicación utilizan un tipo de género para abordar las historias que difunden. Eso lleva al necesario conocimiento y dominio de los diversos géneros periodísticos que existen por parte de los estudiantes de periodismo.

Las historias escritas para el periodismo requieren de un proceso especial para que tengan el impacto deseado en el público. Ese tratamiento es una decisión que el redactor debe tomar cuando tenga toda la información necesaria producto de una prolija investigación y verificación de datos y fuentes. Gomis (2008) afirma que los géneros responden a la necesidad de dar forma a una expresión. El periodismo a través de sus técnicas y herramientas realiza un proceso para recoger información de lo que ocurre en la realidad social para difundirla, interpretarla y valorarla. También revela información sobre aquella realidad que está oculta y que está afectando el interés común. En esta tarea se utilizan mecanismos propios de la redacción periodística que se identifican dentro de lo que se denominan géneros periodísticos. Estas formas tienen implicancias en el público de acuerdo con la forma (género y estilo) y fondo (profundidad del tema).

“Los medios se esfuerzan para diferenciar el tratamiento que dan a los textos según los géneros, y los géneros según las funciones que cubren” (Gomis, 2008, p. 87). Así,

los periódicos digitales desarrollan sus contenidos en función de los diversos géneros periodísticos, sistematizando la forma en cómo se van a contar las historias, y allí radica la importancia para que los estudiantes de periodismo cuenten con las herramientas necesarias para analizar el soporte virtual y su componente tecnológico, así como el tratamiento periodístico en la difusión de historias.

Los géneros periodísticos dan facilidades para el trabajo en común, y su uso, en la justa dimensión, permite la entrega y comprensión de las historias que se difunden. Cuanto más se respeten las convenciones propias de los géneros y formatos (noticia, crónica, reportaje, entrevista) generados por la forma como se relaciona el contenido y la forma, más coherente resultará la historia sobre un hecho real y más confianza y credibilidad tendrá el periodista en el mensaje que difunde. (Gomis, 1991). Los medios digitales no deben ser ajenos a estos enfoques, que resaltan la necesidad de conocer y aplicar los géneros en la redacción periodística. Ellos tienen características propias del uso de la Internet, (multimedialidad, interactividad e hipertextualidad), que mejora el uso de los géneros.

Encontrar estas particularidades de la redacción en los periódicos digitales, que el docente selecciona para el proceso de aprendizaje de los estudiantes, es un aspecto muy relevante que se debe considerar para la valoración de la calidad de los centros de preparación de los futuros periodistas. No puede haber, en la actualidad, un centro de enseñanza superior de periodismo que no cuente con la infraestructura tecnológica necesaria con conexión a Internet y que a la vez permita la práctica permanente de la redacción periodística.

De ahí también la utilidad de los géneros periodísticos en la enseñanza. Los géneros representan la sedimentación de la experiencia del trabajo colectivo en diversos medios de información, el dominio técnico que distingue al profesional del periodismo de quien no lo es, la posibilidad de hacer llegar al receptor el mensaje, con la rapidez y seguridad. Los géneros son formas asimiladas por el hábito, formas que pueden enseñarse y aprenderse. (Gomis, 1991, p. 44).

El aprendizaje de los géneros por los estudiantes de periodismo es una necesidad que implica marcar diferencias en un mundo en el que los espacios virtuales hacen de cualquier persona un potencial “periodista” porque cuentan con un medio social por el que pueden difundir cualquier historia. Esto ha determinado que en la actualidad los medios virtuales estén llenos de *Fake News* con “noticias” y “reportajes” que no se ajustan al rigor del buen periodismo.

1.2.1.3. El lenguaje

En los medios de comunicación es común encontrar además del lenguaje periodístico, diversos lenguajes que generan empatía con los públicos a quienes se dirigen, de lo contrario pierden esa capacidad de atraer públicos, labor inherente y necesaria a los medios. Esas formas de expresión son parte de las características del medio, de acuerdo con la división temática por secciones que hay en los periódicos. Es común referirse a un tema político con un tipo de lenguaje, mientras que para los géneros deportivos este es diferente. Sin embargo, todos los contenidos deben buscar lo mejor para el lector.

Ha de anotarse también que para Chomsky la razón de la existencia del lenguaje en los humanos no es permitir la comunicación sino permitir la creación y expresión del pensamiento. La expresión del pensamiento, puntualiza el lingüista, es una necesidad humana a la cual responde la aparición del lenguaje, si aparte de eso podemos comunicar a alguien nuestros pensamientos mediante la lengua, tanto mejor. (Baron, 2013, p. 421).

Los periodistas usan el lenguaje para expresan sus creaciones y de esa manera desarrollan lo que es tan elemental pero necesario en la actual sociedad de la información y del conocimiento, que es la comunicación. El uso del lenguaje es concebido por Saussure (1945) como una interacción social, iniciada por un acto individual de voluntad y de inteligencia, o acto de habla, mediante el cual se da una interacción social. Es así como el periodismo logra cumplir una de sus funciones, que es generar procesos de socialización a través de las interacciones comunicativas, pero estas deben darse en el buen uso del lenguaje.

Chomsky (1991) señala que el lenguaje que cada persona logra a lo largo del desarrollo de su vida es una construcción compleja, que es determinada irremediamente por las fragmentarias pruebas de que se dispone. Por su parte, la lengua humana es un sistema de notable complejidad. Llegar a conocerla constituye un triunfo intelectual extraordinario, es hacer uso de una intrincada estructura de reglas específicas y principios de orden que le permitan transmitir sus pensamientos y sentimientos a los demás suscitando en ellos nuevas ideas y sutiles percepciones y juicios.

Sin duda que esas “fragmentarias pruebas” no son otra cosa que el entorno social, que constituye una importante influencia en los individuos en desarrollo, para el sostenimiento de los principios sociales necesarios para la generación de cultura. A través del lenguaje se transmite cultura y es así como los contenidos de los periódicos digitales dejan constancia de una realidad que forma parte de esa cultura. En algunos casos esta realidad que transmiten puede ser alterada por el lenguaje que se usa, por la estructura gramatical o alguna manifestación ideológica (línea editorial del medio) u otra índole (empresarial, religiosa, etc.).

El lenguaje en los programas y procesos de educación obtiene una importancia de primer nivel porque sin él no sería posible informar sobre hechos que ocurren en la realidad, expresar la complejidad que algunas veces encontramos en esos hechos o construir mensajes que sirven como mediadores entre los actores sociales. “El lenguaje dependiendo de cómo se exprese, permitirá garantizar la efectividad del mensaje, vale decir de la aceptación de éste y su consecuente uso en la vida cotidiana de las personas” (Chomsky, 1991, p.23). El uso del lenguaje resolverá en muchos casos el éxito del periódico, pues la forma en que se cuentan las historias, y el impacto que estas causan, representan un valor importante en la existencia y desarrollo de las empresas periodísticas. Así también generan una característica de identificación del medio por un público que necesita un referente informativo en quien confiar.

Chomsky (1991) también afirma que el lenguaje es el conjunto de expresiones, que dan la posibilidad de acceder a dos tipos de información, del sonido y del sentido, que está compuesto de un conjunto de expresiones que han adquirido cierta formalización a través de normas que conlleva a su cumplimiento obligatorio para hacer del lenguaje algo común para todos y así el intercambio de mensajes o contenidos se realice con mayor comprensión. De allí que es imprescindible que se maneje con propiedad, pero que plasme la realidad que se quiere transmitir. Los medios cuentan con la información necesaria de su público objetivo, de tal manera que saben cuál es ese conjunto de expresiones (lenguaje sobrio, coloquial, literario) que manejan y utilizarlo para así lograr una buena relación.

En el uso del lenguaje se expresa una cultura propia de quien lo utiliza y es aquí donde se hace la diferencia entre el habla y la lengua. La primera es la expresión de ciertos hábitos lingüísticos que se definen por cuestiones culturales establecidas, muchas veces, por espacios regionales o nacionales, que perciben su entorno social basado en su educación y las influencias que reciben de los medios de comunicación, es decir expresiones lingüísticas propias de una realidad en la que también están los periodistas. La lengua es el manejo de signos y símbolos bajo un conjunto de reglas que los periodistas deben conocer.

Al ser el lenguaje de acceso público, el significado de los contenidos es asumido por quienes consumen el producto periodístico y reciben también prácticas concretas sobre giros idiomáticos que pueden resultar beneficiosos o lo contrario. Es aquí, en donde los periódicos digitales deben asumir la responsabilidad de un rol educativo que debe desarrollar consustancialmente a su labor informativa. Sin embargo, puede resultar complicado y confuso lograr el objetivo educacional si no hay una habitualidad en la lectura y análisis sobre la realidad que rodea a los estudiantes.

La confusión de naturaleza y cultura no significa solamente la confusión conceptual de mundo objetivo y mundo social, sino también una diferenciación que a nosotros se nos antoja deficiente entre lenguaje y mundo, es decir, entre el medio de comunicación

«lenguaje» y aquello sobre que en una comunicación lingüística puede llegarse a un entendimiento. (Habermas, 1998, p. 80).

Los productos periodísticos se convierten en representaciones que ayudan al público a entender su entorno. Para lograr una representación inequívoca con el impacto deseado hay que desarrollar y practicar de manera permanente un aspecto que es fundamental en todos los comunicadores, y en particular de los periodistas, como es la creatividad. La dinámica periodística implica la elaboración de historias únicas y atractivas para los consumidores, especialmente de los periódicos digitales, que tienen que lidiar de manera permanente con la inmediatez de la televisión y la radio.

Una buena crónica periodística, por ejemplo, debe convertir el texto de los periódicos en imágenes de una realidad en la mente de los consumidores. Las noticias y reportajes no deberían ser tan complejos para que el lector se ubique en aquella realidad que se trasmite, y lo comprenda con la claridad que siempre debe tener un texto periodístico. No hay restricciones en el uso del lenguaje, el redactor debe manejarlo de tal manera que logre vincular las funciones del periodismo, informar con la verdad, educar sin impedimentos y entretener con responsabilidad.

1.2.2. Aprendizaje de los estudiantes

Es de especial interés analizar de qué manera los estudiantes construyen sus aprendizajes, asumiendo que es el proceso de estructuración de conocimientos, actitudes y prácticas, que, como consecuencia del consumo de medios de comunicación, se genera en los estudiantes de periodismo.

Según Habermas (1998):

En los procesos de aprendizaje juega la argumentación un papel importante. Llamamos, ciertamente, racional a una persona que en el ámbito de lo cognitivo-instrumental expresa opiniones fundadas y actúa con eficiencia; sólo que esa racionalidad permanece

contingente si no va a su vez conectada a la capacidad de aprender de los desaciertos, de la refutación de hipótesis y del fracaso de las intervenciones en el mundo. (p. 86).

El aprendizaje de los estudiantes de periodismo estará en función de su capacidad del proceso racional que desarrollen, poniendo en práctica, y de manera permanente, todos aquellos conocimientos que adquieran, producto del consumo de periódicos digitales bajo la guía del docente, que deberá incentivar a los estudiantes la formulación de planteamientos propios con los argumentos que corresponden.

La relación directa entre estudiantes y periódicos digitales deberá estar dirigida a adquirir conocimientos sobre diversas materias, principalmente, de relevancia política, social y económica. Esos conocimientos darán los argumentos necesarios para expresar las opiniones fundadas, que demuestren un real aprendizaje.

El aprendizaje es un cambio perdurable en el tiempo de la conducta o en la capacidad de comportarse de cierta manera, el cual es resultado de la práctica o de otras formas de experiencia. Uno de los criterios consiste en que el aprendizaje implica un cambio en la conducta o en la capacidad de conducirse. La gente aprende cuando adquiere la capacidad para hacer algo de manera diferente. (Schunk, 2012, p.3).

Los indicadores del proceso de aprendizaje son relevantes para la investigación, es así que no se puede obviar de ninguna manera el nivel cognitivo que se refiere al conocimiento de los temas de coyuntura social, política y económica del país, al nivel afectivo referido a las actitudes que generan en los estudiantes el estar en contacto con los medios on line y el nivel de socialización para referirse a sus interacciones comunicativas tras un sistemático consumo de periódicos digitales.

Como señala Habermas, (1998) la fundamentación de los hechos va emparejada a la de aprendizajes, en la medida en que la acción racional significa búsqueda de hechos y expresión de la realidad, por ello ponen el énfasis en cómo una argumentación es capaz de generar aprendizajes, vale decir la aprehensión de sucesos, secuencias, procesos. En el caso de los contenidos periodísticos, la argumentación sobre los juicios de valor

propios del periodista, acerca de la realidad que analiza, es un proceso racional que obliga a manejar conceptos claves y eso se logra con una prolija investigación que al cumplirla genera aprendizajes.

Sobre el particular, Ausubel (1983) afirma que los aprendizajes significativos adquieren mayor importancia debido a que permiten a quienes lo adquieren, la capacidad de reproducir y aplicar esos conocimientos convertidos en competencias, habilidades y destrezas en cualquier circunstancia o situación de la vida diferente de aquella que generó el aprendizaje. Lo que significa que los conocimientos adquiridos quedan grabados de manera permanente y se utilizan situaciones concretas. En el caso del análisis de contenidos periodísticos, se requiere de igual manera que las competencias que los estudiantes de periodismo adquieren a lo largo de su paso por la universidad, sean producto de un aprendizaje significativo.

Es por eso que a lo largo de la preparación de los estudiantes de periodismo debe existir toda una serie de actividades que los posicione en un ambiente lo más real posible a un medio de comunicación, con las herramientas que desde las aulas universitarias debe dominar. La tecnología actual permite generar esos espacios de tal manera que el acceso permanente a los periódicos digitales por parte de los estudiantes sea una exigencia continua. Sin esta práctica el logro de las competencias no se daría de manera integral, sería solo teóricas y nada empíricas.

Gairín (1990) sostiene que las actitudes, forman parte de aquello que el individuo adquiere a través del contacto directo y las interacciones sociales, también de las experiencias relacionadas al desarrollo personal, como parte del proceso de socialización y aprendizaje. Este hecho significa también que los mensajes deban tener una función prescriptiva normativa como bien señala Habermas, por lo que igualmente este análisis invoca el uso de Teorías de la Ética en general y de la Ética Discursiva en Particular.

Por su parte, Schunk (2012) refiere que las teorías conductuales y cognoscitivas están en concordancia con la idea de que las diferencias entre los estudiantes en proceso de adquirir conocimiento y su entorno social pueden afectar el aprendizaje, pero discrepan en la relativa importancia que se les da a estos dos factores. Las teorías conductuales en comparación con las cognoscitivas enfatizan el papel que cumple el ambiente que rodea al aprendiz, específicamente la forma como se dispone y se presentan los estímulos, así como la forma en que se refuerzan las respuestas y asigna menos importancia a las diferencias del aprendiz.

Lo que menciona el autor refuerza la idea de contar con ambientes cuya tecnología permita desarrollar desde las aulas las competencias necesarias de los periodistas. El docente-periodista será el encargado de generar esos estímulos necesarios para los estudiantes, crear en ellos el hábito por la lectura de textos periodísticos y de otra naturaleza. Se debe tener en cuenta que en la medida que los estudiantes de periodismo consuman en mayor tiempo los contenidos de los periódicos digitales, se incrementará los estímulos que tendrán para construir, de manera permanente sus aprendizajes.

Pintrich, Cross, Kozma y McKeachie (citados por Schunk, 1986) sostienen que las teorías cognoscitivas dan la razón de manera inequívoca a la influencia que tiene el medio ambiente sobre el aprendizaje de los estudiantes. El desarrollo de una sesión de clase, con explicaciones y exposiciones prácticas que los docentes ofrecen seguidas de los imprescindibles conceptos, proporciona importantes fuentes de información para los estudiantes. Sin embargo, eso debe ir acompañada de la parte práctica de competencias y habilidades del estudiante, que, en combinación con la debida retroalimentación correctiva, pero necesaria, promueve el aprendizaje.

Al respecto Schunk (2012) dice que:

Lo que los estudiantes hagan con la información —cómo la reciben, repasan, transforman, codifican, almacenan y recuperan— es sumamente importante. La manera en que los aprendices procesan la información determina qué aprenden, cuándo y cómo, así como el

uso que darán al aprendizaje. Las teorías cognoscitivas subrayan la función de los pensamientos, las creencias, las actitudes y los valores de los estudiantes. Aquellos que dudan de su capacidad para aprender, tal vez no se dediquen convenientemente a sus tareas o trabajen sin entusiasmo, lo que retardará el aprendizaje. (p. 22)

Esto debe tener la mayor atención de los docentes y poder identificar a aquellos estudiantes que no son conscientes de su capacidad para aprender, porque tal vez no están enfocados de manera conveniente a sus quehaceres o trabajen sin el necesario entusiasmo, lo que impide o retarda el aprendizaje, por lo que se necesita tomar en cuenta, además de los ambientes debidamente equipados que generen confianza para el aprendizaje, los procesos de pensamiento de los estudiantes.

Igualmente, se debe observar las normas éticas, que permitan abordar el trabajo periodístico con los valores propios de una cultura social, que busca romper con los esquemas de corrupción, delincuencia, carencia de una identidad nacional propia, afectación de los derechos fundamentales de las personas y otros, que el periodismo se ocupa por ser parte de una realidad a la que no puede soslayar. Por ello, la ética periodística debe servir para la difusión de contenidos que generen aprendizajes, actitudes, aptitudes, valores y lo que sea útil para el desarrollo personal de los consumidores.

La ética periodística, hace referencia a los aprendizajes cuando pone el énfasis en los conocimientos, actitudes y valores que tienen los individuos, pero principalmente en las situaciones prácticas o acciones que concretamente aportan a la solución de los problemas sociales que son críticos en el Perú. Este análisis se da por igual para quienes ejercen el gobierno y toman decisiones y para los actores sociales que deben tener protagonismo.

Ausubel (1976) señala que los aprendizajes significativos se definen como aquellos que posibilitan la aplicación de conocimientos, destrezas y habilidades que se han asumido en un proceso de adquisición de conocimientos formativos, indistintamente de

alguna situación o espacio, lo que significa que todo lo aprendido se utilizará para resolver problemas de diferente naturaleza. Para ello, refiere que los procesos a través de los cuales se realiza la adquisición y retención de los conocimientos, que se desarrollan en ambientes educativos formales o informales, son metodologías que los mismos estudiantes deben aplicar para aprender y enfrentar las diversas situaciones que se dan para que el aprendizaje se produzca.

Tanto la interacción personal como el aprendizaje significativo se conjugan para la construcción de conocimientos y esta acción tiene diversos componentes que influyen y determinan lo que los estudiantes obtendrán como resultado de ese proceso. Sin duda, que cuando se desarrolla el proceso educativo, entre el inicio y el final, confluyen diversos componentes que condicionan los resultados. Factores internos y externos que no son ajenos a todo proceso de aprendizaje, pero que deben servir para expresar la voluntad indomable de adquirir los conocimientos necesarios sobre una materia.

Estas propuestas consideran los diferentes aspectos y factores, así como condiciones y tipos en los que se desarrolla un proyecto educativo. Ausubel se interesa por conocer y explicar las condiciones y propiedades del aprendizaje, que se pueden relacionar con formas efectivas y eficaces de provocar de manera deliberada cambios cognitivos estables, susceptibles de dotar de significado individual y social (Ausubel, 1976).

Efectivamente, los procesos educativos podrían resultar muy complejos al considerar algunas condiciones y diversas características propias del aprendizaje, especialmente para los estudiantes de periodismo que deben contar con una infraestructura de alta tecnología. Sin embargo, los docentes-periodistas deben recurrir a grandes dosis de creatividad, que le es característica, para encontrar esas formas en las que los estudiantes se motiven y se sientan apasionados por alcanzar las competencias deseadas para ser periodistas.

La Teoría de los Aprendizajes Significativos, considera que, por ejemplo, las variables sociales afectan el aprendizaje. Una variable social clave es el tiempo de aprendizaje.

Carroll (1965) plantea un modelo del aprendizaje que pone gran énfasis en la variable instruccional del tiempo que se dedica al aprendizaje. El éxito en el proceso de aprendizaje, depende de si dedican la cantidad de tiempo necesario para aprender y que han dedicado a tareas académicas o el de las visitas programadas a los lugares críticos.

La planificación que se plantee para un proceso de aprendizaje deberá considerar la variable tiempo como un factor fundamental, que los estudiantes asumirán necesariamente para cumplir, etapa por etapa, los rigores que implica desarrollar productos periodísticos. El tiempo siempre será clave para el periodista y el estudiante de periodismo lo debe saber desde las aulas, así como lo es la actitud, con la que enfrenta a nuevos conocimientos y retos que harían retroceder a quienes no están enfocados en lograr sus objetivos de aprendizaje.

Otra variable que se debe considerar es la calidad de los contenidos usados para presentar tanto las ideas del docente como aquellos que se utilizan para la parte práctica del aprendizaje. El lenguaje deberá ser motivador, pero que también ofrezca al estudiante la posibilidad de incrementar su vocabulario de comunicación oral y escrita. Una variable, a la que no se le debe restar importancia es el contacto permanente con los periódicos digitales, que permitirá mantener informado al estudiante y realizar un análisis crítico de los contenidos de esos medios. Todas las variables guardan estrecha relación. Cuanto más baja sea la calidad de los contenidos mayor tiempo requerirán para aprender y eso afectaría la actitud.

Ausubel, Novak y Hanesian (1983), definen el aprendizaje significativo y dicen que se produce cuando la persona que aprende relaciona los nuevos conocimientos con su estructura cognitiva, se produce de manera gradual y cada experiencia de aprendizaje proporciona nuevos elementos de comprensión del contenido. Este aprendizaje se manifiesta cuando una persona es capaz de expresar el nuevo conocimiento con sus propias palabras, dar ejemplos y responder a preguntas que implican su uso, bien sea en el mismo contexto o en otro.

Lo medular del aprendizaje en el ámbito de los medios de comunicación digitales es que los estudiantes logren alcanzar las competencias que les permita producir de manera eficiente material periodístico. En ese proceso deberá demostrar la suficiente autonomía para la elaboración y difusión de sus propias ideas. La estructura cognitiva del estudiante de periodismo y de los periodistas en general es una construcción permanente, sobre diversos temas que el entorno social nos impone y que se debe enfrentar.

Dimensión Ética

En el proceso de aprendizaje del estudiante universitario se conjugan una serie de aspectos que representan los conocimientos científicos y humanísticos que adquieren con rigor académico. Sin embargo, eso no basta. La experiencia de transitar por los claustros universitarios se convierte también en la oportunidad de lograr experiencias y lecciones de vida, la construcción y desarrollo de la personalidad de carácter ético, producto de compartir objetivos comunes con los compañeros y docentes y a la vez forjar un destino propio con calidad de vida y dimensión ética.

Esa interrelación, en la actualidad y como es ineludible, se basa en la tecnología. Es impresionante como el uso de dispositivos electrónicos de todo tipo ha alterado la convivencia en todo sentido dentro de los claustros universitarios, incluida la comunicación desde los medios digitales. No solo entre los estudiantes, sino entre docentes y estudiantes, entre los mismos docentes y entre todos quienes forman parte de esa comunidad.

Leuridan (2016) afirma que:

La dimensión ética de la comunicación ha sustituido la dimensión humana y social. Se cambia la crisis de valores por los resultados de las tecnologías. Los periódicos, las radios y las televisiones se manifiestan como más democráticos. Son instrumentos que juegan sobre lo universal y no sobre lo particular. Hay que apartar la ideología tecnológica que reduce la comunicación a la tecnología. Lo esencial de la comunicación no es de tipo tecnológico sino antropológico y cultural. (p. 42)

De la cita anterior se colige que la tecnología debe servir a la ética de las interrelaciones humanas y debe basarse en conceptos que vayan más allá de la misma tecnología y el uso que se le pueda dar a esta. La dimensión ética de la tecnología y de los periódicos digitales, de manera específica, debe servir para mejorar la calidad de vida y dar a las personas espacios para un mejor intercambio cultural, por ejemplo. Mayor intercambio de conocimientos y experiencias entre docentes, docentes y estudiantes y autoridades, que contribuya al desarrollo profesional y como seres humanos, y, por supuesto, en la práctica del ejercicio de la profesión periodística.

De igual manera Leuridan (2016) afirma que: “El periodismo tiene la tarea sagrada e indispensable de informar y hacer reflexionar sobre la problemática y las decisiones que se toman para el bien o para el mal. Sin el periodismo se viviría en un estado salvaje” (p. 39). Es decir, que la producción y difusión de los contenidos periodísticos se deben orientar hacia una correcta toma de decisiones. El periodismo y los periódicos digitales deben cumplir con poner en conocimiento al público los grandes problemas nacionales, y a la vez sea un llamado de atención a las autoridades para que estas tomen las decisiones que lleven a formular alternativas de solución a esos problemas.

El entendimiento y práctica de los aspectos éticos en la carrera profesional de los periodistas no se obtiene de la noche a la mañana, sino que se trata de un actuar permanente y consecuente con los principios propios. La habitualidad de la práctica periodística con estándares éticos se debe lograr producto del quehacer diario, que identifique claramente al profesional como responsable, no es posible actuar por conveniencia o interés subalternos, eso siempre se descubre. Kapuściński (2006) advierte que “Los cínicos no sirven para este oficio” (p. 38), y es que el accionar de los periodistas no debe ser ambiguo, parcializado o interesado. El trabajo intelectual que desarrolla el periodista es un importante producto que está dirigido a la consciencia de la opinión pública y ahí radica la importancia del deber ético con la sociedad.

Los contenidos de los periódicos digitales se valen de la argumentación como forma de difusión de mensajes, a través de los cuales se alcanza significativos niveles de

interrelación entre los medios y el público. Esto implica que desde los medios no solo se presenten los contenidos de manera impactante y los rigores de los formatos periodísticos, sino que además el fondo de la temática deje lecciones éticas.

La argumentación práctica se propone aportar razones para mostrar la corrección de una norma de acción. Separar tajantemente las cuestiones teóricas de las prácticas es imposible, porque la pragmática trascendental es la clave de la ética, pero a su vez el punto supremo de la reflexión trascendental viene constituido por una comunidad ideal de argumentación, orientada por un principio ético, presupuesto último del discurso teórico y práctico. (Apel, 1991, p. 22)

Se trata de un principio universal que debe formar parte del trabajo periodístico puesto al servicio de la comunidad, para servir al desarrollo de los demás, mejor aún si se logra una transformación. Los contenidos periodísticos son producidos de manera pragmática por profesionales preparados de manera teórica y práctica, sin soslayar el componente ético que debe existir siempre. Los estudiantes deben saber que esos contenidos al ser difundidos a la sociedad generan conciencia para motivar algún cambio en las personas.

Sin embargo, se debe puntualizar que la producción periodística se tiene que enmarcar dentro de aquellas normas sociales determinadas por los propios individuos que actúan en busca de su desarrollo, sin desviar su mirada de conceptos éticos y humanísticos universales.

Cortina (1997) advierte que:

Cuando los valores morales saltan a los periódicos, a los medios de comunicación de masas, o a las publicaciones oficiales del Estado, no es que estén fugazmente de moda porque de algo hay que hablar. Es que están de actualidad, porque alguna especial circunstancia invita a sacar a la palestra lo que es un elemento constitutivo de nuestra realidad personal. Y si, pasado un plazo, quedan relegados esos valores a segundo plano, no por eso habrán perdido importancia, únicamente habrán perdido notoriedad. (p. 18).

Ello implica una interesante situación para ubicarse en un punto medio, teniendo en cuenta que sin el ejercicio de reflexiones no hay una auténtica pedagogía del nivel superior como es la universitaria y sin una educación de la dimensión moral, incluida en los planes de estudio de los estudiantes no hay definición clara de las intenciones antes tomadas. Es decir, se debe desarrollar lo que se conoce en el ámbito pedagógico como habilidades blandas en los cursos de periodismo para que exista esa formación integral del estudiante.

Si no hay planes de estudio, en las facultades de periodismo en los que no se discuta la elaboración de productos periodísticos basados en la ética, se estaría frente a una realidad que se caracterizaría por contenidos muy atractivos para los oídos, refiriéndose a la resolución de problemas sociales, educación cívica, cultura ética, acción ciudadana, pero que en la realidad no deja aprendizajes significativos para los estudiantes, y el esfuerzo de quienes están realmente identificados con brindar una enseñanza de calidad se pierde y las consecuencias de esas falencias son muy graves para ejercer la profesión y repercute en la sociedad.

La dimensión ética tiene mucha implicancia en los aprendizajes significativos para los estudiantes, por lo que es necesario que el aprendizaje y la ética tengan prioridad en el esquema de adquisición de competencias de los estudiantes de periodismo, tanto de aquellas para el desarrollo personal como en aquellas que son necesarias e imprescindibles en el ejercicio del periodismo.

Habermas y Apel (citados por Magnet, 2014) resaltan la importancia del aprendizaje constructivista en el proceso de la construcción moral y subrayan, también, que se exige de un cambio de actitud para que permita pasar de la acción al discurso. Alcanzar destacados niveles en la práctica del discurso depende de si los esquemas que se practican en la socialización o si los procesos formativos en una sociedad, promueven o no el desarrollo de conceptos y prácticas morales de los ciudadanos en general o cuando se habla de los estudiantes, en una dirección pedagógica para el crecimiento personal acorde con los principios sociales.

En el aprendizaje constructivista los estudiantes deben conjugar intereses personales de desarrollo con aquellos de su contexto social y sus problemas. Entonces dependerá de la motivación que reciba, de casos reales expuestos por los docentes, para generar sus intereses de aprendizaje dirigidos tanto al bienestar personal y a su entorno familiar y social, y evitar de esa manera el individualismo que se genera en las sociedades carentes de ética, y que alcanza al periodismo.

Por otro lado, Habermas (citado por Magnet 2014) afirma, desde la perspectiva comunicativa, que: Existen dos tipos de argumentos que fluyen de la racionalidad práctica derivada de la ética discursiva: los argumentos analítico-pragmáticos (en los conceptos de acción, comunicación y comunidad de diálogo) y los argumentos teórico-empíricos (estudios de psicología evolutiva) en los que se manifiesta la vinculación del juicio moral con formas de reciprocidad que se aprenden y se desarrollan en distintos ámbitos de interacción social.

Los discursos transmitidos desde los periódicos digitales y en general de los medios de comunicación deben considerar esos tipos de argumentos con ese componente ético que permita al público interacciones de diferentes niveles de desarrollo. Además, es una función esencial de los periodistas y medios priorizar aquellos argumentos que tengan la solidez ética necesaria para vincular el juicio moral con la realidad.

Magne (2014) destaca de Vygotski el valor que atribuye a la mediación lingüística en aquellos procesos de desarrollo ontogenético y en la evolución del aprendizaje humano en general. Por ello, es claro que cuando se participa en un proceso de aprendizaje en las aulas universitarias, sobre cursos de periodismo o cualquiera que sea la materia, debe conjugarse una serie de aspectos que se articulen dentro de un contexto social, que involucre los patrones de socialización, que deriven en actitudes y que finalmente configuran el resultado de ese proceso, sobre todo en periodismo que tiene una gran influencia en la sociedad.

La práctica permanente de actos responsables no es solo la voluntad de un individuo de querer actuar con ética, estos deben ser incorporados en el Plan de Estudios y en el ámbito universitario de manera prioritaria. El estudiante deberá tomar consciencia del rol que le compete cumplir en la vida social de su comunidad, para hacerla más justa y equitativa, y ello obliga practicar de manera permanente los aprendizajes éticos cuando perciba que la práctica constante de sus conocimientos y conceptos propios de su cultura logra motivaciones sobre la comunidad, teniendo en cuenta que hay alguien que lo necesita (Quintanilla, 1999). Esta es una de las razones y motivaciones importantes para pensar y hacer del aprendizaje ético en la universidad una necesidad imprescindible.

Para darle sentido a la vida universitaria, en el siglo de la técnica, de los técnicos y de los tecnicismos, el aprendizaje de la profesión corre el peligro de no llegar a la profundidad que se considera necesaria en la universidad de hoy. El estudiante universitario puede convertirse fácilmente, y casi sin darse cuenta, en un eslabón más de una cadena donde puede desarrollar su profesión pero que ha perdido el sentido de su quehacer. (Castells, 1997).

El aprendizaje de nivel y carácter universitario, en el sentido ético y moral, debería incluir el agrado de conocer la auténtica práctica y verdadera esencia de la profesión del periodismo, sentir que en el camino elegido el estudiante desarrollará las competencias necesarias para lograr ser un destacado profesional. Las facultades de periodismo de las universidades deben tener como objetivo principal, ofrecer las mejores condiciones educativas y convertirse en claustros de discusión permanente sobre temáticas profesionales que tengan como base lineamientos éticos.

Otro aspecto es ser consciente de su condición de estudiante universitario, que ha logrado cierto nivel de conocimientos. Los universitarios siempre han sido considerados como personas de buen juicio para decir y hacer, es apreciado como una persona que puede tomar buenas decisiones para su comunidad. La universidad desde su germinación se convirtió en un mecanismo de transformación y aquel que ha caminado por sus linderos ha logrado una transformación como persona de buena educación.

Dimensión Educativa

Para explicar la dimensión educativa del aprendizaje es necesario relacionar la importancia que tiene la difusión de contenidos con la asimilación de estos en los estudiantes de periodismo. En la medida que estén en contacto con los medios que les proporcionen datos sobre la realidad con mayor aproximación objetiva, o también un análisis desprovisto de intereses personales o de otra índole, será posible que esos contenidos se conviertan en parte de su formación y educación universitaria.

Habermas (1998) señala que:

Las estructuras de las imágenes del mundo que pueden explicarse no sólo psicológica, económica o sociológicamente, es decir, por medio de factores externos, sino que también pueden hacerse derivar de un incremento del saber, del que cabe hacer una reconstrucción interna. Ciertamente que los procesos de aprendizaje tienen que explicarse a su vez por medio de mecanismos empíricos; pero al propio tiempo están concebidos como soluciones de problemas, de modo que tienen que resultar accesibles a una evaluación sistemática en función de condiciones internas de validez. (p. 98)

Al respecto se debe tener en cuenta que el aprendizaje constructivista lleva a un estudiante a crear su conocimiento del mundo que lo rodea a partir de sus propios intereses, lo que deriva en la selección personalizada de los medios de comunicación que le importa consumir. En esta situación es el docente especializado el que va a guiar los intereses del estudiante y es este el que decide lo que le resulte relevante para lograr sus competencias, y desempeñarse en la profesión periodística.

Es importante destacar, para reforzar la afirmación de Habermas respecto a las imágenes del mundo, el postulado de Lippmann (1964), que los medios, a través de sus contenidos, generan puentes entre la realidad exterior y aquellas imágenes que vemos en nuestras mentes como una película que nos refiere esa realidad. Es decir que, a través de los medios, las personas aprenden a ver con la mente aquellos lugares alejados de su entorno personal y las acerca a aquellos lugares que antes no podía ver, oír o

recordar. El consumo de medios hace que se generen imágenes mentales del mundo cuando un individuo no alcanza, cuando logra comprender e interpretar los contenidos de los medios y convertirlos en aprendizajes.

Por su parte, la UNESCO (2017-2018) en su informe sobre las Tendencias Mundiales en Libertad de Expresión y Desarrollo de los Medios reafirma el rol educativo de los medios, esta vez con el uso de la tecnología, al señalar que la alfabetización mediática e informacional es cada vez más relevante, que ha tomado diferentes formas, con muchas especializaciones diferentes: alfabetización informacional, mediática, en noticias, en publicidad y digital, la educación mediática y, en años recientes, la alfabetización digital y mediática.

Igualmente, la UNESCO ha publicado extensas guías para periodistas sobre una variedad importante de temas, desde el periodismo sensible al conflicto hasta el periodismo de investigación, y ha elaborado planes de estudios en línea, para la formación en periodismo y un curso en línea de alfabetización mediática e informacional. Estas iniciativas contribuyen a mejorar el acceso y ampliar una idea y una práctica normativa del periodismo dado que multiplican la cantidad de periodistas formados, para que sean capaces de cubrir diversos temas contemporáneos complejos, y luego su trabajo repercute en la difusión de temas que los actores sociales necesitan como parte de su desarrollo y aprendizaje. (UNESCO, 2017-2018).

El uso y la aplicación de las herramientas tecnológicas en el proceso educativo, y en especial para los periodistas, no debe ser una alternativa sino una metodología obligatoria por las características actuales del perfil que debe tener. Ahora los estudiantes, nativos digitales, son individuos activos que exploran, descubren, y construyen conocimientos bajo un esquema de la teoría constructivista, en el que conjugan las experiencias que previamente se han tenidos, los intereses de cada persona, los estilos, ritmos y la interacción con otros actores sociales.

Desarrollar su rol educador es una de las principales funciones del periodismo en cualquiera que sea la plataforma: periódicos digitales, de papel, televisión o radio o multimedia, a fin de generar debates y discusión sobre temas controversiales, que den a la opinión pública además de información sobre la realidad de su entorno, elementos de juicio para tomar sus propias decisiones. Kovach (2012) señala que “el propósito fundamental del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos” (p. 12). Esta función forma parte de la educación para la convivencia en sociedad y la armonía necesaria para el desarrollo de los ciudadanos.

En todo proceso de comunicación desde los medios, los contenidos deben estar alineados con un conjunto de aprendizajes que incrementen las relaciones entre todos quienes forman parte de la comunidad y construya una buena comunicación, no solo en ámbito de las interrelaciones, sino también en el proceso de aprendizaje cotidiano.

Sanvisens (citado por Quiroz, 1997) señala que los medios de comunicación que cuentan en sus procesos con tecnología moderna, permiten que exista mayores y mejores posibilidades cumplir su rol educativo.

La Pedagogía de la Comunicación es un campo que vincula la educación, la tecnología y la comunicación y sus medios, desde una perspectiva interdisciplinaria. Implica una potenciación de la educación en cuanto a su carácter comunicativo y en cuanto a la utilización o aprovechamiento de los medios y, al mismo tiempo, una potenciación y perfeccionamiento de los medios, en cuanto a su dimensión cultural y formativa. (Sanvisens, 1988)

El autor plantea la idea que existen corrientes tanto en el ámbito de la Educación como en la Comunicación que buscan asociar de manera efectiva las acciones que desarrollan en cada una de estas disciplinas en favor de los estudiantes. Agregarle a este propósito los conceptos de las teorías de la educación da lugar a plantear que el conocimiento se puede construir de manera individual y colectivamente a través de aprendizajes significativos desde los medios de comunicación. Igualmente, la teoría del

constructivismo plantea que los procesos afectivos inherentes a todo proceso de aprendizaje, están involucrados en el desarrollo del conocimiento.

Mestres (2007) afirma que la relación entre educación y los medios de comunicación resulta interesante para el análisis y la discusión, porque ambas se complementan en sus funciones, debido a que están estrechamente vinculadas. La comunicación es un componente fundamental en la educación mientras que los medios cumplen una función educativa desde la difusión de sus contenidos. Existe una multiplicidad de canales de comunicación y recibimos abundante información que, algunas veces, nos genera confusión. Sin embargo, los educadores deben desarrollar materiales y herramientas para el trabajo en el aula, seleccionando aquella información útil y necesaria para que los estudiantes logren un aprendizaje significativo.

De otro lado, la organización de ideas y reflexiones de los estudiantes se generan de acuerdo con sus conocimientos que previamente han adquirido, establecidos por los intereses y la experiencia personal que traen a la universidad. A medida que exploran e interactúan en el ámbito universitario rico en estímulos, dirigen y regulan su propio accionar para construir, a través de procesos de negociación, su propia interpretación de la realidad con el significado que resulta de su propio análisis crítico y su autoaprendizaje y eso le proporciona un conocimiento significativo.

El análisis sobre las funciones conferidas a los medios de comunicación siempre ha sido un tema complejo y genérico que está inmerso en cualquier investigación sobre la comunicación. El estudio de las funciones que cumplen los medios de comunicación se ubica dentro de la corriente teórica del funcionalismo cuyo planteamiento de fondo se centra en las atribuciones que desarrollan para una comunicación masiva en la sociedad y que al final de ese proceso deja importantes influencias. (Wolf, 2000).

Al respecto, destacados investigadores como Lasswell, Merton, Lazarsfel y Charles R. Wright han expresado sus interpretaciones sobre las funciones de los medios, y a pesar de que sus planteamientos fueron hechos hace muchos años, siguen vigentes. En

efecto, se refiere a la función informativa, como prioridad, y a la interpretación de la realidad, que son aspectos básicos del quehacer periodístico. También se discute en diversos ámbitos sobre las posibilidades reales que tienen los medios para asignar estatus sociales y reforzar determinadas normas que la sociedad en general las asume como propias, incluso aquellas que están lejos de la propia realidad. Las alternativas que tienen los medios para dar cierta relevancia social a personas, grupos sociales, ideas, etc., ya no se discute. La función de difundir contenidos educacionales y culturales o cumplir un rol educativo se ha ampliado con la evolución de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC), (Gómez, 2017).

La función educativa de los medios de comunicación siempre ha estado presente a lo largo del tiempo. Su evolución ha determinado que cambien las formas de cómo difundir los contenidos, a través de diversas plataformas, pero no ha podido alterar las líneas funcionales inherentes al periodismo, una actividad dirigida a un público que siempre está en permanente atención de conocer lo que ocurre en su entorno y establecer relaciones sociales como consecuencia de la discusión de los temas que ocupan los espacios, configurándose de esta manera los efectos cognitivos.

Miró Quesada (1991) resalta que el periodismo ha sido el elemento más importante para generar reformas en la sociedad. Advierte que es justo reconocer que antes del periodismo habían ocurrido importantes reformas en el mundo; pero es asimismo indiscutible que después de la evolución que hay en el trabajo periodístico, se producen los grandes cambios sociales. La influencia de los medios de comunicación en la sociedad es uno de los factores que hace que esta evolucione, se genera, por tanto, un cambio que en algunos casos llega a ser determinante para las reformas que siempre son necesarias en un mundo dominado por la tecnología y la comunicación. La llamada sociedad de la información es, precisamente, consecuencia de cómo los medios transforman la sociedad.

La llegada y evolución permanente de las denominadas Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, ha generado grandes e importantes cambios en la

sociedad, alterando la forma cómo se difunde la información y el modo en cómo el público recibe esos contenidos y en esa relación subyace acciones de orientación y manipulación y almacenamiento de la información (Cabero, 1996). Sin dudas, las NTIC han llegado para crear nuevas formas de interrelación comunicativa, en la que los usuarios dejan de ser meros receptores, sino que también pueden interactuar y producir sus propios contenidos.

El periodismo seguirá cumpliendo su rol como lo ha hecho desde sus inicios y a lo largo de la historia: informar, educar y entretener. Dependerá de muchos factores que contextualizan el uso de los medios de comunicación para que esas funciones se cumplan a cabalidad en beneficio de la sociedad. La denominada era de la sociedad de la información del siglo XXI está envuelta en una serie de conflictos e intereses de todo orden social que hacen que esas funciones se ven opacadas por múltiples intereses, corresponde por tanto a las nuevas generaciones de periodistas cambiar ese complicado panorama. Hoy los medios de comunicación pertenecen a grandes consorcios económicos cuyo poder económico opaca el poder de los medios.

Dimensión Cognitiva

Los medios de comunicación tienen influencia, de alguna manera, en la vida de la sociedad a través de los contenidos que difunden, los mismos que generan conocimientos y estos a su vez diversas corrientes de opinión pública sobre temas de interés general y de aquellos que la rigurosidad periodística obliga a darle un tratamiento y transmitir, para el uso y consumo social de los actores; sin embargo, el análisis de este proceso de transmisión de noticias, no queda solo en la influencia sino también en el impacto que producen, sobre todo cuando se trata de la observancia de principios-ético deontológicos

En los últimos años hemos asistido a una revalorización de la dimensión cognitiva de la actividad pública de los medios de comunicación de masas que ya ha sido señalada por

algunos pioneros de la investigación comunicativa estadounidense, como Walter Lippmann o Robert Ezra Park. (Saperas, 1987, p. 17)

Los análisis que se han realizado sobre los efectos de los medios de comunicación de masas, señalan las funciones que estos cumplen como son las de informar, educar y entretener y en estas tareas hay, de manera intrínseca, un componente de conocimientos que se producen, en la medida que los consumidores de los medios buscan y asumen los contenidos con tanto interés como un compromiso personal o profesional de asimilar conocimientos de su entorno social.

Saperas (1987) afirma que la comprensión del público en la sociedad actual implica una consideración global de la comunicación y de los efectos cognitivos que esta produce. Por ello, el estudio de la dimensión cognitiva de la acción de los medios de comunicación de masas ha permitido superar el análisis de los efectos llevados a cabo fragmentariamente, esto es, sin su contextualización en el marco de un público cambiante sumido en una profunda transformación del sistema comunicativo y de los sistemas políticos, económicos y sociales. Estudios como la teoría de la Espiral del Silencio y de la Agenda Setting, aportan nuevos conocimientos en relación al comportamiento de los actores sociales.

Al final de ese proceso de comunicación que desarrollan los medios de comunicación se debe generar conocimientos que permitan a los ciudadanos valorar el trabajo de los medios, cumpliendo de esta manera una de las dimensiones inherentes al trabajo periodístico. Hay que señalar que ese conocimiento generado no debe ser superfluo, ni sobre temas banales, sino que más bien deben trascender en la opinión pública.

Saperas (1987) precisa que:

El hecho de que fueran los efectos cognitivos los primeros en ser descritos por parte de los pioneros de la investigación estadounidense no nos debe sorprender si tenemos en cuenta que las primeras consideraciones sobre los efectos se orientaron hacia el estudio de la noticia periodística; es decir, partieron de la consideración de la relación que se

establece entre la labor periodística, el acontecimiento relatado (referido a un fragmento de la realidad social) y la opinión pública. (p. 20)

Frazier y Gaziano (citado por Saperas, 1987) afirma que la noticia siempre se ha considerado como el formato periodístico que se encarga de contarle al mundo lo que ocurre. Mucho sobre el conocimiento de la historia y otras temáticas se ha logrado a través del periodismo, que se encarga de su difusión. Es así que existe lo que se denomina los efectos cognitivos de la noticia al definirla como una de las formas más básicas de conocimiento

De la misma manera que se ha considerado la noticia como el elemento base del conocimiento, se debe tener en cuenta que en el proceso de aprendizaje que genera el periodismo se deben determinar claramente los objetivos para la formación integral del periodista. Esto implica que en el planeamiento curricular exista una coherencia relacionada con los contenidos que se deben desarrollar a lo largo del proceso y que luego esos contenidos se traduzcan en conocimientos para los estudiantes.

Los contenidos deben elegirse de tal manera que permita a los participantes alcanzar las competencias actitudinales, conceptuales y procedimentales que lo conviertan en un profesional competente, con capacidad para tomar decisiones en ámbito laboral y en base a ello se logre alcanzar mejoras de carácter institucional. El conocimiento adquirido, por tanto, pasa a ser un elemento fundamental en esa etapa de la vida universitaria.

Rodríguez-Cruz (2013) señala que en la toma de decisiones inciden una serie de aspectos relacionados con los procesos cognitivos para el uso y manejo de la información y elección de los contenidos que mejor se acomoden a los modelos mentales de los estudiantes y que les sirva para su desarrollo personal. Aquí intervienen los conocimientos, las experiencias, las emociones, los valores, las aptitudes y actitudes, que al final son elementos que influyen en la conducta y personalidad. Tiene que darse una vinculación coherente entre los contenidos periodísticos que consumen los

estudiantes con sus posibilidades de desarrollar las competencias necesarias para elaborar productos periodísticos.

Cada persona al momento de recibir información de los medios de comunicación valora cada palabra, cada historia y está en la posibilidad de decidir si lo que ha recibido pasa a formar parte de su conocimiento o bagaje cultural. Es un proceso permanente que tanto medios como público deben realizar, pero que debe ser en beneficio de ambos. Es decir, los periodistas producen material periodístico, cuyo trabajo implica filtrar lo que es de interés general y que sea de utilidad a la opinión pública, captando una audiencia importante en términos de lectoría o sintonía; mientras que el público toma la decisión sobre cuáles temas que debe consumir, si luego quiere convertir ese consumo en conocimiento y tener mayores elementos de juicio para emitir una opinión.

Se genera un proceso mental y toma de decisiones que realizan los periodistas, cuando luego de reunir todos los datos necesarios para contar una historia llega el momento de decidir ¿Cómo quiero contar esta historia? ¿Cuál es el producto periodístico que voy a elaborar? Por otro lado, el público también realiza un proceso racional que lo lleva a tomar la decisión de cuáles contenidos consumir.

Al “producto” de este proceso podemos llamarlo información. Y la organización lógica y semántica interna y cognitiva de esta información nos permite atribuirle o negarle sentido. La modernidad occidental y la influencia de las ciencias definieron un sentido estrictamente racionalista, cognitivo y lingüístico para los procesos de construcción de sentido, asociado con el concepto de verdad y de lenguaje, en especial del científico (Vizer, 2009, p. 236).

La atribución o negación del sentido que se le da a la información que recibimos es, por un lado, la transformación de esos datos y revelaciones de la realidad en conocimientos que tengan utilidad; o, de otro lado, el rechazo a contenidos que no cumplen con los rigores del verdadero quehacer periodístico. Siempre existirá la necesidad, por tanto, de elegir aquellos contenidos, cuya información favorezca el aprendizaje de los estudiantes.

1.2.2.1. Conocimiento

Es de vital importancia procesar los contenidos que se recibe desde los medios de comunicación en conocimientos significativos que den a su vez lugar a los aprendizajes significativos, de esta manera el periodismo cumpliría una de sus principales funciones. Por tanto, el conocimiento hay que entenderlo en su real dimensión como base del desarrollo de la persona y por tanto de los estudiantes de periodismo.

Hessen (1926) refiere que:

Conocer significa aprehender espiritualmente un objeto. Esta aprehensión no es por lo regular un acto simple, sino que consta de una pluralidad de actos. La conciencia cognoscente necesita dar vueltas, por decirlo así, en torno a un objeto, para aprehenderlo realmente. Pone su objeto en relación con otros, lo compara con otros, saca conclusiones, etcétera. Así hace el especialista, cuando quiere definir su objeto desde todos los puntos de vista. (p.49)

El conocimiento se procesa por la presencia de una realidad de interés público y que debe ser de comprensión de quienes se ocupan de ella, como son los periodistas, que luego de producir la información sobre esa realidad, utilizan las diversas plataformas para difundir el producto de su elaboración. Y es a través de los periódicos digitales seleccionados por el docente en una facultad de Ciencias de la Comunicación, que esos contenidos deberían ser parte del conocimiento de los estudiantes, como complemento de su preparación en las aulas universitarias, que les permita alcanzar, en principio competencias deseables y que luego al convertirse en periodistas profesionales las desarrollarán con éxito en el mercado laboral.

Hessen (1926) afirma que la Teoría del Conocimiento es una explicación e interpretación filosófica del conocimiento humano. Pero antes de filosofar sobre un objeto es menester examinar escrupulosamente este objeto. Una exacta observación y descripción del objeto debe preceder a toda explicación e interpretación. Hace falta,

pues, en nuestro caso, observar con rigor y describir con exactitud lo que llamamos conocimiento, este peculiar fenómeno de conciencia.

La propuesta de Hessen se aplica a esta investigación, en razón a que la observación y descripción de la realidad que hacen los periodistas debe ser exacta como establecen los códigos éticos y deontológicos. De ahí se deriva el verdadero conocimiento y análisis de la sociedad por parte de los redactores y de los lectores, quienes a su vez utilizan esos contenidos para su desarrollo personal.

Esto debe ser, igualmente, una práctica permanente de los estudiantes de periodismo que deberán estar siempre en contacto con los medios y de esa manera adquirir un conocimiento necesario que lo lleve a desarrollar sus propias competencias profesionales al producir material periodístico desde esa observación y análisis de la realidad social que lo rodea.

El conocimiento humano recibe su sentido y su valor de éste su destino práctico. Su verdad consiste en la congruencia de los pensamientos con los fines prácticos del hombre, en que aquéllos resulten útiles y provechosos para la conducta práctica de éste. Según ello, el juicio: "la voluntad humana es libre" es verdadero porque -y en cuanto- resulta útil y provechoso para la vida humana y, en particular, para la vida social. (Schunk, 2012, p. 23).

El conocimiento derivado de los contenidos periodísticos supone la percepción de imágenes, representaciones que deben ser objetivas, en la medida en que definen las características de un hecho, un fenómeno o una realidad. Sin embargo, el periodista puede asumir una interpretación de esa realidad y explicarla desde una perspectiva propia, desprovisto de algún interés que invalide esa interpretación, es decir con la máxima honestidad.

No solo se debe analizar la adquisición de conocimientos de competencia profesional, sino todos aquellos que son válidos para responder a las demandas del contexto social, debido a que uno de los principios de las universidades es la formación integral de los

estudiantes lo que implica también una preparación de adaptación social, ahí radica la importancia de consumir contenidos que no aporten al verdadero conocimiento.

Schunk, (2012) afirma que:

Al observar a los demás, las personas adquieren conocimiento, reglas, habilidades, estrategias, creencias y actitudes. Los individuos también aprenden la utilidad e idoneidad de las conductas y las consecuencias de las conductas modeladas a partir de la observación de modelos, y actúan de acuerdo con las capacidades que consideran tener y conforme a los resultados esperados de sus acciones. El diálogo inicial muestra una aplicación del modelamiento en la instrucción. (p. 132)

El autoanálisis en la vida universitaria de los jóvenes tiene importancia de primer nivel, porque les proporciona los elementos de juicio necesarios para que tomen sus propias decisiones con respecto a su desempeño profesional y a su futuro. Asumir nuevos conocimientos siempre es un reto y como aplicarlos implica una gran responsabilidad, habrá quienes puedan vencer los obstáculos, sin ninguna dificultad, en base a las competencias adquiridas. Allí radica, por tanto, la adecuada preparación de los futuros periodistas.

También señala Schunk (2012) que los estudiantes están en permanente observación de lo que hace y no hace el docente y sus compañeros, lo que le sirve como ejemplo y modelos de aprendizaje. Las técnicas de lectura que realizan en las aulas, por ejemplo, las aprenden a través de procedimientos que les permite captar y tomar conocimiento de las ideas principales de un texto. Eso se convierte en una estrategia para mejorar su aprendizaje, en un ambiente en el que ya no está rodeado del docente y compañeros y se da cuenta que puede desarrollar su propia técnica.

Por ello, tiene que darse cuenta que al igual que los contenidos de cualquier tema, los conocimientos se relacionan en forma inequívoca con los argumentos, por ello su construcción y estructuración requiere de un estricto cuidado y sobre todo dominio, esto significa que los editores de los periódicos digitales y quienes estén abocados a la

producción de material periodístico deben estar empoderados, con conocimientos que se relacionen con la realidad y las demandas sociales que sus necesidades le imponen a cada comunidad. Cada persona, igualmente, tiene la necesidad de conocer sobre algo muy puntual que contribuya a su desarrollo social y cognitivo.

1.2.2.2. Actitudes

Las actitudes entendidas como la predisposición de los estudiantes, tienen importancia en la investigación, por tanto, se trata de conocer las repercusiones que tienen los contenidos de los periódicos digitales en los estudiantes consumidores, teniendo como premisa que los medios de comunicación tienen una importante influencia en diferentes aspectos de la vida. Esto es consecuente con el planteamiento de que, efectivamente, la forma de presentar los contenidos en los medios, a través de los géneros periodísticos, suscitan cambios en las actitudes de los estudiantes.

Al respecto Bandura (1974) señala:

Los modelos simbólicos se distribuyen en las películas, la televisión y otras exhibiciones audiovisuales y o suelen acompañarse de instrucciones directas al observador de hecho, los medios audiovisuales de masas ejercen, hoy por hoy, una gran influencia en las pautas de conducta social. Como la mayoría de los jóvenes pasan mucho tiempo expuestos a modelos plásticos, sobre todo a través de la televisión. (p. 46)

La enorme influencia que ejercen los medios sobre los jóvenes es producto de la concurrencia de varios factores. En la actualidad la utilización de los medios digitales, especialmente la computadora personal, el celular y otros dispositivos electrónicos hacen las veces del educador, lo que lleva a pensar que, si se elige de manera adecuada los contenidos, el resultado sería diferente en favor de una buena educación.

Los medios de comunicación aportan a la generación de actitudes y es en ese sentido que Allport (1935) afirma que “la actitud es un estado mental y nervioso de preparación, organizado a través de la experiencia, que ejerce una influencia directa o dinámica sobre

la respuesta del individuo a todos los objetos y situaciones con los que está relacionada” (p. 810). Entonces se podría decir que hay una relación directa entre las actitudes de los consumidores habituales de medios de comunicación y los contenidos que desde allí se difunden. Es así que, los estudiantes de periodismo al estar en permanente contacto con los periódicos digitales obtendrían, guiados por el docente-periodista, conocimientos importantes sobre la forma y fondo de la constitución de un medio digital.

Es mediante las actitudes que los estudiantes disponen de una capacidad de aprendizaje para ordenar y priorizar su relación con su entorno social buscando siempre que satisfacer su necesidad de crecimiento al tener con claridad una visión del mundo que los rodea. Las actitudes ayudan a entender y asimilar las informaciones y contenidos que transmiten los medios, que algunas veces pueden resultar complejos, ambiguos e impredecibles o contradictorias al modelo de vida del estudiante.

Por otra parte, la tasa y el nivel de aprendizaje se darían en función del tipo de presentación del modelo simbólico, ya que una acción real puede proporcionar señales mucho más relevantes y claras que las que se transmiten por descripción verbal. Por ello, las instrucciones de los padres a los hijos sobre cómo tienen que portarse influyen quizá mucho menos en su conducta social que los medios de comunicación audiovisual de masas, a menos que los padres exhiban, como modelos, una conducta en consonancia con las instrucciones que dan. (Bandura, 1974)

El estudio de las actitudes está muy relacionado al resultado que puede dar el consumir los contenidos de los medios. Los estudiantes de periodismo al hacer este ejercicio de manera permanente podrían obtener nuevos conocimientos y actitudes frente a la realidad que forma parte de su entorno social. Ello le permitirá luego desarrollar un trabajo periodístico acorde con esas características sociales que va descubriendo día a día en su permanente contacto con los medios.

En un mundo globalizado, cualquier análisis que se derive de los medios no puede soslayar la gran influencia que estos tiene en los actores sociales, que se sienten

presionados por un constante bombardeo de la publicidad, que en mayor o menor grado afecta conductas y comportamientos que luego derivan en cambios de actitudes.

En un planeta atravesado por los medios de comunicación de masas, en una sociedad mediática global, donde se confunden los términos repetir y demostrar, la constante incidencia subliminal relativa a la valoración ética que merecen determinadas actitudes y comportamientos facilita que éstas sean percibidas como “verdades universales evidentes”. Y pocas cuestiones resultan más difíciles de combatir, o aún de modificar, que aquellas percibidas como evidentes. (Vásquez, 2003, p.7)

Por tanto, el análisis de los medios de comunicación en un mundo globalizado debe aclarar lo que para muchos puede ser una pseudo verdad, producto de un consenso en el ámbito virtual de gente interesada en que una falsedad o media verdad se convierta en una verdad universal. Ello lleva a la aparición de gente interesada en aprovechar las falencias de la gente, que, al momento de navegar por la Internet, no acostumbra a leer o lee poco y mal y no tiene el rigor de investigar con mayor detenimiento y asume mucha información sin algún cuestionamiento.

Eso implica también que los estudiantes de periodismo asuman un rol protagónico en su preparación y que el consumo de medios sea de una manera analítica y crítica, advertidos de una corriente publicitaria globalizada que irrumpe sin miramientos en sociedades predispuestas a obedecer patrones que no corresponden a su entorno cultural cambiando actitudes y que afectan su desarrollo.

1.2.2.3. Interacciones comunicativas

Existen diversos mecanismos de interacción comunicativa, entre los que se destaca aquel que se realiza entre los periódicos digitales y los consumidores de estos medios, relación que caracteriza la moderna forma como el periodismo se ocupa de cubrir los hechos noticiosos y brindarlos al público con hipertextos, interactividad y multimedialidad. Se da, por tanto, una comunicación entre quienes producen los contenidos de los

periódicos digitales y los cibernautas, y luego entre estos últimos, que no necesariamente es *face to face*, sino a través de la Internet.

Habermas (1998) precisa:

La interacción con las otras personas deja franco el camino para la inserción del sujeto, por vía constructiva, en el «sistema de normas morales» socialmente reconocidas. Los mecanismos de aprendizaje, que son la adaptación y la acomodación, operan de forma específica a través de estos dos tipos de acción. La interacción entre sujeto y objeto modifica a ambos, es a fortiori evidente que toda interacción entre sujetos individuales modifica mutuamente a éstos. (p. 102)

El autor señala que las interacciones entre los sujetos modifican comportamientos y actitudes en ambos sentidos y es así como una interacción es indefectiblemente entre dos o más personas que luego de intercambiar sus discursos comunicativos generan alguna influencia en el otro.

En el proceso de comunicación social, en el que intervienen los periódicos digitales, se debe tener en cuenta el componente social, que lleva a los individuos a interactuar con otros desde la perspectiva de los contenidos que difunden los medios. Allí radica la importancia, sobre los contenidos, lenguaje, temática y otros indicadores que consume el público y son interiorizados. Debe quedar sentado, entonces, que la producción periodística debe ser aquella que reúna característica de calidad profesional, que permita una mejora de las interacciones comunicativas en los consumidores.

Una premisa esencial, referida a cuestiones sociales y culturales, es que los medios de comunicación se dedican principalmente a la producción y distribución de conocimiento que nos capacita para encontrar sentido a nuestra experiencia del mundo social, aunque esta “comprensión” ocurra de maneras muy diversas y con relativa autonomía. La información, imágenes e ideas suministradas por los medios pueden ser, para mucha gente, la fuente principal de conciencia de un pasado común (historia) y de su posición social actual. (McQuail, 1994, p. 116)

Efectivamente, esta posición de McQuail está en concordancia con la teoría de la Agenda Setting, de Maxwell Mc Combs, que concluye en la importancia que tienen los contenidos de los medios de comunicación en el público consumidor. Es decir, los medios les dan a los públicos temas de discusión y debate; y a la vez los identifica como parte de un entorno social que refleja una práctica de lectura habitual y les permite generar mayores interacciones comunicativas que aquellos que no han estado en contacto con los medios.

Igualmente, el lenguaje que se utiliza en los medios de comunicación, que incluye a los periódicos digitales, forma parte de esa manera de interrelacionarse entre los consumidores a través de sus interacciones comunicativas. En una conversación doméstica o en un contexto cualquiera, salta a la vista el nivel de manejo del lenguaje de los interlocutores, más aún cuando se trata de temas específicos profesionales, especialmente para los periodistas que son vistos por la sociedad como especialistas de la comunicación oral y escrita.

La ciencia del texto pretende explicar cómo a través de estructuras textuales especiales, los individuos y grupos adoptan y elaboran determinados «contenidos» y cómo esta información lleva a la formación de deseos, decisiones y actuaciones (...) costumbres, reglas, normas, convenciones y valores se forman o transforman debido a las informaciones del texto. (Van Dijk, 1992, p.21)

Debe quedar sentado que el buen uso del lenguaje que lleva a una acción social y, por tanto, a una interacción comunicativa resulta de lo más importante para el análisis de los contenidos de los periódicos digitales y sus implicancias en el aprendizaje de los estudiantes de periodismo. La interacción comunicativa, o la aplicación de las competencias blandas, debe ser una práctica permanente de los estudiantes que, ciertamente, pueden mejorar sus niveles de empatía con otros actores sociales, desde el conocimiento de los hechos políticos, sociales y económicos que son noticia y que deben formar parte de su interés.

1.3. Definición conceptual de las variables e indicadores

1.3.1. Variable independiente: Los contenidos de los periódicos

Contenidos. Conjunto de temas o acontecimientos que aparecen de forma continua, permanente en los medios de comunicación y son fácilmente agrupables dentro de grandes temas o categorías. (Shaw, 1977, p. 30)

1.3.2. Indicadores de la variable independiente

Temática. Los acontecimientos impredecibles y ocasionales (events) que cada día acontecen en la sociedad, son temas que van renovando los temas fijos mencionados antes, y que a veces ocupan un periodo de tiempo limitado, con un inicio y un final, y otras veces se instalan permanentemente en las agendas convirtiéndose en temas fijos o issues. (McCombs & Weaver, 1973, p. 37)

Géneros. Los géneros aparecen cuando en un diario se observa la posibilidad de utilizar el lenguaje de diversas formas. La configuración de los géneros es fruto de la evolución del periodismo y contribuyen a una asimilación rápida de la realidad, con una serie de pautas que permiten al periodista interpretar rápida y sucesivamente la realidad; fijan los criterios mínimos de trabajo periodístico. (Gomis, 2004, p. 44)

Lenguaje. Para (Chomsky, 2010) el lenguaje humano nos permite expresar infinidad de ideas, informaciones y emociones. Es una construcción social que no para de evolucionar. La sociedad va marcando las pautas sobre las normas y usos comunes del lenguaje, tanto en su versión oral como en la escrita. Poco a poco, se asimilan las reglas y recurrencias del idioma, con cada vez menos errores y usando con propiedad el amplio abanico de posibilidades que brinda el lenguaje.

1.3.3. Variable dependiente: aprendizaje de los estudiantes

Aprendizaje. El aprendizaje se observa a través de sus productos o resultados y se evalúa con base en lo que la gente dice, escribe y realiza. Implica un cambio en la capacidad para comportarse de cierta manera, ya que a menudo las personas aprenden habilidades, conocimientos, creencias o conductas. (Schunk, 2012, p. 18).

1.3.4. Indicadores de la variable dependiente

Conocimiento. El conocimiento puede definirse como una determinación del sujeto por el objeto. Pero lo determinado no es el sujeto pura y simplemente, sino tan solo la imagen del objeto en él. Esta imagen es objetiva, en cuanto que lleva en sí los rasgos del objeto. Constituye el instrumento mediante el cual la conciencia cognoscente aprehende su objeto. (Hessen, 1925, p. 13)

Actitud. Sivacek, J. & Crano (citados por Allport, 1961) señalan que las actitudes son las predisposiciones a responder de una determinada manera con reacciones favorables o desfavorables hacia algo. Las integran las opiniones o creencias, los sentimientos y las conductas, factores que a su vez se interrelacionan entre sí. Las opiniones son ideas que uno posee sobre un tema y no tienen por qué sustentarse en una información objetiva.

Interacciones comunicativas. La acción comunicativa es toda acción social que está orientada al entendimiento entre los participantes en el proceso comunicativo, actúa sobre todas las funciones del lenguaje, su objetivo es el entendimiento. El concepto de acción comunicativa “obliga a considerar también a los actores como hablantes u oyentes que se refieren al mundo objetivo, social y subjetivo, y se entablan recíprocamente pretensiones de validez que pueden ser aceptadas o ponerse en tela de juicio.” (Habermas, 1989, p. 493). El principal objetivo de la interacción comunicativa es el entendimiento, por tanto, se debe priorizar siempre el uso del lenguaje periodístico con la claridad y esmero que un verdadero entendimiento implica.

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Hipótesis

2.1.1. Hipótesis general:

Los contenidos de los periódicos digitales por presentar resúmenes, tienen efecto positivo en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur.

2.1.2. Hipótesis específicas

- La temática de los periódicos digitales por ser apropiada, tiene efecto positivo en los conocimientos de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur.
- Los géneros de los periódicos digitales por ser diversificados tienen efectos positivos en las actitudes de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur.
- El lenguaje de los contenidos de los periódicos digitales por ser coloquial, tiene efecto positivo en las interacciones comunicativas de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur.

2.2. Variables

2.2.1. Variable Independiente X : Contenidos de los periódicos digitales.

- X₁ Temática,
- X₂ Géneros,
- X₃ Lenguaje.

2.2.2. Variable Dependiente Y: Aprendizaje de los estudiantes.

Y₁ Conocimiento,

Y₂ Actitudes,

Y₃ Interacciones comunicativas.

2.3. Matriz de la Definición Operacional de Variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Sub Indicadores
Variable Independiente CONTENIDOS	Los enfoques de la teoría de la información (Shannon y Weaver, 1949) dieron origen a un discurso diferente sobre contenidos mediáticos. Sus raíces se entremezclan con el modelo básico de la transmisión que concibe la comunicación como la transferencia intencionada de información desde un emisor a un receptor mediante unos canales expuestos a ruidos e interferencias. La comunicación (de contenidos) se juzga en función de la eficiencia y eficacia en lograr la transferencia prevista. (McQuail, 1994, p. 380).	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicativa • Lingüística. • Social. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contenidos mediáticos. • Modelo básico de transmisión. • Transferencia intencionada de información. • Eficiencia y eficacia en lograr la transferencia prevista. 	
X ₁ TEMÁTICA	Es el conjunto de temas o acontecimientos que van a formar parte de las agendas, principalmente la de los medios. "Un tema se define como un problema social, a menudo conflictivo, que ha aparecido y es cubierto por los medios de comunicación". Algunos autores otorgan una relevancia complementaria o añadida a este concepto al aplicarlo a los ámbitos políticos y reflejarse posteriormente en los medios de comunicación. (Dearing y Rogers, 1996, p.3).	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicativa • Lingüística. • Social. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conjunto de temas o acontecimientos. • Forma parte de las agendas. • Problemas sociales. • Relevancia. • Medios de Comunicación. • Ámbito político. 	
X ₂ GÉNEROS	Los géneros responden a la necesidad de dar forma a una expresión El periodismo como método de interpretación sucesiva de la realidad social se comunica adecuadamente a través de una serie de gamas, de filtros, de convenciones comunicativas o de fórmulas de redacción que nombramos géneros periodísticos... Los medios se esfuerzan para diferenciar el tratamiento que dan a los textos según los géneros, y los géneros según las funciones que cubren". (Gomis, 2008, pág. 87).	<ul style="list-style-type: none"> • Expresiva • Interpretaciones • comunicativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Formas de expresión. • Interpretación. • Convenciones comunicativas. • Tratamiento. • Funciones. 	

<p style="text-align: center;">X₃ LENGUAJE</p>	<p>El lenguaje humano nos permite expresar infinidad de ideas, informaciones y emociones. Es una construcción social que no para de evolucionar. La sociedad va marcando las pautas sobre las normas y usos comunes del lenguaje, tanto en su versión oral como en la escrita. Poco a poco, se asimilan las reglas y recurrencias del idioma, con cada vez menos errores y usando con propiedad el amplio abanico de posibilidades que brinda el lenguaje. (Chomsky, 2010).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lingüística. • Motivacional • Cognitiva 	<ul style="list-style-type: none"> • Expresa infinidad de ideas, informaciones y emociones. • Es una construcción social. • Normas y usos comunes. • Reglas y recurrencias del idioma • Abanico de posibilidades. 	
<p style="text-align: center;">Variable Dependiente APRENDIZAJE</p>	<p>El aprendizaje es un cambio perdurable en la conducta o en la capacidad de comportarse de cierta manera, se manifiesta a través de la práctica constante y permanece en el tiempo, por lo que se excluye los cambios temporales en las conductas. También ocurre por medio de las experiencias al practicar y observar a los demás. El lenguaje es un ejemplo de que la interacción social con otros individuos ejerce una fuerte influencia en sus logros de aprendizaje. (Schunk, 2012, p. 4).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ética. • Educativa • Social 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio perdurable. • Capacidad de comportarse. • Práctica constante y permanente. • Por medio de las experiencias. • Interacción social. • Logro de aprendizaje. 	
<p style="text-align: center;">Y₁ CONOCIMIENTO</p>	<p>Es el resultado del aprendizaje, es más que el producto final del aprendizaje previo: también guía nuevos aprendizajes. El conocimiento determina en gran magnitud lo que atendemos, percibimos, aprendemos, recordamos y olvidamos. Según el enfoque cognoscitivo, el conocimiento se aprende y los cambios en este último hacen posibles los cambios en el comportamiento. Este enfoque incluye la comprensión de materias específicas. (Woolfolk, 2010, p. 236).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lingüística • Educativa. • Ética. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultado del aprendizaje. • Guía nuevos aprendizajes. • Determina lo que atendemos, percibimos, aprendemos, recordamos y olvidamos. • Cambios en el comportamiento. • Materias específicas. 	

<p style="text-align: center;">Y₂ ACTITUD</p>	<p>Según la psicología, la actitud es el comportamiento habitual que se produce en diferentes circunstancias. Determinan la vida anímica de cada individuo, están patentadas por las reacciones repetidas de una persona. Contribuye a determinar una variedad de comportamientos.</p> <p>La formación de actitudes favorables es uno de los objetivos de la educación. Es la manifestación o el ánimo con el que frecuentamos una determinada situación, puede ser a través de una actitud positiva o actitud negativa. (Allport, 2010, p. 148).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Educativa. • Ética. • Social. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento habitual. • Determina la vida anímica. • Reacciones repetidas de una persona. • Determina una variedad de comportamientos. • Objetivos de la educación. • Ánimo con el que frecuentamos una situación. • Actitud positiva. • Actitud negativa. 	
<p style="text-align: center;">Y₃ INTERACCIÓN COMUNICATIVA</p>	<p>Es toda acción social que está orientada al entendimiento. Actúa sobre todas las funciones del lenguaje, su objetivo es el entendimiento e influye sobre los tres mundos (físico, intersubjetivo y objetivo-colectivo). El acuerdo entre los participantes es más bien conducido por el proceso comunicativo una vez que se ha producido el entendimiento. Habermas afirma que ese entendimiento viene dado por la racionalidad inmanente al lenguaje y aplica la teoría de los actos de habla para seguir edificando su concepto de acción comunicativa. (Habermas, 1998)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ética. • Social. • Lingüística. • Comunicativa • Ética 	<ul style="list-style-type: none"> • Toda acción social. • Orientada al entendimiento. • Actúa sobre las funciones del lenguaje. • Su objetivo es el entendimiento. • Proceso comunicativo. • Racionalidad inmanente al lenguaje. 	

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Población y muestra

3.1.1. Población

Para desarrollar la investigación se han considerado varios “universos” o “poblaciones”, con el criterio de realizar un abordaje integral del objeto de estudio, vale decir efectuar una mirada desde los diferentes aspectos que las variables de estudio implican:

3.1.1.1. Periódicos digitales.

3.1.1.2. Editores de los periódicos digitales.

3.1.1.3. Universidades de Lima Sur.

3.1.1.4. Sujetos de estudio – Estudiantes.

3.1.1.5. Producto comunicativo.

3.1.2. Muestra

Para la selección de las muestras se han utilizado diferentes criterios de selección: Selección Aleatoria Sistemática, Selección No Aleatoria por Conveniencia, por Juicio, Selección Estadística de Afijación Proporcional, dependiendo del tamaño de la población

3.1.2.1. Muestra N° 1 Periódicos Digitales

Se considera que la población o universo es “finito”, en razón a estar constituido por periódicos digitales, se determina seleccionar la muestra con criterio Aleatorio Sistemático, denominado también K-ésimo, para el efecto se consideró a su vez una Tabla de Números Aleatorios:

La fórmula del K-ésimo es la siguiente: $K = N/n$, donde:

N= Universo	20
n= Unidades muestrales a seleccionar	4
K= 20/4	K= 5

Considerando que el K-ésimo es 5, se han seleccionado cuatro unidades muestrales con un intervalo de cinco periódicos digitales, como figura en la Tabla N°1:

Tabla N° 1

perú.com	Editor Periodístico Ernesto Cegarra	https://peru.com/
canaln.pe	Editor de Noticias Diego Peralta Murias	https://canaln.pe/
andina.pe	Editora WEB Maricella Arias Morales	https://elperuano.pe
gestion.pe	Director Periodístico Julio Lira Segura	https://gestion.pe
elcomercio.pe	Editor WEB Carlos Salas	https://elcomercio.pe
depor.com	Director Periodístico Guillermo Denegri	https://depor.pe
radionacional.com.pe	Gerencia de Radio Francisco Mejorada	www.radionacional.com.pe
diariocorreo.pe	Editor General Francisco Cohello	ediciondigital.correo.pe
ojo-publico.com	Director Óscar Castilla	ojo-publico.pe
larepública.pe	Editor General Web Juan Bendezú Huapaya	https://larepublica.pe/
eltrome.pe	Editora Web Marilyn Corrales	https://trome.pe/
elmundo.es	Editor Web Vicente Ruiz	https://www.elmundo.es
clarín.com	Editor Web Ricardo Kirschbaum	https://www.clarin.com
emol.com	Editor General Arturo León	http://diario.elmercurio.com
rpp.pe	Editor Web Joaquín Ortiz	https://rpp.pe
eltiempo.com	Editor Web Danny Galván	https://www.eltiempo.com
cnnspanol.cnn.com	Web Editor Mar Pichel Montes	https://cnnspanol.cnn.com/
elpaís.es	Jefe Redacción Online Ossiel Villada	https://elpais.com
telemundo.com	News Editor Edder Molina	https://www.telemundo.com/noticias
elperuano.pe	Editora Web Maricella Arias	https://elperuano.pe
	TOTAL	20 Periódicos

3.1.2.2. Muestra N° 2 Editores de los periódicos digitales

El criterio de selección es No Probabilístico por Juicio, en consecuencia, se elige a los editores de los periódicos digitales seleccionados en la tabla anterior (ver Tabla 1).

- elcomercio.pe : Diego Peralta Murias.
- larepública.pe : Juan Bendezú Huapaya.
- rpp.pe : Joaquín Ortiz Rivarola.
- elperuano.pe : Maricela Arias Morales.

Para enriquecer el trabajo de campo a su vez se ha considerado como parte de la muestra a dos profesionales expertos en Periodismo Digital: Gisela Salmón Salazar y Juan Carlos Luján Zavala.

3.1.2.3. Muestra N° 3 Universidades Privadas de Lima Sur

El criterio de selección de la Muestra por tratarse de una población “finita”, es el No Probabilístico por Conveniencia o por Juicio, en consecuencia, se selecciona a las universidades privadas de Lima Sur que cuentan con una Facultad de Ciencias de la Comunicación y en las que se imparte las asignaturas de periodismo:

- Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Científica del Sur.
- Universidad de San Martín de Porres.
- Universidad San Ignacio de Loyola.

3.1.2.4. Muestra N° 4 Sujetos de estudio – Estudiantes.

En el caso de los sujetos de estudio, se ha considerado a los estudiantes de las universidades privadas del sur de Lima previamente seleccionadas, de los cursos de periodismo, para el efecto se utiliza la siguiente fórmula de Afijación proporcional:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N-1) + Z^2 pq}$$

n = Tamaño de la muestra.

N = Población o universo.

Z = Nivel de confianza 95%, cuyo valor es 1,96 extraída de la tabla de Desviación normal.

P = 0,9 Nivel de Éxito (Probabilidad a favor).

q = 0,1 Nivel de Fracaso.

e = Margen de Error = 0,05.

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

Estudiantes matriculados 2017-I: 5200.

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,90 \cdot 0,10 \cdot 5200}{0,00^2 (5200 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,90 \cdot 0,10}$$

n = 134.20

n = 134

Universidad de San Martín de Porres

Estudiantes matriculados 2017-I: 4500.

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,90 \cdot 0,10 \cdot 4500}{0,00^2 (4500 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,90 \cdot 0,10}$$

n = 132.60

n = 132

Universidad San Ignacio de Loyola,

Estudiantes matriculados 2017-I: 1100.

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,90 \cdot 0,10 \cdot 1100}{0,00^2 (1100 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,90 \cdot 0,10}$$

n = 134.88

n = 134

Universidad Científica del Sur,

Estudiantes matriculados 2017-I: 600.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,90 \cdot 0,10 \cdot 600}{0,00^2 (600 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,90 \cdot 0,10}$$

$$n = 112,54$$

$$n = 112$$

Se han seleccionado 500 muestras, considerando la suma total de las muestras redondeadas de cuatro universidades.

3.1.2.5. Muestra N° 5 Producto Comunicativo

Para la muestra del producto comunicativo se construye el Corpus Analítico, considerando los periódicos seleccionados con el K-ésimo; es así que se elige un total de cuatro ediciones por semana, haciendo un total de 16 en el periodo comprendido entre el 27 y 30 de noviembre del 2018.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos diseñados para la investigación, como la encuesta dirigida a los estudiantes (sujetos de estudio), de las universidades privadas del sur de Lima, de los cursos de periodismo; la entrevista a los editores de los diarios digitales, y el análisis estructural semiótico de los periódicos digitales; se presentan como a continuación se detalla:

4.1. Resultados de las Encuestas

Tabla N° 2 ¿Consideras que los contenidos de los periódicos digitales son adecuados para tu formación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada adecuados	8	1,6	1,6	1,6
	Poco adecuados	36	7,2	7,2	8,8
	Regularmente adecuados	212	42,4	42,4	51,2
	Adecuados	210	42,0	42,0	93,2
	Muy adecuados	34	6,8	6,8	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

1.¿Consideras que los contenidos de los periódicos digitales son adecuados para tu formación?

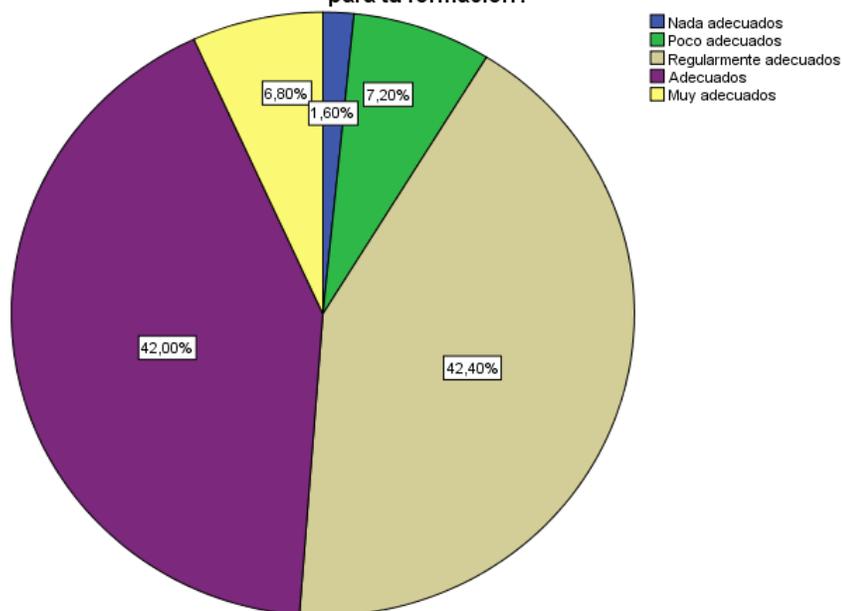


Gráfico N°1
Fuente Propia (2018)

Los estudiantes consultados en un porcentaje por debajo de la mitad consideran que los contenidos de los periódicos digitales son regularmente adecuados, estas respuestas corresponden a jóvenes de ciclos superiores, en su mayor porcentaje varones, de otro lado un porcentaje similar opina que son adecuados, en razón a que los contenidos son abordados teniendo en cuenta aspectos como el resumen, ideas centrales, argumentos que responden a sus necesidades de información, y sus expectativas, solo un porcentaje inferior a la décima parte considera que son poco adecuados.

Tabla N° 3 ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales son una transferencia interesada de información?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	1,6	1,6	1,6
	En desacuerdo	29	5,8	5,8	7,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	181	36,2	36,2	43,6
	De acuerdo	274	54,8	54,8	98,4
	Totalmente de acuerdo	8	1,6	1,6	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

2. ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales son una transferencia interesada de información?

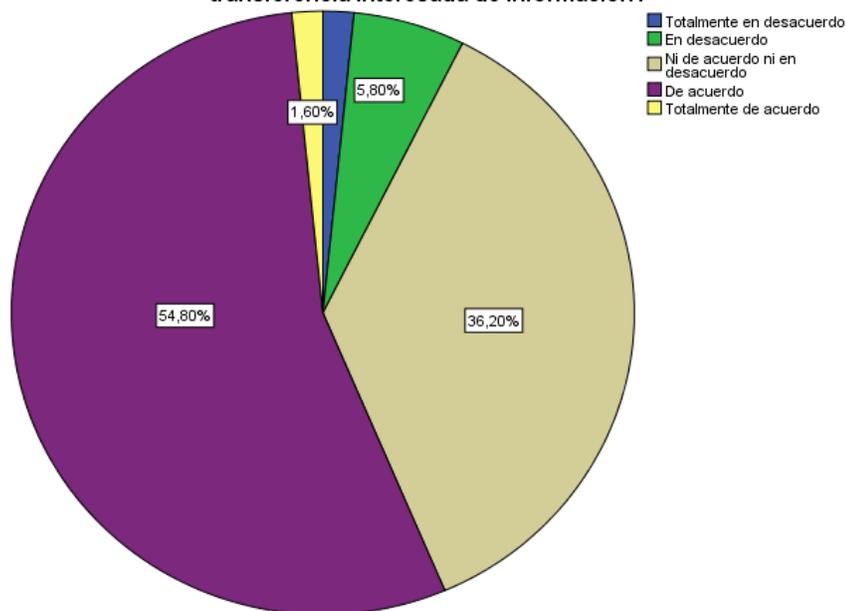


Gráfico N°2
Fuente Propia (2018)

Más de la mitad de la población consultada opina estar de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales son transferencia interesada de información, considerando que son los responsables de la edición los que generan los contenidos, en tanto que un porcentaje por encima de la tercera parte considera no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, es respuesta asumen que es el periódico que asume una transferencia interesada en llegar a los actores sociales, o interesada en generar opinión pública, solo un porcentaje muy insignificante considera estar totalmente en desacuerdo.

Tabla N° 4 ¿En qué grado se logra la transferencia prevista en la comunicación de contenidos de los periódicos digitales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	16	3,2	3,2	3,2
	Bajo	47	9,4	9,4	12,6
	Medio	310	62,0	62,0	74,6
	Alto	122	24,4	24,4	99,0
	Muy alto	5	1,0	1,0	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

3. ¿En qué grado se logra la transferencia prevista en la comunicación de contenidos de los periódicos digitales?

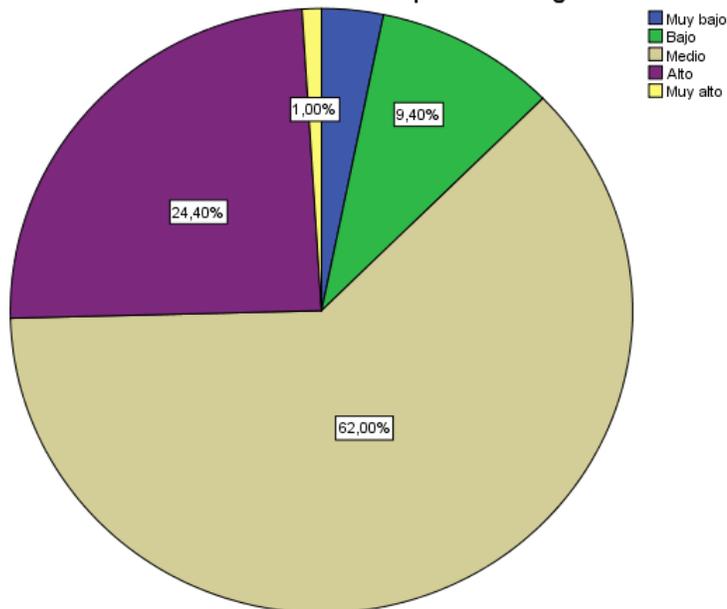


Gráfico N°3
Fuente Propia (2018)

Todo proceso comunicativo supone transferencia de conocimiento y en este caso más de la mitad de los estudiantes encuestados considera que existe transferencia de contenidos, pero que esta se realiza de manera parcial. Esta cifra revelaría que existirían ciertos medios digitales cuyos contenidos podrían estar alejados de los intereses de los estudiantes y que como se refleja en el cuadro anterior existe una transferencia interesada que impide que la difusión de ciertas publicaciones no llegue de manera eficaz a los estudiantes.

Tabla N° 5 ¿Estás de acuerdo que los temas de los periódicos digitales ayudan a tu formación como comunicador?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	20	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	67	13,4	13,4	17,4
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	128	25,6	25,6	43,0
	De acuerdo	244	48,8	48,8	91,8
	Totalmente de acuerdo	41	8,2	8,2	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

4. ¿Estás de acuerdo en que los temas de los periódicos digitales ayudan a tu formación como comunicador? Estás de acuerdo en que los temas de los periódicos digitales ayudan a tu formación como comunicador?

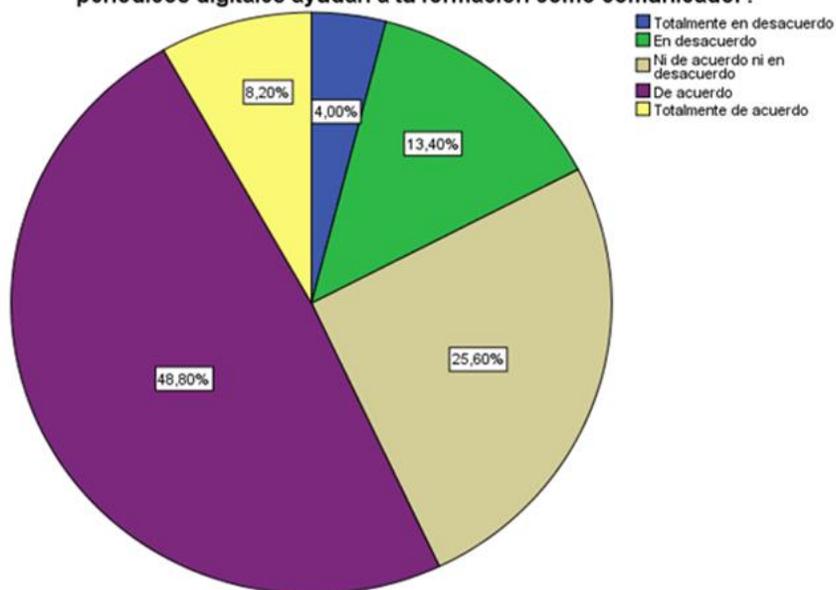


Gráfico N°4
Fuente Propia (2018)

Para el caso de los temas que abordan los periódicos digitales la mayoría de los estudiantes considera que estos ayudan a su formación como comunicadores, en tanto los ponen en contacto con la realidad social que debe ser analizada por todo periodista, para realizar un análisis crítico, resaltando lo positivo que revelan los hechos noticiosos, pero actuando con un espíritu de buscar alternativas de solución para los grandes problemas sociales. En tanto, hay un bajo porcentaje que está en total desacuerdo, debido a que existen medios digitales que no cumplen con los criterios éticos en la práctica del periodismo.

Tabla N° 6 ¿En qué grado los periódicos digitales difunden como temática los problemas sociales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	12	2,4	2,4	2,4
	Bajo	47	9,4	9,4	11,8
	Medio	239	47,8	47,8	59,6
	Alto	186	37,2	37,2	96,8
	Muy alto	16	3,2	3,2	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

5.¿En qué grado los periódicos digitales difunden como temática los problemas sociales?

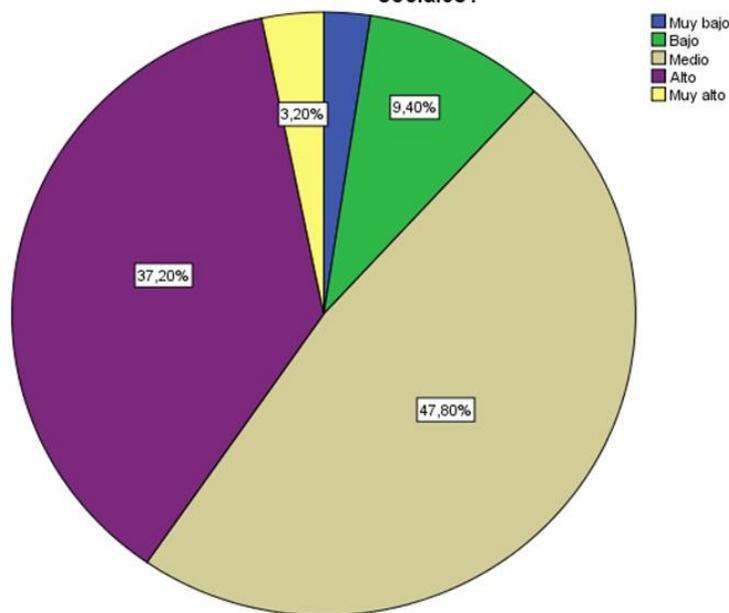


Gráfico N°5
Fuente Propia (2018)

Un porcentaje similar a la mitad de estudiantes encuestados, asume que los periódicos digitales se ocupan de los diversos problemas y temáticas de carácter social, que es una de las principales funciones del periodismo, estar al servicio de la sociedad a fin de asumir la función de mediadores entre la sociedad organizada y las autoridades de los gobiernos locales, regionales y nacionales. Un bajo porcentaje considera que la difusión de los asuntos sociales es trabajada en menor escala por los medios digitales.

Tabla N° 7 ¿Estás de acuerdo que las formas de expresión de los contenidos en los periódicos digitales respondan a los géneros periodísticos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	,8	,8	,8
	En desacuerdo	42	8,4	8,4	9,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	198	39,6	39,6	48,8
	De acuerdo	234	46,8	46,8	95,6
	Totalmente de acuerdo	22	4,4	4,4	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

6. ¿Estás de acuerdo que las formas de expresión de los contenidos en los periódicos digitales respondan a los géneros periodísticos?

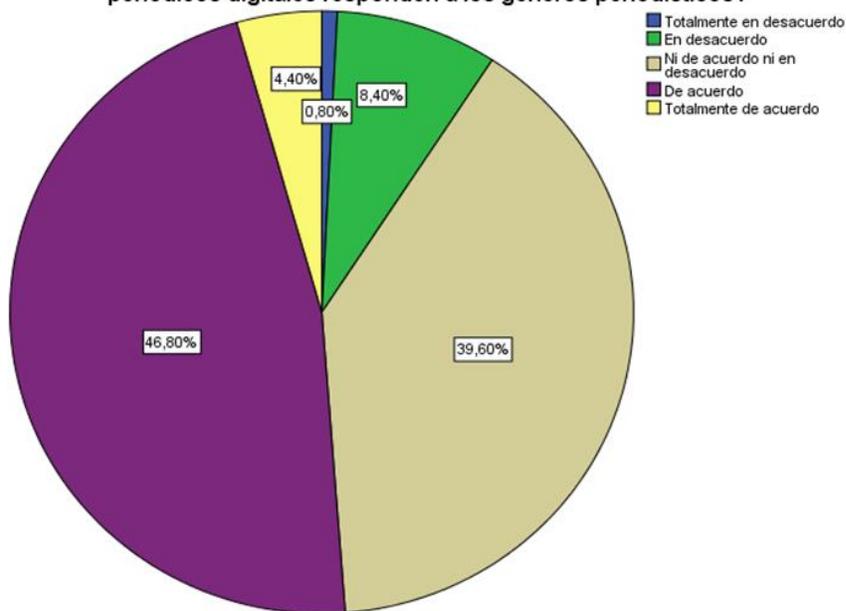


Gráfico N°6
Fuente Propia (2018)

Los estudiantes encuestados, en un porcentaje similar a la mitad, señalan que los periódicos digitales sí desarrollan contenidos, cuyas formas de expresión obedecen a los diversos géneros periodísticos, es decir que pueden identificar contenidos informativos, interpretativos y de opinión. Sin embargo, hay que resaltar que hay un importante grupo de estudiantes que considera no estar de acuerdo ni en desacuerdo, debido a que existe gran cantidad de medios digitales que trabajan con la inmediatez de la noticia y dejan de lado contenidos que necesitan más tiempo para su elaboración.

Tabla N° 8 ¿Cuál es el grado de importancia de los géneros periodísticos en los contenidos de los periódicos digitales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	15	3,0	3,0	3,0
	Bajo	59	11,8	11,8	14,8
	Medio	206	41,2	41,2	56,0
	Alto	193	38,6	38,6	94,6
	Muy alto	27	5,4	5,4	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

7. ¿Cuál es el grado de importancia de los géneros periodísticos en los contenidos de los periódicos digitales?

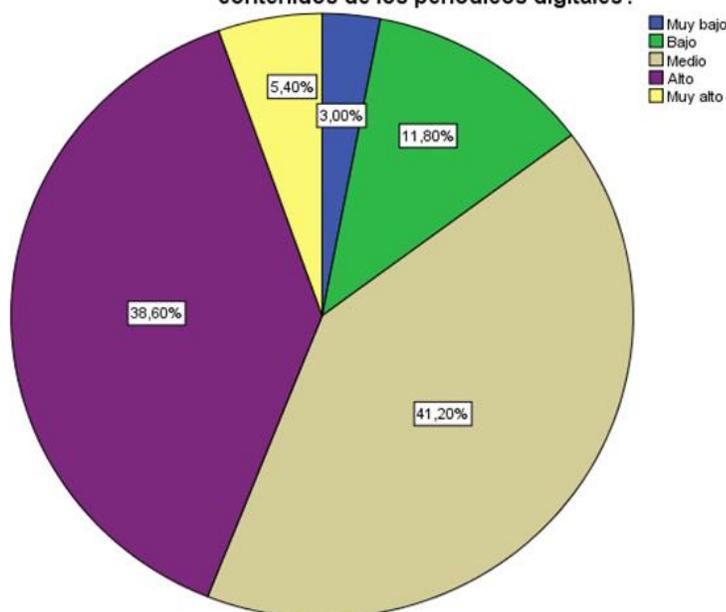


Gráfico N°7
Fuente Propia (2018)

Para el análisis sobre la importancia de los géneros periodísticos con los que se produce los contenidos en los periódicos digitales, un aproximado a la mitad de los estudiantes considera que tiene trascendencia, más aún cuando se le incorpora las herramientas digitales que hacen los contenidos más atractivos a los cibernautas y se enganchan a las historias. Por otro lado, existe un bajo porcentaje de estudiantes que no tiene como referente la importancia de los géneros, en el supuesto de que no le toman importancia a los contenidos que consumen o en el peor de los casos, son estudiantes que no identifican los géneros o que no navegan por las páginas de los medios.

Tabla N° 9 ¿Consideras adecuada la expresión de ideas, informaciones y emociones en los contenidos de los periódicos digitales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada adecuados	20	4,0	4,0	4,0
	Poco adecuados	27	5,4	5,4	9,4
	Regularmente adecuados	259	51,8	51,8	61,2
	Adecuados	188	37,6	37,6	98,8
	Muy adecuados	6	1,2	1,2	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

8. ¿Consideras adecuada la expresión de ideas, informaciones y emociones en los contenidos de los periódicos digitales?

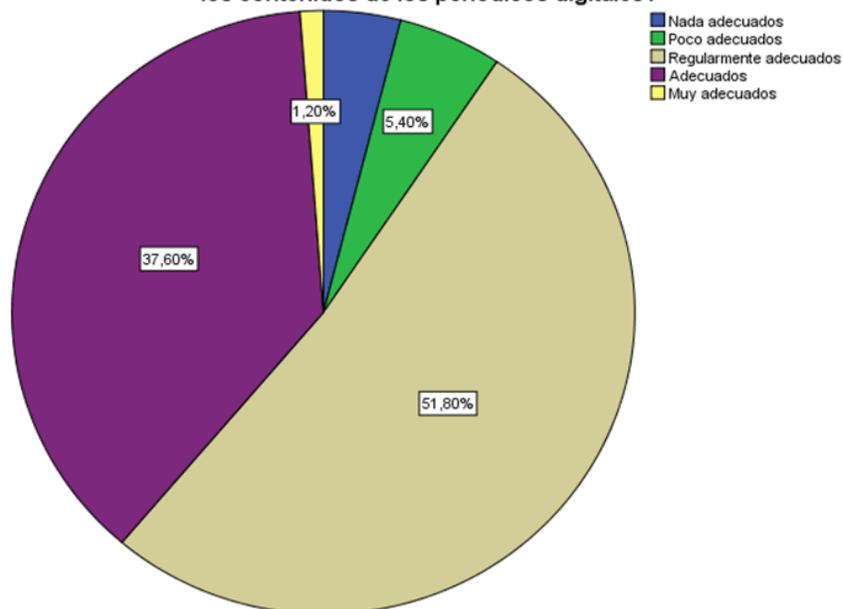


Gráfico N°8
Fuente Propia (2018)

Para un porcentaje superior a la mitad de los sujetos de estudio, considera que es muy adecuada la forma como los periódicos digitales presentan los contenidos. Estos se traducen en historias interesantes e importantes según sea el caso de la coyuntura noticiosa. De igual manera, consideran que la exposición de las ideas y opiniones se ajustan a sus necesidades, así como aquellas historias que le generan diversas emociones, en las que se mezclan diversos recursos periodísticos y digitales. Sin embargo, no se debe perder de vista a ese bajo porcentaje de estudiantes que afirma que la forma como se difunden los contenidos no es la más adecuada.

Tabla N° 10 ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	8	1,6	1,6	1,6
	Bajo	71	14,2	14,2	15,8
	Medio	298	59,6	59,6	75,4
	Alto	110	22,0	22,0	97,4
	Muy alto	13	2,6	2,6	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

9.¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma?

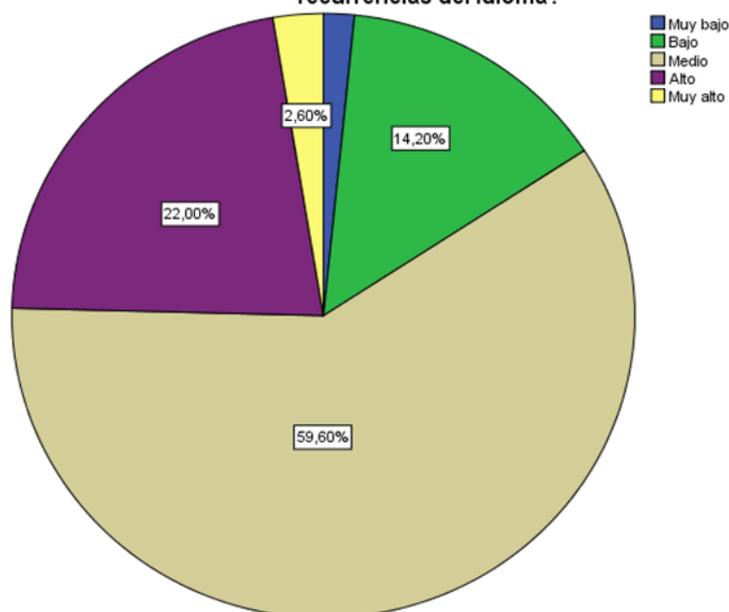


Gráfico N°9
Fuente Propia (2018)

El uso de las reglas y recursos del idioma de manera adecuada es de suma importancia para los periodistas. Los estudiantes encuestados asumen, en un porcentaje superior a la mitad, que en los periódicos digitales hacen uso correcto del idioma en muy alto grado. Esta situación no puede pasar desapercibida porque implica que los estudiantes toman como referencia los estilos de redacción periodística para su aprendizaje y que luego los pondrán en práctica en el momento de desarrollar sus propios contenidos. En tanto que un bajo porcentaje de estudiantes asume que no hay un uso correcto de las reglas del idioma.

Tabla N° 11 ¿Son los contenidos de los periódicos digitales adecuados para lograr una mejora en tu aprendizaje?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada adecuados	17	3,4	3,4	3,4
	Poco adecuados	62	12,4	12,4	15,8
	Regularmente adecuados	249	49,8	49,8	65,6
	Adecuados	159	31,8	31,8	97,4
	Muy adecuados	13	2,6	2,6	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

10. ¿Son los contenidos de los periódicos digitales adecuados para lograr una mejora en tu aprendizaje?

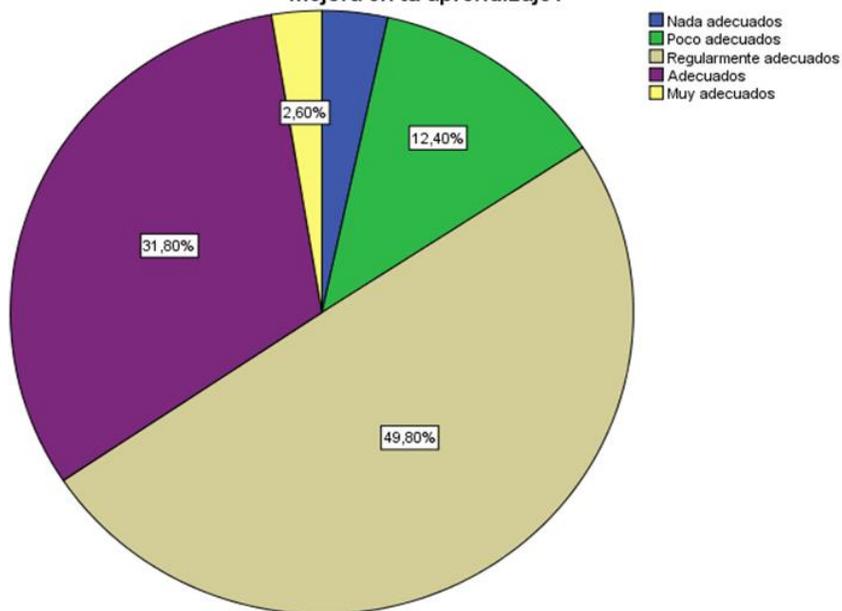


Gráfico N°10
Fuente Propia (2018)

Los estudiantes de periodismo encuestados consideran que el contacto permanente con los periódicos digitales les ayudaría a mejorar su aprendizaje porque asumen que los contenidos que se difunden a través de estos medios son adecuados, si se tiene en cuenta que, durante el desarrollo de las clases de periodismo, es de suma importancia estar debidamente informado y utilizar ese conocimiento para analizar y debatir, bajo la guía del docente. Un bajo porcentaje de estudiantes señala que los contenidos no aportarían a su aprendizaje y esta idea debe ser materia de un trabajo especial por parte del docente.

Tabla N° 12 ¿Estás de acuerdo que las experiencias de vida que se difunde en los periódicos digitales permite algún aprendizaje?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	31	6,2	6,2	6,2
	En desacuerdo	47	9,4	9,4	15,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	231	46,2	46,2	61,8
	De acuerdo	179	35,8	35,8	97,6
	Totalmente de acuerdo	12	2,4	2,4	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

11. ¿Estás de acuerdo que las experiencias de vida que se difunde en los periódicos digitales permite algún aprendizaje?

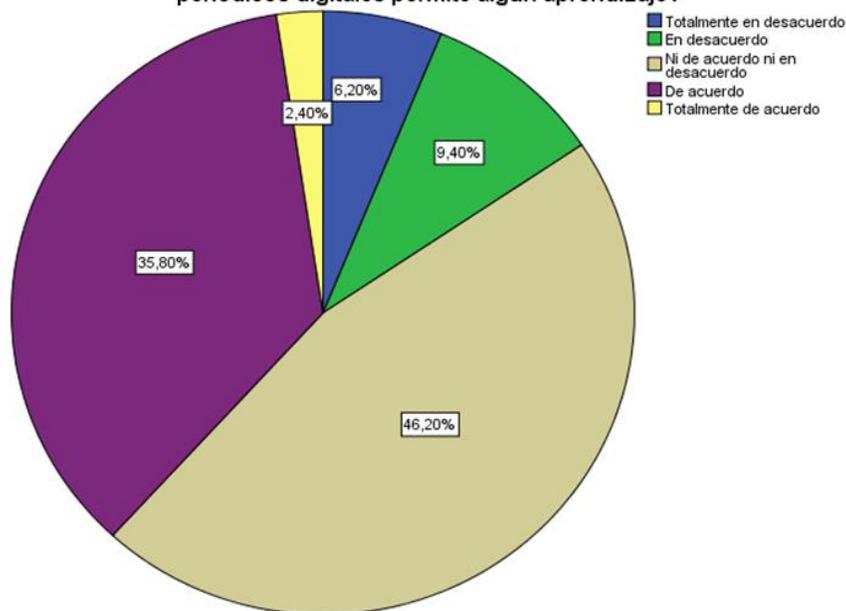


Gráfico N°11
Fuente Propia (2018)

Para un aproximado a la mitad de los encuestados, las experiencias de vida que se difunden en los periódicos digitales le permiten alcanzar aprendizajes sobre asuntos que podrían considerar guardan relación con la preparación de periodistas. Pero, los contenidos que producen los periodistas no solo son importantes si no también interesantes y deberían generar sensaciones y emociones a través de las historias de la gente, que tiene muchas experiencias que contar. Por otro lado, un bajo porcentaje de consultados señalan estar totalmente en desacuerdo con esa función del periodismo.

Tabla N° 13 ¿Son los contenidos de los periódicos digitales adecuados para el aprendizaje y la interacción social en la comunidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada adecuados	9	1,8	1,8	1,8
	Poco adecuados	65	13,0	13,0	14,8
	Regularmente adecuados	219	43,8	43,8	58,6
	Adecuados	161	32,2	32,2	90,8
	Muy adecuados	46	9,2	9,2	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

12. ¿Son los contenidos de los periódicos digitales adecuados para el aprendizaje y la interacción social en la comunidad?

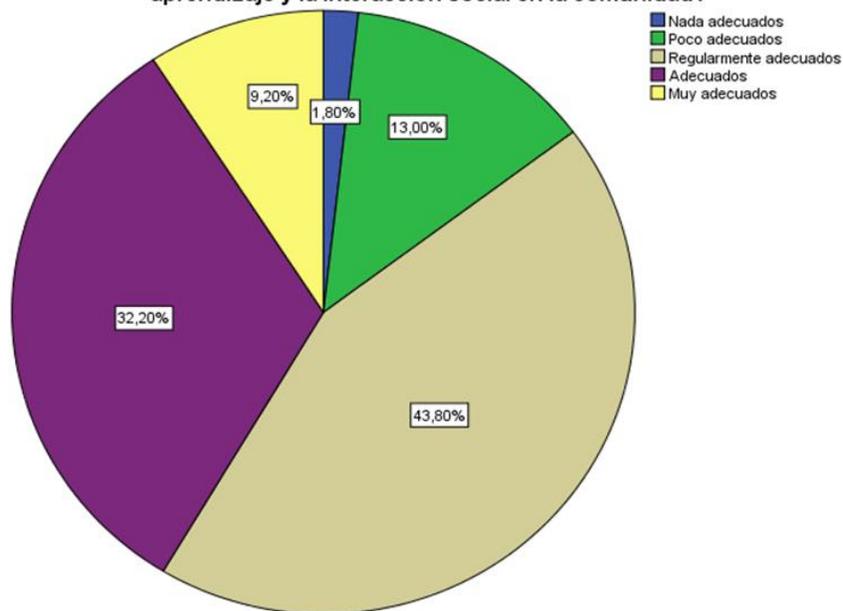


Gráfico N°12
Fuente Propia (2018)

Los estudiantes encuestados en un porcentaje aproximado a la mitad, asumen que los contenidos de los periódicos ayudan en su aprendizaje y les permite generar mayor interacción social, considerando que participan de manera más acertada en los debates y análisis de los temas de la coyuntura noticiosa, dándoles la opción de tener una opinión crítica de los hechos que son materia de discusión en todos los ámbitos sociales. Un bajo porcentaje de encuestados considera que consumir los periódicos digitales no le genera aprendizaje ni mayor interacción social.

Tabla N° 14 ¿Cuál es el grado de conocimiento de la realidad que se logra luego de consumir los contenidos de los periódicos digitales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	10	2,0	2,0	2,0
	Bajo	46	9,2	9,2	11,2
	Medio	311	62,2	62,2	73,4
	Alto	103	20,6	20,6	94,0
	Muy alto	30	6,0	6,0	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

13. ¿Cuál es el grado de conocimiento de la realidad que se logra luego de consumir los contenidos de los periódicos digitales?

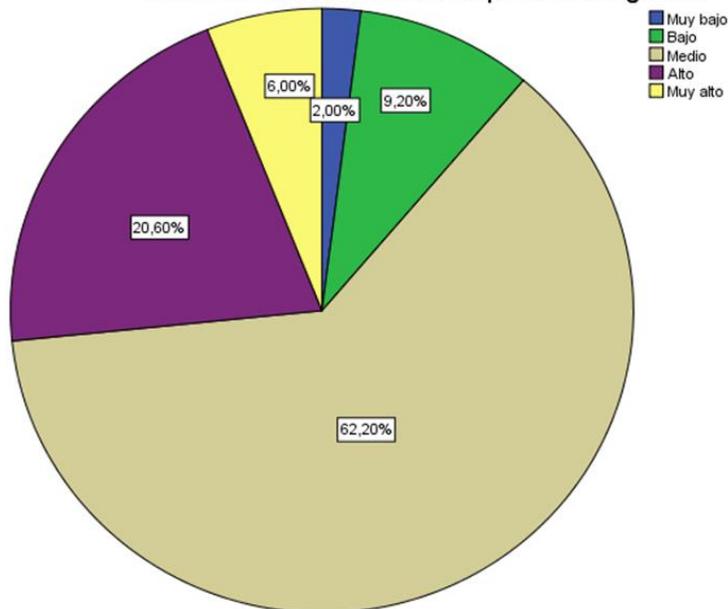


Gráfico N°13
Fuente Propia (2018)

Es importante señalar que un porcentaje superior a la mitad de la población encuestada, considera que el consumo de los contenidos de los periódicos digitales les permitirá incrementar el grado de conocimiento, no solo de su entorno social inmediato, sino también de la realidad que le permita tener una visión holística de lo que ocurre en el mundo y tener elementos de juicio para dar una opinión propia producto del conocimiento y análisis de la coyuntura noticiosa. En tanto que un porcentaje muy pequeño considera que no logra mayor conocimiento de la realidad al consumir los medios digitales.

Tabla N° 15 ¿Estás de acuerdo que el consumo de los contenidos de los periódicos digitales produce algún cambio en el comportamiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	33	6,6	6,6	6,6
	En desacuerdo	45	9,0	9,0	15,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	212	42,4	42,4	58,0
	De acuerdo	174	34,8	34,8	92,8
	Totalmente de acuerdo	36	7,2	7,2	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

14. ¿Estás de acuerdo que el consumo de los contenidos de los periódicos digitales produce algún cambio en el comportamiento?

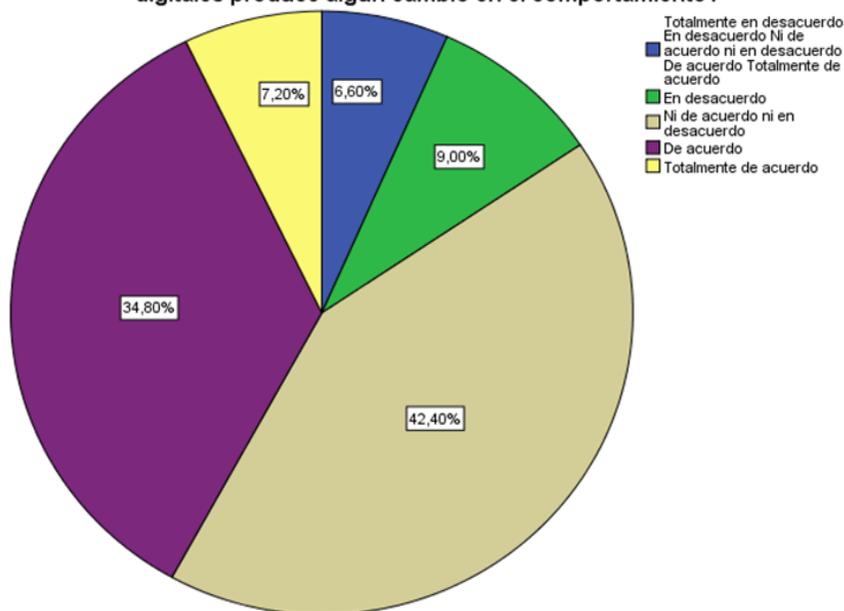


Gráfico N°14
Fuente Propia (2018)

Más de la tercera parte de la población considera que el consumo o visionado de los periódicos digitales genera cambios en el comportamiento de las personas, debido a la variedad de ejes temáticos como sociales, económicos, políticos y culturales, menos de la mitad señala no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, situación que permite deducir su posición de indiferencia o por considerar como una situación dada, teniendo en cuenta que los periódicos digitales no solo les presentan hechos noticiosos, sino también, experiencias de vida, que podrían ayudar al desarrollo personal de los estudiantes.

Tabla N° 16 ¿En qué grado consideras que los contenidos de los periódicos digitales cambia tu comportamiento habitual?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	31	6,2	6,2	6,2
	Bajo	93	18,6	18,6	24,8
	Medio	252	50,4	50,4	75,2
	Alto	88	17,6	17,6	92,8
	Muy alto	36	7,2	7,2	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

15.¿En qué grado consideras que los contenidos de los periódicos digitales cambia tu comportamiento habitual?

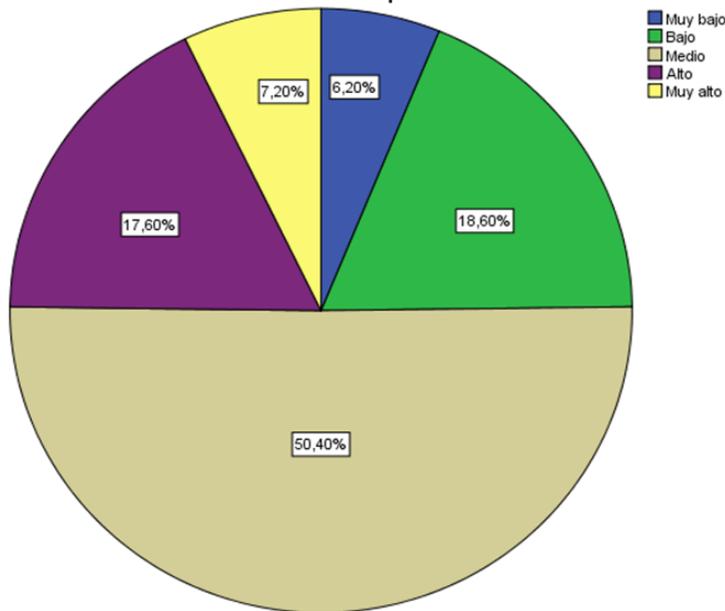


Gráfico N°15
Fuente Propia (2018)

Más de la mitad de la muestra consultada considera que los contenidos de los periódicos digitales les permiten cambios, en su comportamiento habitual, en tanto que un porcentaje inferior a la quinta parte considera que es muy bajo el cambio de comportamiento cotidiano debido a que los contenidos que difunden no son significativos ni les reporta motivación alguna para modificar su comportamiento.

Tabla N° 17 ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales cambia la predisposición para enfrentar una situación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	11	2,2	2,2	2,2
	En desacuerdo	90	18,0	18,0	20,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	155	31,0	31,0	51,2
	De acuerdo	217	43,4	43,4	94,6
	Totalmente de acuerdo	27	5,4	5,4	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

16. ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales cambia la predisposición para enfrentar una situación?

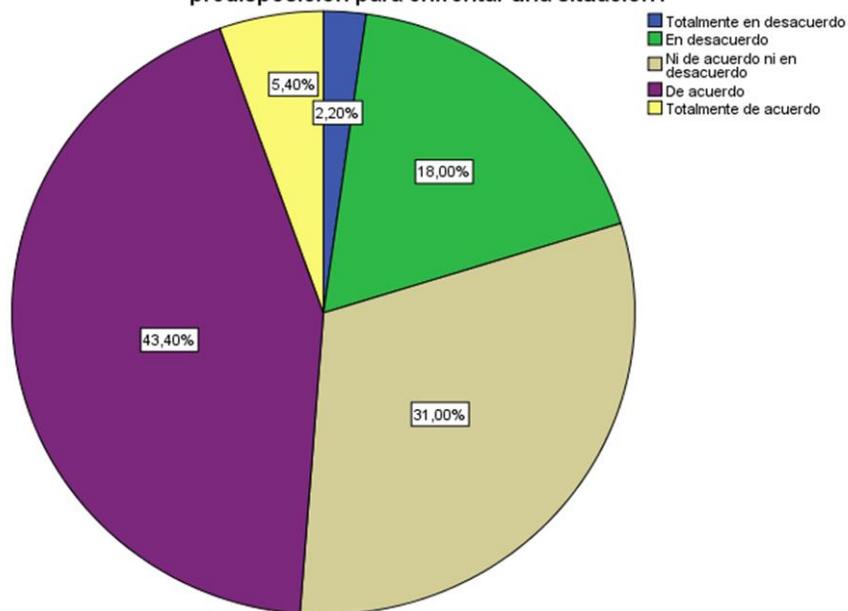


Gráfico N°16
Fuente Propia (2018)

Un porcentaje aproximado a la mitad de la población señala estar de acuerdo que los periódicos digitales afectan la predisposición de las personas, vale decir sus actitudes para enfrentar situaciones, más de la tercera parte se muestra ni a favor ni en contra, solo un porcentaje inferior a la quinta parte muestra su desacuerdo.

Tabla N° 18 ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales están orientados al entendimiento de las acciones sociales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	11	2,2	2,2	2,2
	En desacuerdo	74	14,8	14,8	17,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	207	41,4	41,4	58,4
	De acuerdo	193	38,6	38,6	97,0
	Totalmente de acuerdo	15	3,0	3,0	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

17. ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales están orientados al entendimiento de las acciones sociales?

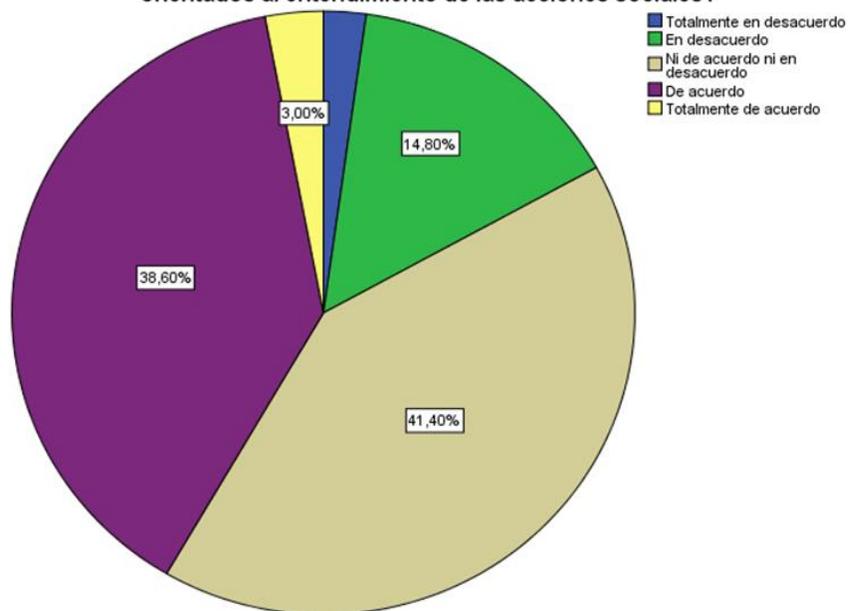


Gráfico N°17
Fuente Propia (2018)

Más de una tercera parte de la muestra asume que los contenidos que se difunden en los periódicos digitales llevan a un entendimiento entre los actores sociales, cumpliendo así una de las funciones del periodismo, ser mediador entre los diversos actores sociales, que al mismo tiempo le permita articular acciones para resolver los problemas de la sociedad. Un bajo porcentaje no toma en cuenta esa característica de los medios de comunicación en general y de los medios digitales, en particular.

Tabla N° 19 ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales son importantes para generar un proceso comunicativo en la sociedad? Muy bajo Bajo Medio Alto Muy alto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	16	3,2	3,2	3,2
	Bajo	37	7,4	7,4	10,6
	Medio	252	50,4	50,4	61,0
	Alto	181	36,2	36,2	97,2
	Muy alto	14	2,8	2,8	100,0
	Total	500	100,0	100,0	

18. ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales son importantes para generar un proceso comunicativo en la sociedad? Muy bajo Bajo Medio Alto Muy alto

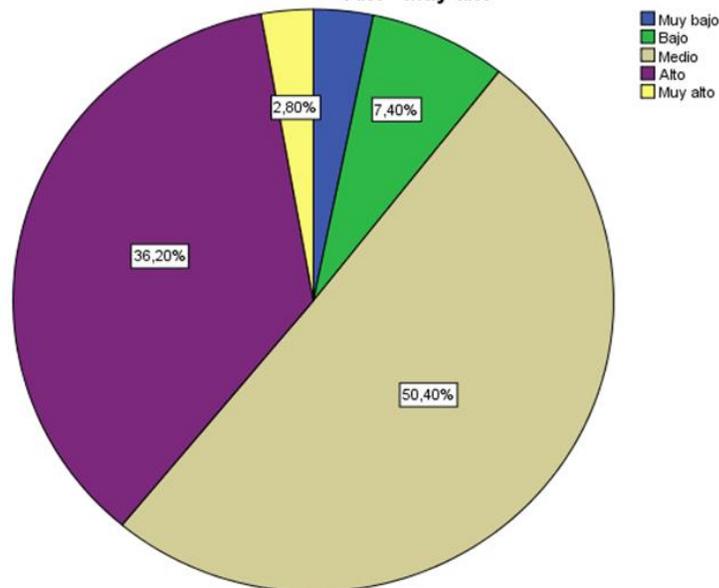


Gráfico N°18
Fuente Propia (2018)

Poco más de la mitad de encuestados asume que los periódicos digitales generan contenidos que ayudan a los procesos de comunicación entre los diversos actores de la sociedad, procesos que permiten el diálogo, debate y análisis de los temas que son de interés público, especialmente aquellos que por su carácter social, político, religioso, económico, ideológico u otros, son controversiales, invocando mayor participación y motivación de las personas, facilitando la generación de corrientes de opinión pública.

4.2. Contrastación de las Hipótesis

4.2.1. Contrastación de la Hipótesis General

Los contenidos de los periódicos digitales por ser interactivos tienen implicancia positiva en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur.

Correlaciones

		1. ¿Consideras que los contenidos de los periódicos digitales son adecuados para tu formación?	9. ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma?
Rho de Spearman	1. ¿Consideras que los contenidos de los periódicos digitales son adecuados para tu formación?	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	500
	9. ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma?	Coeficiente de correlación	0,757**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	500

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

Prueba de Hipótesis

Coefficiente de correlación 0,757**

Ho: $\rho=0$ que no existe correlación entre las variables ¿Consideras que los contenidos de los periódicos digitales son adecuados para tu formación? y ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma?

H1: $\rho \neq 0$ que existe correlación significativa entre las variables ¿Consideras que los contenidos de los periódicos digitales son adecuados para tu formación? y ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma?

$$\alpha = 0.05$$

El Estadístico de comprobación es el rho de Spearman.

Si rho de Spearman es mayor que 0.6 la correlación es buena o consistente, si es $\rho=1$ o menos -1 se dice que la correlación es perfecta directa o positiva, si es -1 se dice que existe una correlación perfecta inversa o negativa.

Si el Sig o p de la prueba es $<$ que 0.05 entonces se rechaza la Ho.

Si el Sig o p de la prueba es $>$ que 0.05 entonces se acepta la H1.

Se observa en la siguiente tabla resultado de la prueba que el sig es $0.000 < 0.05$ por lo tanto se rechaza la Ho es decir que se acepta la H1 equivale a decir que existe correlación significativa entre las variables ¿Consideras que los contenidos de los periódicos digitales son adecuados para tu formación? y ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma?

Por otro lado, se tenemos el rho de Spearman igual 0.757*** correlación significativa.

4.2.2. Contrastación de las Hipótesis Específicas

4.2.2.1 Contrastación de la Hipótesis Específica N° 1

La temática de los periódicos digitales por ser diversificada tiene implicancia positiva en el grado de conocimientos de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur.

Correlaciones

	4. ¿Estás de acuerdo en que los temas de los periódicos digitales ayudan a tu formación como comunicador?		4. ¿Estás de acuerdo en que los temas de los periódicos digitales ayudan a tu formación como comunicador?	13. ¿Cuál es el grado de conocimiento de la realidad que se logra luego de consumir los contenidos de los periódicos digitales?
Rho de Spearman		Coeficiente de correlación	1,000	0,745**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	500	500
	13. ¿Cuál es el grado de conocimiento de la realidad que se logra luego de consumir los contenidos de los periódicos digitales?	Coeficiente de correlación	0,745**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	500	500

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

Prueba de Hipótesis

Coefficiente de correlación 0,745**

Ho: $\rho=0$ que no existe correlación entre ¿Estás de acuerdo en que los temas de los periódicos digitales ayudan a tu formación como comunicador? y ¿Cuál es el grado de conocimiento de la realidad que se logra luego de consumir los contenidos de los periódicos digitales?

H1: $\rho \neq 0$ que existe correlación significativa entre ambas variables ¿Estás de acuerdo en que los temas de los periódicos digitales ayudan a tu formación como comunicador? y ¿Cuál es el grado de conocimiento de la realidad que se logra luego de consumir los contenidos de los periódicos digitales?

$\alpha = 0.05$

El Estadístico de comprobación es el rho de Spearman.

Si rho de Spearman es mayor que 0.6 la correlación es buena o consistente, si es $\rho=1$ o menos 1 se dice que la correlación es perfecta directa o positiva, si es -1 se dice que existe una correlación perfecta inversa o negativa.

Si el Sig o p de la prueba es $<$ que 0.05 entonces se rechaza la Ho.

Si el Sig o p de la prueba es $>$ que 0.05 entonces se acepta la Ho.

Se observa en la siguiente tabla resultado de la prueba que el sig es $0.000 < 0.05$ por lo tanto se rechaza la Ho es decir que se acepta la H1 es decir que existe correlación significativa entre las variables ¿Estás de acuerdo en que los temas de los periódicos digitales ayudan a tu formación como comunicador? y ¿Cuál es el grado de conocimiento de la realidad que se logra luego de consumir los contenidos de los periódicos digitales?

Por otro lado, se tiene el rho de Spearman igual 0.745*** correlación significativa.

4.2.2.2. Contrastación de la Hipótesis Específica N° 2

Los géneros que se utilizan en los periódicos digitales por tener un tratamiento diferencial tienen implicancias positivas en las actitudes de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur.

Correlaciones

		7. ¿Cuál es el grado de importancia de los géneros periodísticos en los contenidos de los periódicos digitales?		16. ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales cambia la predisposición para enfrentar una situación?	
Rho de Spearman	7. ¿Cuál es el grado de importancia de los géneros periodísticos en los contenidos de los periódicos digitales?	Coeficiente de correlación	1,000	0,928**	
		Sig. (bilateral)	.	0,000	
		N	500	500	
	16. ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales cambia la predisposición para enfrentar una situación?	Coeficiente de correlación	0,928**	1,000	
		Sig. (bilateral)	0,000	.	
		N	500	500	

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

Prueba de Hipótesis

Coefficiente de correlación 0,928**

Ho: $\rho=0$ que no existe correlación entre ambas variables ¿Cuál es el grado de importancia de los géneros periodísticos en los contenidos de los periódicos digitales? y ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales cambian la predisposición para enfrentar una situación?

H1: $\rho \neq 0$ que existe correlación significativa entre ¿Cuál es el grado de importancia de los géneros periodísticos en los contenidos de los periódicos digitales? y ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales cambian la predisposición para enfrentar una situación?

$\alpha = 0.05$

El Estadístico de comprobación es el rho de Spearman.

Si rho de Spearman es mayor que 0.6 la correlación es buena o consistente, si es $\rho=1$ o menos 1 se dice que la correlación es perfecta directa o positiva, si es -1 se dice que existe una correlación perfecta inversa o negativa.

Si el Sig o p de la prueba es $<$ que 0.05 entonces se rechaza la Ho.

Si el Sig o p de la prueba es $>$ que 0.05 entonces se acepta la Ho.

Se observa en la siguiente tabla resultado de la prueba que el sig es $0.000 < 0.05$ por lo tanto se rechaza la Ho es decir que se acepta la H1 es decir que existe correlación significativa entre las variables ¿Cuál es el grado de importancia de los géneros periodísticos en los contenidos de los periódicos digitales? y ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales cambian la predisposición para enfrentar una situación?

Por otro lado, se tenemos el rho de Spearman igual 0.928*** correlación significativa.

4.2.2.3. Contrastación de la Hipótesis Específica N° 3

El lenguaje de los contenidos de los periódicos digitales por ser coloquiales, tiene implicancia positiva en la interacción comunicativa de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur.

Correlaciones

			9. ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma?	18. ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales son importantes para generar un proceso comunicativo en la sociedad?
Rho de Spearman	9. ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma?	Coeficiente de correlación	1,000	0,808**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	500	500
	18. ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales son importantes para generar un proceso comunicativo en la sociedad?	Coeficiente de correlación	0,808**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
		N	500	500

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

Prueba de Hipótesis

Coefficiente de correlación 0,808**

Ho: $\rho=0$ que no existe correlación entre ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma? y ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales son importantes para generar un proceso comunicativo en la sociedad?

H1: $\rho \neq 0$ que existe correlación significativa entre ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma? y ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales son importantes para generar un proceso comunicativo en la sociedad?

$\alpha = 0.05$

El Estadístico de comprobación es el rho de Spearman.

Si rho de Spearman es mayor que 0.6 la correlación es buena o consistente, si es $\rho=1$ o menos 1 se dice que la correlación es perfecta directa o positiva, si es -1 se dice que existe una correlación perfecta inversa o negativa.

Si el Sig o p de la prueba es $<$ que 0.05 entonces se rechaza la Ho.

Si el Sig o p de la prueba es $>$ que 0.05 entonces se acepta la Ho.

Se observa en el resultado de la prueba que el sig es $0.000 < 0.05$ por lo tanto se rechaza la Ho es decir que se acepta la H1 es decir que existe correlación significativa entre las variables ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma? y ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales son importantes para generar un proceso comunicativo en la sociedad?

Por otro lado, se tenemos el rho de Spearman igual 0.808*** correlación significativa.

4.3 ENTREVISTAS A EDITORES DE PERIÓDICOS DIGITALES Y ESPECIALISTAS EN COMUNICACIÓN DIGITAL

Entrevistas a editores y especialistas en Periodismo Digital	¿Consideras que los periódicos digitales apoyan el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo?	¿Los contenidos de los periódicos digitales influyen en el aprendizaje de los estudiantes?	¿Encontramos en los periódicos digitales todos los formatos periodísticos (crónicas, reportajes, entrevistas, etc.)?	¿Con respecto al lenguaje que utilizan, cuál es el que manejan los periódicos digitales?	¿El contacto diario del estudiante con los periódicos digitales mejoraría rendimiento en el aula?	¿En qué nivel de importancia están los periódicos digitales en comparación con otros medios informativos?
 <p>Maricella Arias Morales Jefe de Web y Redes Sociales Agencia Andina y El Peruano, Jefa de Producto Digital de América Televisión, IICS Escola da Comunicação (Sao Paulo) - IESE Business School Universidad de Navarra.</p>	<p>Sí se pueden utilizar herramientas digitales para potenciar la labor académica. Lo que se hace es la creación de medio de comunicación digital blog, webs para publicar material de utilidad a los estudiantes. Eso es transformación digital de la enseñanza.</p>	<p>Eso tiene que ver con el interés del propio estudiante de revisar fuentes de información. Ahora hay más acceso a la información que antes, entonces no hay justificación para que el estudiante no genere su propio aprendizaje. Por la cercanía que tiene con la tecnología deben consumir periódicos digitales.</p>	<p>Depende de cuáles medios accedan, los estudiantes deben aprender a elegir medios de prestigio, con un docente que cumpla el rol de orientarlos de acuerdo con su experiencia para que el uso de las herramientas digitales acompañe la producción de los diversos formatos periodísticos.</p>	<p>Hay medios que están explorando la narrativa digital y así potenciar más lo que quieren contar, como el New York Time, con muy buenos reportajes multimedia, con un lenguaje audiovisual que está al alcance de todos en donde prima el contenido de calidad, para contar de la mejor manera una historia.</p>	<p>Le daría una visión más amplia de cómo se está trabajando un periodismo que le sirva a la gente, a la sociedad, con temas de utilidad. Estaría mejor informado sobre la coyuntura y tendría mayor participación en los análisis y debates de los temas, de paso saber que herramientas hay para contar historias.</p>	<p>Todos los medios son importantes, dependerá del público objetivo. El público más joven preferirá Internet porque tienen el celular en la mano todo el tiempo. Yo apostaría a la calidad de los contenidos, ya sea que los difundas a través medio digital, tradicional o multiplataformas deben ser relevantes.</p>
 <p>Diego Peralta Murias Gerente de Productos Digitales de El Comercio. Jefe de Producto Digital y Editor General Web América Televisión. Gerente de Medios Digitales Editor WEB Perú21. Gerente Medios Digitales Grupo RPP. Pontificia Universidad Católica, UPC.</p>	<p>Sin duda. También son espacios de ensayo con muchas herramientas para producir periodismo, que se ha convertido en un ejercicio habitual dentro del desarrollo digital. A través de blogs, por ejemplo, empiezas a tener acceso a las audiencias y eso es bueno para el aprendizaje de los estudiantes.</p>	<p>Si se trabaja con contenidos de coyuntura es un buen ejercicio. Cuanto más manejo de contenidos tengan es mejor, por eso convertir el aula en una sala de redacción y que los estudiantes produzcan sus propios contenidos a partir del análisis de la información de los periódicos digitales, genera práctica y aprendizaje.</p>	<p>En El Comercio se está explorando la suscripción digital, por tanto, la calidad de los contenidos debe ser muy alta. Para ello se ha creado un "super team" para crear contenidos Premium, con todos los géneros periodísticos. Ya no se busca contenidos virales o hasta fake news, si no contenidos de calidad.</p>	<p>En general, el lenguaje es el habitual según la línea del medio. Se modifica un poco para incluir otros elementos (links) como vídeos y hay que ser muy directos en la redacción. El tono debe ser el normal de un periodista, pero cuando usas vídeo hay que ser menos formal.</p>	<p>Lo importante es que el estudiante tiene que estar informado y no menos importantes que sea de una buena fuente. En mi experiencia los estudiantes de mejor rendimiento son los que están en los últimos ciclos y que ya conocen más la realidad y se dan cuenta de su necesidad de estar debidamente informados.</p>	<p>Yo creo que son prioritarios, los medios digitales deben ayudar a los estudiantes a ponerlos directamente en la práctica, trabajar in situ, publicar todo lo que puedan. Hay que impulsarlos a que desarrollen sus propios medios para que hablen o escriban lo que ellos quieran, con el rigor periodístico.</p>

Entrevistas a editores y especialistas en Periodismo Digital	¿Consideras que los periódicos digitales apoyan el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo?	¿Los contenidos de los periódicos digitales influyen en el aprendizaje de los estudiantes?	¿Encontramos en los periódicos digitales todos los formatos periodísticos (crónicas, reportajes, entrevistas, etc.)?	¿Con respecto al lenguaje que utilizan, cuál es el que manejan los periódicos digitales?	¿El contacto diario del estudiante con los periódicos digitales mejoraría rendimiento en el aula?	¿En qué nivel de importancia están los periódicos digitales en comparación con otros medios informativos?
 <p>Joaquín Ortiz Rivarola Editor Web Grupo RPP. Docente de los cursos Internet y Nuevos Medios Periodísticos, Periodismo Digital en ISIL. Redactor en El Comercio, Media Network. Egresado de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica.</p>	<p>Creo que los medios digitales pueden ser de gran ayuda para los estudiantes de periodismo. Te ayudan a resolver con rapidez pero con responsabilidad la producción de contenidos. El alumno aprende a decidir cuál recurso utilizar para contar mejor una historia y diferenciarse de la competencia.</p>	<p>Ayuda siempre y cuando haya un guía, en este caso el docente, que sea capaz de mostrarte ejemplos. Se debe chequear si se cumple con los principios básicos del periodismo, además de la forma como se puede presentar de la mejor manera una historia.</p>	<p>Los medios digitales son medios integradores que toman todos los recursos digitales para utilizarlos en una pantalla y te abre un abanico enorme de posibilidades para explorar con diferentes formatos y géneros periodísticos.</p>	<p>El lenguaje va a depender mucho del medio, tal como sucede en los periódicos de papel. Sin embargo, en la narrativa digital puedes romper el texto con el uso de una gran cantidad de herramientas que se manejan con mucha libertad para mejorar la presentación de una historia.</p>	<p>Al enseñar a través de un medio digital le estás dando al estudiante una visión amplia de como pensar en digital, de cómo se hace periodismo en el presente, de arriesgarse a contar historias utilizando recursos multimedia y a la vez conociendo qué está pasando a su alrededor.</p>	<p>No haría exclusión alguna, ni siquiera al papel, que considero tiene su propio valor. Sí creo que todos los medios deberían pensar en plataformas digitales, el podcast en la radio, en TV solo programas en digital. Producir material multimedia e interactivo sin descartar ningún medio.</p>
 <p>Juan Bendezú Huapaya Editor General Web Grupo La República. Radio Exitosa, Instituto de Defensa Legal. Maestría en Docencia Universitaria, Docente en universidades UPN, César Vallejo. Docente en Taller de Comunicación Digital y Plataformas Digitales, Community Manager.</p>	<p>Creo que sí, porque utilizar los periódicos digitales es una herramienta más que tendría el docente y además para que los estudiantes estén informados. Ayuda en el aula a generar debate porque al leer estos medios estarán informados de lo que ocurre y así participar en el análisis o debate que se puede formar. Es una herramienta necesaria.</p>	<p>Creo que les va a servir para estar informados, pero también para aprender algunas técnicas de redacción o encuentren algunos errores, que hagan un análisis crítico, que practiquen como podrían mejorar los contenidos. Puede ser de manera individual o en grupo para que intercambien algunos criterios.</p>	<p>La verdad es que muchos periódicos digitales trabajan solo noticias, y dedican poco espacio para reportajes o crónicas porque eso toma más tiempo en su producción. La competencia te obliga a trabajar con la inmediatez. Se pueden trabajar otros formatos utilizando los recursos digitales y se pueden generar productos de calidad.</p>	<p>El lenguaje, definitivamente, no es el mismo en los periódicos digitales. En primer lugar, depende del medio y luego tenemos los temas, el público y otros, los estilos. Por ejemplo, los periódicos digitales no son tan chicha como los de papel, en donde el lenguaje es más coloquial, que en las webs de noticias.</p>	<p>Lo que vas a tener, en un aula, es estudiantes informados, dispuestos a participar porque conocen los temas y se forman una opinión crítica. De otro lado, el análisis será pobre o no lo habrá porque nadie participa y además si se quiere redactar se demorarán más porque no tienen la información necesaria.</p>	<p>Creo que todos deben estar al mismo nivel, si bien nacieron de medios de papel, con el tiempo han ido adquiriendo identidad propia, que ya se manejan con un modelo en el que lo digital es primero. Si bien hay una convergencia le estamos dando prioridad a los medios digitales.</p>

Entrevistas a editores y especialistas en Periodismo Digital	¿Consideras que los periódicos digitales apoyan el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo?	¿Los contenidos de los periódicos digitales influyen en el aprendizaje de los estudiantes?	¿Encontramos en los periódicos digitales todos los formatos periodísticos (crónicas, reportajes, entrevistas, etc.)?	¿Con respecto al lenguaje que utilizan, cuál es el que manejan los periódicos digitales?	¿El contacto diario del estudiante con los periódicos digitales mejoraría rendimiento en el aula?	¿En qué nivel de importancia están los periódicos digitales en comparación con otros medios informativos?
 <p>Gisella Salmón Salazar Jefe de Inteligencia Digital en el diario El Comercio. PADE Interactive Marketing Strategy por la Universidad ESAN y European Certificate in Interactive Marketing por ESIC (España). Periodista digital con experiencia.</p>	<p>Sí, si es que las plataformas digitales difunden periodismo que puede servir de modelo para los estudiantes y siempre que sean bien guiados por el docente.</p>	<p>Creo que sí, por cuanto aportan riqueza informativa y muestran la realidad actual. Tienen múltiples tópicos, muchísima información, dependerá de cómo guíe el docente, la exposición de ideas y los temas que se quieran tratar.</p>	<p>Algunos diarios generalistas si tocan todos los formatos, no es habitual que un diario digital lo haga, pero debería hacerlo. Por una cuestión de inmediatez, los diarios digitales se dedican solo a contenidos de actualidad inmediata, como es una noticia. Sin embargo, si encontramos otros formatos.</p>	<p>Si se trata de los contenidos que transmite, el lenguaje obedece a la línea editorial de cada medio. Si hablamos del lenguaje específico para un medio digital, siempre hay tres elementos y que sí se está cumpliendo: la hipertextualidad, la multimedialidad y la interacción.</p>	<p>Eso le daría un mayor contexto de la información, que debería ser debatida, y contrastada con otras fuentes. Si lo estás viendo como un instrumento para que funcione en las aulas, debería ser analizado para formar un pensamiento crítico, que creo que es lo más importante hoy.</p>	<p>Los periódicos digitales siempre son una fuente de consulta muy importante y que está al acceso de todos. Para los jóvenes es una forma más de informarse. Lo pondría como uno de los primeros. Tanto la TV como los diarios digitales son medios que están teniendo mucha atención.</p>
 <p>Juan Carlos Lujan Zavala Gestor de Contenidos – Consultor en Comunicación Digital. Instituto de Gobierno y de Gestión Pública de la Universidad San Martín de Porres, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Centro de Desarrollo Emprendedor ESAN.</p>	<p>Sí claro, hay varias opciones, que los estudiantes analicen lo que se viene haciendo en las webs informativas, para sean ellos los que produzcan ese tipo de material, pero también que analicen los grandes medios que están permanentemente innovando la presentación de sus contenidos.</p>	<p>Ahí tenemos algunos periódicos que pueden difundir material específico, caso Ojo Público que desarrolla periodismo de investigación, pero también hay espacios en los que publican diversos contenidos y eso, definitivamente, ayuda a los estudiantes.</p>	<p>Sí, pero cuando hablamos de periódicos digitales están los formatos digitales específicos como líneas de tiempo, audio, vídeo, postcast, entre otros. A partir del uso de esos formatos se debe producir material periodístico con sus diversos géneros y formatos.</p>	<p>Lo natural del lenguaje para los periódicos digitales es que haya más contenido visual. Los textos deben acompañar a los vídeos, por ejemplo. Esto ayuda a que los estudiantes utilicen un lenguaje más claro y directo, poca interpretación, porque las imágenes dicen mucho.</p>	<p>Claro, porque eso les daría a los estudiantes más potencial para tratar diversos temas. Mejoraría su participación en los debates sobre la coyuntura noticiosa, que debe haber siempre en las aulas de futuros periodistas. Ayuda a conocer su entorno.</p>	<p>Por tratarse de un medio de convergencias tiene más posibilidades que la radio o la televisión, hay posibilidades de interacción con la audiencia, emisión en tiempo real, ver las estadísticas del medio, y eso es una gran fortaleza.</p>

4.3.1. Análisis de las entrevistas

Existe un denominador común en los editores de los periódicos digitales y en los especialistas en periodismo digital, que participaron en la investigación, y es que coinciden en que el uso de los medios de comunicación virtuales es necesario y apoya en el aprendizaje de los estudiantes de periodismo, porque al utilizar las herramientas digitales se crea una familiaridad con ellas y revisar los contenidos, observan la innovación permanente que tienen los periódicos digitales.

Igualmente señalaron que existen periódicos digitales de gran prestigio que desarrollan contenidos que son muy bien estructurados y que sirven como ejemplo a los estudiantes. De la misma manera, en el uso de los formatos y el lenguaje periodísticos, como la crónica, o un reportaje, permite que los estudiantes, habituarse con la forma variada de elaborar productos periodísticos. También están los formatos digitales como un reportaje interactivo, los postcast, los blogs y otros.

Los editores y especialistas expresaron que contar con los periódicos digitales en las aulas mejoraría la situación de los estudiantes con respecto al conocimiento de las informaciones sobre temas de la coyuntura noticiosa. Eso es fundamentalmente importante en razón que se cumple uno de los objetivos de esta investigación, que es alcanzar la posibilidad de que los estudiantes mejoren su desempeño en las aulas con el conocimiento de la actualidad noticiosa y generar debates fluidos y argumentados.

En cuanto de la importancia de los periódicos digitales en comparación con los otros medios de comunicación, es relevante señalar el público objetivo de cada medio y sobre este aspecto los periódicos digitales alcanzan una gran ventaja en el sentido de que la mayoría de jóvenes, entre los que se incluye a los universitarios, son nativos digitales y poseen muchas habilidades en el manejo de la tecnología y cuentan con smartphome en todo momento del día.

4.4. Análisis estructural semiótico de los periódicos digitales

4.4.1. Análisis de la Estructura Morfológica Externa o de Continente

Se eligieron los cuatro periódicos más representativos para analizar sus diversos contenidos. Respecto al Análisis de la Estructura morfológica Externa o de continente, se ha considerado los elementos del periodismo digital, es así que se hace una descripción de las formas estructurales y de diversas secciones que presentan, para luego analizar las diversas secciones, recursos y elementos periodísticos que contienen.

4.4.1.1. Elcomercio.pe Portada de elcomercio.pe

GANAR 2 GoPro Hero 6

El Comercio

Lo último • Opinión • Política • Economía • Perú • Lima • Mundo • Luces • DT • Somos • Ver Más • COLECCIONES Club

EN VIVO CONMEBOL RESUELVE FECHA DE FINAL RIVER VS. BOCA

POLÍTICA 1/3

Subcomisión rechaza denuncia de Vilcatoma contra miembros del TC

Policía coordina a nivel internacional captura de Jaime Yoshiyama

"No se puede confundir persecución política con lucha contra la corrupción"

Alan G. Clemente asilo

PRESIDENTE VIZCARRA
"No se puede confundir persecución política con lucha contra la corrupción"
REDACCIÓN EC

Campaña de Keiko Fujimori de 2011
Yoshiyama llevó un "registro mental" de aportes, afirma abogado
KAREM BARBOZA QUIROZ

Presentó documentación falsa
MTC inicia trámite para anular brevetaje de Manuel Liendo Rázuri
REDACCIÓN EC

EN VIVO
La Conmebol decide cuándo se juega la final de la Copa Libertadores
AGENCIA EFE

Anuncio del MTC
Declaran en reorganización el área responsable de emisión de brevetes
REDACCIÓN EC

Así se definiría la Copa Libertadores en el Tribunal de Disciplina
REDACCIÓN DT

Barcelona: Camp Nou tendrá nuevo nombre por acuerdo comercial
REDACCIÓN DT

Raúl Fernández se despidió de la U con emotivo mensaje en Instagram
REDACCIÓN DT

LATAM PASS
HOT SALE LATAM
Destinos Nacionales
IDA Y VUELTA
Desde **1,500** Millas LATAM Pass
Canjea aquí
Para más información ingresa a latam.com

MTC no renovará la concesión que ostenta Telefónica Movistar
MARCELA MENDO...

China: Auto embiste a varios peatones y mata a 7 personas
REDACCIÓN EC

Esta mañana se registraron dos sismos en Cusco y San Martín
REDACCIÓN EC

En 1991
El hombre que sobrevivió al contacto con la tribu que mató a estadounidense
BBC MUNDO

PUBLICIDAD

CABECERA

NOTICIA
ABRIDORA

PORTADA

Apareció por primera vez el 15 de enero de 1997, y desde su aparición hasta la actualidad ha mantenido su liderazgo de ser el portal Web peruano más visitado.

En la denominada Cabecera la web presenta el logo que lo identifica con el color amarillo de fondo, así como los enlaces que lleva al lector a las diferentes secciones del periódico y otros espacios como el Club de Suscriptores y Colecciones El Comercio. En la parte superior de la Cabecera hay un espacio para la publicidad.



La característica que presenta la portada de El Comercio es que distribuye los espacios de forma horizontal y vertical. Tiene una noticia abridora con foto y tres principales noticias del ámbito local, nacional o internacional, que tienen mucha relevancia informativa.



NOTICIA ABRIDORA

De acuerdo con la coyuntura noticiosa presenta, en la parte superior de su portada, un banner con una secuencia de varias notas relacionadas sobre un tema o hecho, brindando un panorama general.

COPA LIBERTADORES 2018

1/2



Continúa con una segunda secuencia de noticias relacionadas a la actualidad social, política, económica, deportiva, dependiendo de la relevancia de las noticias que puede ser del ámbito local, nacional o internacional. Acompaña a este espacio de noticias un banner de publicidad. En algunas ocasiones, los dos espacios laterales son cubiertos por publicidad.

<p>Legisladores dieron sus apreciaciones</p> <p>En FP critican “excesos” por un conflicto “personal” entre Letona y Vilcatoma</p> <p>RENÉ ZUBIETA PACCO</p>	<p>River vs. Boca</p> <p>Conmebol confirmó que la final de la Copa Libertadores será en el Bernabéu</p> <p>REDACCIÓN DT</p>	<p>Caso Lava Jato</p> <p>Autoridades peruanas y Odebrecht llegaron a acuerdo de colaboración</p> <p>GRACIELA VILLASÍS ROJAS</p>	<p>¡Llegó!</p> <p>Lumingo.com</p> <p>COMPRAR</p>
<p>Rescatan a jóvenes secuestradas por falsos colectiveros en Comas</p> <p>REDACCIÓN EC</p>	<p>Perú</p> <p>Los gobernadores y alcaldes detenidos este año por estar involucrados en delitos</p> <p>REDACCIÓN EC</p>	<p>Santiago Bernabéu: estas son todas las finales que se jugaron en el estadio</p> <p>REDACCIÓN DT</p>	<p>Encuesta gda</p> <p>JÓVENES LATINOAMERICANOS</p>
<p>A balazos caen dos delincuentes cerca de estación del Metropolitano</p> <p>REDACCIÓN EC</p>	<p>EN VIVO Bolívar vs. Blooming: duelo por el Clausura de la Liga boliviana</p> <p>REDACCIÓN DT</p>	<p>EN VIVO Junior vs. Santa Fe: por la semifinal de la Copa Sudamericana</p> <p>REDACCIÓN DT</p>	
<p>Venezolanos en Perú: unos 170 mil migrantes no han tramitado el PTP</p> <p>REDACCIÓN EC</p>			

Luego viene otro banner con una segunda secuencia de noticias relacionadas a un tema de coyuntura noticiosa. Estas noticias pueden sobre cualquier hecho, tema, declaración de algún personaje, emergencia, etc. de carácter nacional e internacional.



Continúa un recuadro denominado “Última minuto” que es una secuencia de hechos ocurridos en las últimas horas o minutos y se refieren a hechos de diversa temática y lugar, incluso se incluye los artículos de opinión de mayor lectura o notas que provienen de las redes sociales y que se han convertido en virales.

MAMÁ SABE

10 propiedades de la miel de abeja que quizás no sabías

Patrocinado por

#TOTTUS



ÚLTIMO MINUTO



20:11- Delincuentes en mototaxi roban S/7 mil y arrastran a mujer con 5 meses de embarazo

20:10- InSight aterrizó con éxito en Marte | Las primeras fotos que envió el robot | VIDEO

20:10- Pichincha: "Estamos en conversación con un club deportivo"

20:10- América vs. Toluca EN VIVO vía Televisa: águilas ganan 1-0 por cuartos de final del Apertura de la Liga MX

Luego, alterna los contenidos noticiosos sobre Ciencias y Tecnología con aquellos espacios patrocinados por empresas privadas como Telefónica, Sodimac, compañías de seguros, entre otras. Le sigue otra secuencia de contenidos patrocinados por otras empresas privadas: Tendencias, Disfruta en Casa, Farándula, Historias, Comparte tu Origen, Fotogalería, Innovación y Creatividad, Construye Bien, Vive Tranquilo, etc.

TENDENCIAS

CATÁLOGOS DIGITALES

Guía de Compras

← →

DISFRUTA EN CASA

¿Qué necesitas para sacarle provecho a tu cuenta de Netflix?

Contratado por **Claro**

— Farándula

Zac Efron: liberan primera fotografía del actor como un asesino serial

REDACCIÓN EC

Ciencias

China ordena detener actividades en caso de bebés modificados genéticamente

REDACCIÓN EC

Prueba de ADN ayudó a resolver el asesinato de mujer tras 50 años después

BBC MUNDO

Los escándalos de Angélica Rivera en sus 6 años como primera dama

REDACCIÓN EC

Rusia intentará comprobar si EE.UU. en verdad llegó a la Luna

REDACCIÓN EC

Espacio Labok Grupo Inmobiliario

Pacifik Ocean Tower: el proyecto con vista al mar que reduce hasta en 80% el movimiento sísmico

VIVE TRANQUILO

4 acciones que te ayudarán a cuidar la vista de tus hijos

Patrocinado por ABC del Seguro

CONSTRUYE BIEN

[VIDEO] Conoce la importancia de las columnas y vigas para una vivienda

Patrocinado por MAESTRO

CIENCIA Y TECNO 1 / 5

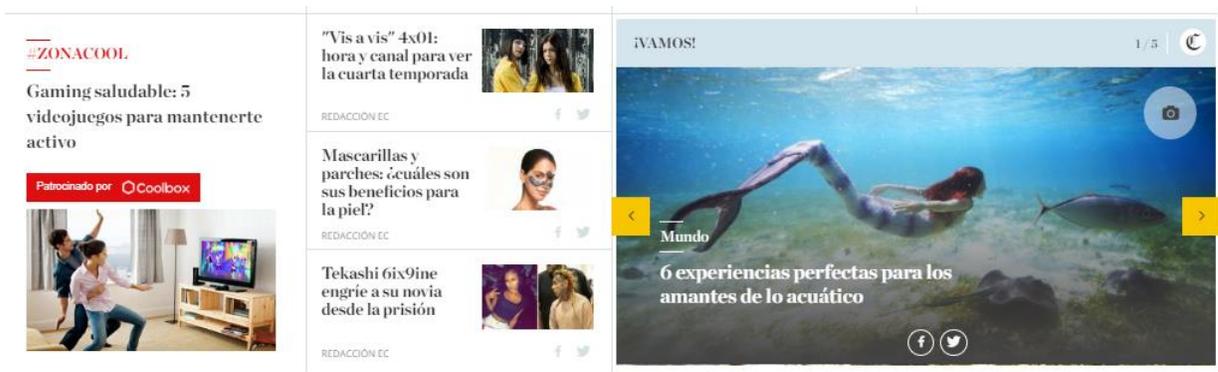
Ciencias

Rusia intentará comprobar si EE.UU. en verdad llegó a la Luna

Sigue un tercer banner con secuencias de noticias igualmente relevantes relacionadas con el acontecer noticioso de actualidad.



La sección Tendencias también presenta notas sobre diversos temas de turismo, humor, ciencias, televisión innovación y creatividad, la combina con espacios de publicidad. Igualmente, las secciones Zona Cool y ¡Vamos! la comparten con publicidad.



A través de banner presentan una secuencia de material audiovisual que informa, anuncia y analiza programas de televisión en series, que se difunden a través de canales por cable o streaming, que en la actualidad tiene mucha acogida con millonarias producciones muy sintonizadas.



Continúa con la sección de Deportes Total, principalmente sobre el fútbol nacional y mundial. Alterna informaciones de otros deportes o hechos que se relacionen con la temática deportiva.

DEPORTE TOTAL

Copa Libertadores 2018
River vs. Boca: Conmebol confirmó que la final será en el Santiago Bernabéu
REDACCIÓN DT

El Comercio
Anuncio : (0:25)
MÁS COMUNICACIÓN
El 11 ideal de la fecha 12
+ Más videos

River y Boca jugarán la final en Santiago Bernabéu
Fútbol mundial
River vs. Boca: esta es la fecha en la se jugará la final de la Copa Libertadores 2018
REDACCIÓN DT

River vs. Boca y los memes de la elección del Santiago Bernabéu | FOTOS
Fútbol mundial
REDACCIÓN DT

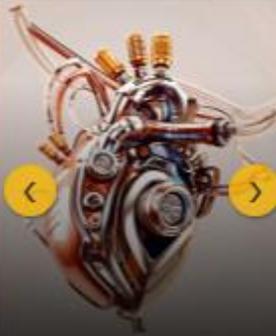
Selección
Juan Carlos Oblitas: "Desde la misma Federación han invadido mi privacidad"
PEDRO CANELO

Selección
Guillermo Ackermann: "El área de Relaciones Institucionales no ha filtrado ninguna imagen"
PEDRO CANELO

Selección
Selección peruana mantiene su ubicación en el reciente ranking FIFA
REDACCIÓN DT

Fútbol mundial
Cristiano tenía acuerdo con Milan antes de llegar a la Juve, según ex 'rossoneru'
REDACCIÓN DT

A continuación, despliega un resumen informativo y a través de unos recuadros presenta las tres informaciones más importantes del día de las diferentes secciones: Política, Lima, Perú, Mundo, Economía, Ciencia y Tecnología, Cartelera de Cine y Vamos (turismo), Casa y Más, Viú.

<p>POLÍTICA</p>  <p>Equipo Lava Jato de Brasil respalda el trabajo del fiscal Rafael Vela</p> <p>Pedro Chávarry declara este viernes ante fiscal José Domingo Pérez</p> <p>En FP critican "excesos" por un conflicto "personal" entre Letona y Víctima</p>	<p>LIMA</p>  <p>Delincuentes en mototaxi roban S. 7 mil y arrastran a mujer con 5 meses de...</p> <p>Breaña: ciudadanos extranjeros pueden vacunarse gratis en sede de Migraciones</p> <p>Los Olivares: sobeitan prisión preventiva para sujeto que acuchilló a su conviviente</p>	<p>PERÚ</p>  <p>Venezolanos en Perú: hay unos 170 mil migrantes que no han tramitado el PTP</p> <p>Los gobernadores y alcaldes detenidos este año por estar involucrados en delitos</p> <p>ONPE: Referéndum 2018: así deberás ubicar tu mesa de sufragio el 9 de diciembre</p>	<p>MUNDO</p>  <p>Maduro incrementa 2,5 veces el valor del sueldo mínimo en Venezuela</p> <p>Cómo fue vivir en el barrio donde Pablo Escobar conseguía sus sicarios</p> <p>Secretario de la ONU: se muestra dispuesto a dialogar con Bin Salman sobre Yemen</p>
<p>ECONOMÍA</p>  <p>Pichincha: "Estamos en conversación con un club deportivo"</p> <p>Perúpetro: En 2018 cambiaremos tendencia negativa en producción de...</p> <p>CADE: Milna recibirá S. 1.000 mls. del BID para garantizar servicios de salud</p>	 <p>SUPLEMENTO COMERCIAL</p> <p>Salud y Tecnología</p>	<p>TECNOLOGÍA Y CIENCIA</p>  <p>Pokémon Let's Go, una apuesta que se mueve entre la nostalgia y la ruptura...</p> <p>China ordena detener actividades en caso de bebés modificados genéticamente</p> <p>Salud: ¿Cómo reducir los gases intestinales, eructos y distensión abdominal?</p>	<p>CARTELERA</p>  <p>YAMOS.ALCINE</p> <p>PELÍCULAS</p> <p>CINES</p> <p>BUSCAR</p>
<p>VAMOS</p>  <p>¿Poco presupuesto? 4 buenas opciones para hospedarte en el extranjero</p> <p>6 experiencias perfectas para los amantes de lo acuático</p> <p>Escuela de samba nos cuenta por qué eligió al Perú como temática</p>	<p>CASA Y MÁS</p>  <p>Conoce todos los detalles de la mejor casa del 2018</p> <p>¿Qué necesitas para acondicionar una biblioteca en casa?</p> <p>Recorre la preciosa cabaña bohémica de Lana del Rey</p>	<p>Encuentra de todo en tecnología</p> <p>Lumingo.com</p>	<p>VIÚ!</p>  <p>¿Por qué sale la papada y cómo puedes evitarla?</p> <p>Priyanka Chopra: 10 cosas que no sabías de la prometida del momento</p> <p>Todo lo que sabemos de la esperada boda de Nick Jonas y Priyanka Chopra</p>

En la parte inferior de la portada presenta informaciones de la sección Luces, que incluye noticias y hechos sobre Espectáculos, relacionadas a la televisión, cine, arte y cultura tanto de alcance nacional como internacional.

LUCES

Cartelera renovada
**¿Con ganas de ir al cine?
Estas son las películas de
estreno esta semana**
REDACCIÓN EC

Boda sorpresa
**El cineasta Quentin
Tarantino se casó con la
modelo Daniella Pick**
AGENCIA EFE

Presenta nuevo filme
**Marion Cotillard: "He
aprendido a salir de los
personajes"**
AGENCIA EFE

Reconocimiento al género
**El reggae es declarado
Patrimonio Inmaterial de la
Humanidad**
REDACCIÓN EC

Una 'chica pesada'
**Lindsay reaccionó así ante el
video de Ariana Grande
inspirado en "Mean Girls"**
REDACCIÓN EC

Se casan el sábado
**Priyanka Chopra y Nick
Jonas llegaron a la India para
la "boda del año" | FOTOS**
AGENCIA AFP

En dos días
**Luis Miguel en Lima: se
agotaron todas las entradas
para el show de 'El Sol'**
REDACCIÓN EC

Nuevo avance
**"Dragon Ball Super: Broly"
lanza impresionante tráiler
con Gogeta | VIDEO**
REDACCIÓN EC

Cierra su portada con una sección denominada El Comercio Respuestas, que es una secuencia de audiovisuales de temas variados; y el postón con la información sobre los past directores y enlaces de interés para los lectores.

EL COMERCIO RESPUESTAS 1/2

El Comercio
 Empresa Editora El Comercio
 Jr. Santa Rosa #300 Lima 1 Perú
 Copyright © Elcomercio.pe
 Grupo El Comercio - Todos los derechos reservados.

DIRECTOR GENERAL:
 FRANCISCO MIRÓ QUESADA CANTUARIAS

DIRECTOR PERIODÍSTICO:
 JUAN JOSÉ GARRIDO KOEHLIN

DIRECTORES FUNDADORES:
 Manuel Amunátegui (1839-1875) y
 Alejandro Villota (1839-1861)

DIRECTORES:
 Luis Carranza (1875-1898)
 José Antonio Miró Quesada (1875-1905)
 Antonio Miró Quesada de la Guerra (1905-1935)
 Aurelio Miró Quesada de la Guerra (1935-1950)
 Luis Miró Quesada de la Guerra (1935-1974)
 Óscar Miró Quesada de la Guerra (1980-1981)
 Aurelio Miró Quesada Sosa (1980-1998)
 Alejandro Miró Quesada Garland (1980-2011)
 Alejandro Miró Quesada Cisneros (1999-2008)
 Francisco Miró Quesada Reda (2008-2013)
 Fritz Du Bois Freund (2013-2014)
 Fernando Berckemeyer Oláechea (2014-2018)

SUSCRIPCIONES:
suscriptores@comercio.com.pe

PUBLICIDAD:
fonavisitas@comercio.com.pe

CLUB EL COMERCIO:
clubelcomercio@comercio.com.pe
 Compromiso de Autorregulación Comercial

TERMINOS Y CONDICIONES DE USO
TRABAJA PARA GRUPO EL COMERCIO
LIBRO DE RECLAMACIONES
OFICINAS CONCESIONARIAS
PRINCIPIOS RECTORES
POLÍTICAS DE PRIVACIDAD
POLÍTICA INTEGRADA DE GESTIÓN
DERECHOS ARCO
POLÍTICA DE COÑONES

gda Miembro de Grupo de Gestión América

Es importante resaltar que disponen de varios espacios con enlaces a repositorios en donde se puede encontrar artículos de opinión de los columnistas, crónicas y reportajes especiales, utilizando diversas herramientas digitales.

La parte gráfica se compone de fotografías a todo color, que van acompañadas de una leyenda, que le da contexto a la imagen y a la vez es el link que conducirá a abrir la noticia. Cuando se relaciona un hecho noticioso presente con uno del pasado o se recuerda una efeméride, publican una foto en blanco y negro, recursos muy valiosos por la gran hemeroteca con que cuenta.

Otra particularidad de elcomercio.pe es que cuando se ingresa a leer la información, tanto en la cabecera, en despliegue horizontal y en los dos costados, en forma vertical, aparecen los banners de publicidad, que alternan los productos o servicios que se anuncia.

The image shows a screenshot of the El Comercio website. At the top, there is a large banner for the KIA CERATO 2019, featuring a 9-inch infotainment system. Below the banner, the website's navigation bar includes the El Comercio logo and various menu items like 'Lo último', 'Opinión', 'Política', 'Economía', etc. The main headline reads 'TODO SOBRE EL PEDIDO DE ASILO DIPLOMÁTICO DE ALAN GARCÍA A URUGUAY'. Below this, there is a section titled 'MÁS EN POLÍTICA' with several news snippets, each accompanied by a small image and a brief text description.

Vertical Advertisements:

- Left:** KIA CERATO 2019 advertisement featuring a man's face and social media-style text: #VIDA, #AZLOO, AMAS, #SINFILTRO, TE HACE EL DÍA, #PERSIGUETUSUEÑO, #ATREVETE.
- Right:** KIA CERATO 2019 advertisement highlighting features: #CONECTIVIDAD, SISTEMA KINET, #ESPACIO, MALETERA INTELIGENTE, #SEGURIDAD, 6 AIRBAGS.

Main Content:

SISTEMA KINET DE ENTRETENIMIENTO Y NAVEGACIÓN DE 9"

HOY | CADE | KEIKO | ALAN GARCÍA | L | MAMA SABE | CONSTRUYE BIEN | #ZONACOOOL | INGRESA A TU CUENTA | f | t | G+ | Q

El Comercio

Lo último | Opinión • Política • Economía • Perú • Lima • Mundo • Luces • DT • Somos • Ver Más • COLECCIONES • Club

TODO SOBRE EL PEDIDO DE ASILO DIPLOMÁTICO DE ALAN GARCÍA A URUGUAY

MÁS EN POLÍTICA

- ¿Cómo hará el presidente para mantener su popularidad?, por Jaime de Althaus
- Tubino: Renuncia de Úrsula Letona "no arrastra al resto de la bancada"
- Inteligencia superior: ¿cuáles son las habilidades del Mate 20 Pro?
- Interpelación a Balbuena: incluyen pregunta sobre manuscrito de San Martín
- Embajador Carlos Pareja culmina destacada carrera diplomática
- Equipo Lava Jato de Brasil respalda el trabajo del fiscal Rafael Vela

PUBLICIDAD

CABECERA

NOTICIA
ABRIDORA

**Equipo Lava
Jato de Brasil
respalda
investigación de
fiscales
peruanos**



EL GOO EN ARGENTINA
Varios conflictos se dan cita en Buenos Aires.

30 años
PROMOCIONES Y DESCUENTOS
Irrepetibles desde donde estás



Trump cancela su reunión con Putin



Ranking FIFA: ¿En qué puesto se ubica la selección?

PNP rescató a 13 mujeres que eran explotadas laboral y sexualmente

Allanan departamentos de Michael Urtecho

PORTADA

#CADE 2018xLR



CADE ejecutivo 2018: Segundo día de actividades. [FOTOS]



Óscar Espinosa: "El empresario no puede ver la corrupción desde el balcón"



CADE 2018: "Desde afuera se ve al Perú como el ejemplo"



CADE 2018: "Vemos muy positivo el esfuerzo del Ministerio de Vivienda"

KEIKO EN PRISIÓN



Fiscal José Domingo Pérez interrogará mañana a Pedro Chávarry por caso Keiko



Keiko Fujimori responde a Carlos Galdós por comentarios ofensivos



Martha Chávez: "En el fujimorismo no hay delinquentes"



José Ugaz: "Vamos a ver un deterioro de Fuerza Popular que lo va a llevar a la"

El portal Web de La República apareció por primera vez en la Internet el 11 de setiembre de 1995.

En la denominada Cabecera la web presenta el logo que lo identifica con el color rojo de fondo, así como los enlaces que lleva al lector directamente a las diferentes secciones del periódico. En la parte superior de la Cabecera hay un espacio para la publicidad.



Luego publica un primer bloque de noticias con una noticia abridora con foto y cuatro principales noticias del ámbito local o nacional con mucha relevancia informativa, acompañadas cada una con una foto y su respectiva leyenda, que a su vez sirve como enlace.



Debajo de estas principales notas y de acuerdo con la coyuntura noticiosa presenta tres secuencias de noticias con varias notas relacionadas a un tema o hecho, brindando un panorama general, con un cintillo que identifica la temática.

#CADE 2018xLR

			
<p>CADE ejecutivo 2018: Segundo día de actividades. [FOTOS]</p>	<p>Óscar Espinosa: "El empresario no puede ver la corrupción desde el balcón"</p>	<p>CADE 2018: "Desde afuera se ve al Perú como el ejemplo"</p>	<p>CADE 2018: "Vemos muy positivo el esfuerzo del Ministerio de Vivienda"</p>

KEIKO EN PRISIÓN

			
<p>Fiscal José Domingo Pérez interrogará mañana a Pedro Chávarry por caso Keiko</p>	<p>Keiko Fujimori responde a Carlos Galdós por comentarios ofensivos</p>	<p>Martha Chávez: "En el fujimorismo no hay delinquentes"</p>	<p>José Ugaz: "Vamos a ver un deterioro de Fuerza Popular que lo va a llevar a la desaparición"</p>

ALAN GARCÍA PIDE ASILO

			
<p>Fernando Olivera protagonizó tenso momento con secretario de Alan García [VIDEO]</p>	<p>Velásquez Quesquén no descarta que García pueda pedir asilo en otros países</p>	<p>Alan García dice que dejará de "administrar cuenta" y le preguntan si la de Andorra</p>	<p>Alan García anuncia que dejará de administrar su cuenta de Twitter</p>

En el uso de las herramientas digitales, seguidamente presenta el espacio para notas audiovisuales denominado RTV, y tiene como recuadro principal el identificado como: **Sin Guion**, conducido por Rosa María Palacios. Otro recuadro lo ocupa el programa de noticias 10 minutos conducido por Karen Herrera, Zejo Cortéz e Inés Llinás, que publica las principales noticias del momento y del día, en dos ediciones Matinal y Tarde. En un tercer recuadro se difunde el espacio de videos La Contra sobre temas de la farándula y espectáculos. En un cuarto recuadro se transmite el programa de análisis político denominado TRES D que tiene como panelistas a los periodistas Mirko Lauer, Augusto Álvarez y Fernando Rospigliosi. Y en un quinto recuadro el programa de entrevistas a diversos personajes de la política, Sigrid.pe. Les sigue a estos espacios para los audiovisuales un banner de publicidad.



Le sigue un espacio que presenta una miscelánea de contenidos con diferentes informaciones tomadas de las redes sociales como Facebook, Whatsapp, o comentarios sobre películas o series de Netflix, entre otros.



A continuación, presenta las tiras, cuyos contenidos están ordenados en forma vertical. Está la sección Últimas Noticias sobre ocurrencias recientes de diversos temas como deportes, política, sociedad. También se encuentra a los columnistas y la sección Tendencias.



También se encuentran otros espacios dispuestos en forma vertical como Video Ground, Reportero Ciudadano, Aweita.pe, que presenta notas de magazine, virales, cooltura, cine, test, música. En otros espacios se encuentra Carlincaturas, Heduardicidios, Lo más visto, así como el suplemento Domingo, Wapa.pe, y los diarios Libero y El Popular. Alterna la información con espacios de avisos clasificados para la compra y venta de casas y departamentos, autos y camionetas.

En el espacio para el cierre de su portada se observa el postón o más conocido como el Mapa de Sitio para enlazarse directamente de acuerdo con los temas de interés.

Se debe mencionar que cuando se despliega alguno de los links lo que se encuentra, dispuestos en forma vertical, en ambos costados son los banners de publicidad.



4.4.1.3. elperuano.pe Portada de elperuano.pe

Tipo de cambio:
Compra: 3.377
Venta: 3.381

Año del diálogo y la reconciliación nacional

DIARIO OFICIAL DEL BICENTENARIO

El Peruano

193 AÑOS

FUNDADO EL 22 DE OCTUBRE DE 1825 POR EL LIBERTADOR SIMÓN BOLÍVAR

Buscar...

MARTES 27
de noviembre de 2018

INICIO ACTUALIDAD + MUNDO OPINIÓN + DERECHO DEPORTE ESPECIALES + CULTURAL

Lima 2019 PANAMERICANOS 26 JUL AL 11 AGO

DÍA	HOR	MIN	SEG
241	08	04	13

 Lima 2019 PARAPANAMERICANOS 21 AGO AL 01 SEP

DÍA	HOR	MIN	SEG
269	08	04	13

CABECERA

NOTICIA
ABRIDORA



Presidente Vizcarra exhorta a trabajar con honestidad

Mandatario se reúne con autoridades electas de Ucayali. Jefe del Estado insta a desarrollar una administración articulada y de manera...

Publicaciones Oficiales

- Normas Legales
- Boletín Oficial
- Buscador en línea
- Buscar por Orden de Publicación

SALUD
RESOLUCION MINISTERIAL Designan Director General de la Dirección General de Operaciones en Salud

RELACIONES EXTERIORES
RESOLUCION SUPREMA Dan por terminadas funciones de Embajador Extraordinario y Plenipotenciario del Perú en los Estados Unidos de América

CULTURA
RESOLUCION MINISTERIAL Declaran en reorganización a la Dirección General de Patrimonio Arqueológico Inmueble del Viceministerio de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales y crean comisión reorganizadora

RELACIONES EXTERIORES
RESOLUCION SUPREMA

PORTADA



Política
Perú y Chile tratan 5 ejes temáticos
Dignatarios Vizcarra y Piñera encabezan Gabinete binacional en Santiago. Ministros de Defensa y de Relaciones Exteriores de ambos países suscriben...



Política
Villanueva pide humildad a alcaldes
Jefe del Gabinete Ministerial inauguró taller de inducción para los alcaldes electos de Junín.



Designaciones en el Sector Público



Política
El Perú espera tranquilo la decisión de Uruguay
Mandatario declara sobre pedido de Alan García. En el país existe independencia de poderes, recalca el Jefe del Estado.



Economía
Con mayor formalización y sin ruido político, el Perú crecería hasta 6%
Mesa redonda. Los inversionistas consideran aceptable el desempeño de la economía peruana, y en esa línea la reforma del judicial permitirá ejecutar...



Consulta si estás en la lista de trabajadores cesados irregularmente



Economía
Política de competitividad respetará derecho laboral
Buscará incrementar la productividad, afirma el MEF. El Gobierno quiere elevar ese factor con mercados de trabajo más dinámicos.



Política
Congreso rinde homenaje póstumo a Enrique Bernales
Destacan su papel en la política, docencia y cultura. Jurista y exsenador falleció el sábado a los 78 años víctima de penosa enfermedad.

PUNTO DE VENTA PODER JUDICIAL LIMA

El Peruano Horario de atención: Lunes a viernes de 08:00 a 13:30 horas y de 14:15 a 18:00 horas

Au. Albaray 4th - 1° piso, Telf. (01) 4272310
op_inform@poderjudicial.gob.pe / www.poderjudicial.gob.pe

Nuestros suplementos:

dica 216

ACCIÓN LEGAL

Lo Nuevo

AYAJES LIBRE

Ediciones especiales

El portal Web de El Peruano el 28 de julio de 1996. En la cabecera exhibe el logo que lo identifica, así como las secciones del periódico, con un enlace directo. También hay una ventana para la búsqueda rápida de los hechos, temas o personas.



Le sigue a la cabecera un cintillo que anuncia el inicio de las Juegos Panamericanos, y Parapanamericanos que se realizará en Lima entre los meses de julio y agosto del próximo año.



Luego presenta una noticia abridora con foto y una ventana denominada Publicaciones Oficiales, que es el resumen de las principales normas legales publicadas en el día, en el Boletín Oficial, que se entrega por la compra del periódico de papel. Una segunda ventana sirve como un buscador de normas legales, un buscador en línea de normas legales pasadas y que se pueden encontrar en la Internet.



Seguidamente, se encuentra un bloque de noticias, dispuesto de manera vertical, sobre diversos temas de carácter político, social, económico, empresarial, etc. En una tercera columna presenta una serie de recuadros que te llevan a encontrar información de importancia sobre los diversos servicios que brindan algunas organizaciones del Estado Peruano. También se encuentran enlaces hacia ediciones anteriores, la edición impresa, últimas noticias, editorial, columnas de opinión y vídeos de la Agencia Andina.



Economía

Proponen ampliar el control concurrente a todas las obras

Se aplicará a todos los proyectos mayores a los 100 millones de soles, explica Nelson Shack.



Economía

Reglamento del Fondo Crecer para diciembre

Cofide prevé lanzar plan para impulsar proyectos de tecnología.



Portal de Gestión de Atención al Cliente



Economía

Mejorarán colegios públicos del país

Durante su exposición en la CADE 2018, el ministro de Educación, Daniel Alfaro, subrayó que la brecha de infraestructura en la educación peruana...



Economía

Editora Perú diversifica sus productos

La empresa Editora Perú, que agrupa al Diario Oficial El Peruano, la Agencia Peruana de Noticias Andina y los Servicios Gráficos (Segraf)...



Economía

Potencial de energías no renovables en el sur del país

El sur peruano cuenta con gran potencial para desarrollar energías renovables no convencionales, reveló el presidente del Organismo Supervisor de la...



Política

Darán alimentos fortificados

Como parte del Proceso de Compras 2019, el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma promueve la entrega de productos fortificados para...





Política

Gobierno prioriza atención de las demandas públicas

Garantiza inversión en Salud y Educación, y asegura recursos para la reconstrucción.



Política

Aráoz se encargará de la Presidencia de la República

La segunda vicepresidenta de la República, Mercedes Aráoz, quedará a cargo del despacho de la Presidencia de la República durante el viaje del...



Ediciones anteriores

Descargue edición impresa:



Economía

Más del 60% de empresas públicas están digitalizadas

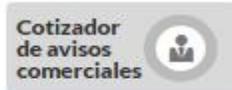
Con el uso de tecnología se eliminan las posibilidades de corrupción.



Economía

El 62% de las pymes en el país son informales

El 62% de las pequeñas y medianas empresas (pymes) que operan en el país son informales, sostuvo el presidente del Gremio de la Pequeña Empresa de la...



Últimas noticias

- (00:15) Este domingo podrá ingresar gratis a Caral, Ázapo y Uchirazo
- (00:15) Presidente Martín Vizcarra clausurará hoy CADE 2018
- (23:28) Pleno del Congreso continuará mañana debate sobre presupuesto 2019
- (22:35) "No hay país que haya crecido económicamente sin haber invertido en educación"
- (21:30) JNE exponerá alcancas del referéndum durante foro en Huacho
- (21:06) Más de \$1,430,000 en colmas cobró banco que liberará ayuda de Chiclayo
- (20:36) Qali Warma comprará alimentos fortificados para prevenir anemia



Economía

Gastronomía atrae a las empresarias peruanas

El sector gastronomía (restaurantes, catering) ocupa el segundo lugar en cuanto a emprendimientos desarrollados por mujeres peruanas residentes en el...



Política

Decisión de asilo será una posición sobre el Perú

Zeballos pide una respuesta razonada y justificada a Uruguay.



EDITORIAL

Urge regular el uso del plástico

Una de las principales metas para el Bicentenario de la Independencia del Perú es lograr que la población sea más responsable y rechace el consumo del plástico de un solo uso, y así poder contar con un ambiente más saludable. Para ello, el Gobierno, mediante el Ministerio del Ambiente (Minam), ejecuta y propone medidas concretas.

OPINION

Organizaciones criminales en el Perú

En los últimos días, la comunidad jurídica y académica y la opinión pública asistió a diversos procesos penales con notorios antecedentes y cuyos imputados forman parte de organizaciones criminales. Los medios de comunicación dan cuenta que a organizaciones políticas, gobiernos regionales y locales, así como a diversas instituciones públicas y privadas, se les ha llegado a comprender como organizaciones criminales.



Especial

Cambio de mando

Nuevo mandatario mantendrá su discurso contestatario en el ámbito nacional, aunque muestra mucho pragmatismo en política exterior.



País

Alcalde de Chiclayo dirige una organización criminal

Cometían actos de corrupción y extorsión a empresas de transporte.



Derecho

PJ dará mayor impulso a la justicia especializada

Prevén más juzgados para atender violencia familiar y pérdida de dominio.



Especial

Tendencias para el 2019

Un estudio de Kaspersky Lab revela que los ciberdelincentes exploran nuevas técnicas cada vez más complejas, que serán mucho más difíciles de...



(13:43) CADE 2018: El verdadero empresario invierte en el país y no se corrompe

En parte inferior, al cierre de la portada tiene la sección Imágenes del Tiempo, que son fotografías en blanco y negro sobre hechos que caracterizaron las décadas pasadas.

IMÁGENES EN EL TIEMPO - LAS GRANDES FIGURAS DE LA MÚSICA CRIOLLA

Gracias a la infatigable lucha emprendida por cantantes y compositores, el presidente Manuel Prado estableció en 1944 el Día de la Canción Criolla. Desde entonces los 31 de octubre se celebraban a todo pulmón con guitarra, cajón y castañuelas en escenarios como el callejón el Buque donde vivía la famosa Valentina Barrionuevo o en los centros musicales como el Pedro A. Bocanegra, entonces en la plazoleta de Malambito, el Pinglo del Parque Universitario, los victorianos del Tipuani, Victoria y Mariano Melgar. Nuestro primer puerto no se queda atrás con verbena y jarana en el Centro Musical Callao. Y para celebrar recordando, el Archivo Histórico del Diario Oficial El Peruano presenta a las grandes figuras de la música criolla en su mejor momento y con ellos transitan variadas emociones... con la voz legendaria de Rómulo Varillas, el sentimiento de Lucha Reyes o el canto lleno de peruanidad del Zambo Cervero... ¿Qué empiece la jarana!



Las grandes voces femeninas del criollismo: Esther Granados, Alicia Lizárraga, Jesús Vásquez y Eloísa Ángulo en Televisión Nacional del Perú - Canal 7 (1977). Foto: Archivo Histórico de EL PERUANO / Pavel Marrul

Cierra la portada con un resumen de principales noticias y el poston con la identificación de los directivos de Editora Perú.

Economía

Agilizan acceso a créditos Mivivienda

Las familias que desean un crédito hipotecario financiado por el Fondo Mivivienda pueden obtenerlo en menos de un mes -antes podía demorar un año- con la digitalización de los procesos que agilizan los trámites de la operación crediticia, destacó el gerente general del Fondo Mivivienda, Rodolfo Chávez.

Política

FP y PAP presentan moción contra Balbuena

Las bancadas de Fuerza Popular y el Partido Aprista presentaron una moción de interpelación contra la ministra de Cultura, Patricia Balbuena, con la finalidad de que explique lo concerniente al cancelado contrato firmado por su sector con la empresa vinculada con el exviceministro Luis Villacorta.

Derecho

Mejoran trámites administrativos

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat) modificó el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA) para adecuar estos trámites a los últimos cambios a la normativa fiscal vigente.

Tarifas Suscripciones Publicidad Web Distribuciones Operaciones Transparencia

Editora Perú

Presidente de Directorio: Carlos Escobar Gutiérrez
 Gerente General: Enrique Samahamud Valdearriba
 Director: Ricardo Montano Rojas
 Editora Perú Av. Alfonso Ugarte 573, Lima 1 Central Telefónica (51-1) 3150400
 Informaciones (51-1) 315-0400 anexos 2204 / 2218 / 2219
 2015 Empresa Peruana de Servicios Editoriales S.A. RUC 20100072751

PORQUE NUESTROS DOCTORES SIENTEN IGUAL QUE TÚ.



Clínica Delgado
 PASIÓN POR CUIDARTE

Dr. Paul Lucchesi
 Emergencia

PUBLICIDAD



AMPLIACIÓN DE NOTICIAS



NOTICIA ABRIDORA



En Perú solo hay 210 feminicidas sentenciados con cárcel y más de la mitad saldrá libre en menos de 15 años

En cifras actualizadas por el INPE hasta setiembre de 2018, se advierte también que solo una persona cumple cadena perpetua por **femicidio** y que otras 249 tienen prisión preventiva mientras las investigan por ese delito.

Por: Ana Bazo Reisman

- Madre de Dios | Hombre es acusado de ahorcar y quemar a su pareja



Abogado de Edwin Donayre asegura que no existe "una sentencia definitiva" contra el congresista

Julio Salomé indicó que el Poder Judicial "actúa en contravención a la Constitución" porque se le quiere dar el trato de un "condenado firme". El abogado indicó que esperarán la respuesta al recurso de nulidad de la sentencia.

- MTC inició trámite para anular licencia de conducir de Manuel Liendo Rázuri
- Moquegua | Tres paracaidistas heridos tras perder el control en maniobras de las FF.AA.

PORTADA

Actualidad



LIMA

Hildebrandt: "Yoshiyama ha pasado una frontera, está instalado en el surrealismo"



LIMA

Perico por lenguado: el 72% de cebicherías en Lima no sirve el pescado que ofrece en el menú



ECONOMÍA

Sunat remata hoy 18 PlayStation 4 desde S/700: ¿cómo adquirirlos?



ACTUALIDAD

Fotos | Estas son las primeras imágenes que envió la sonda InSight desde Marte



FACEBOOK

Crisis en Facebook: Mark Zuckerberg dejó la silla vacía frente a legisladores internacionales

Por: Jesús Velliz



CONTENIDO PATROCINADO

¿Cómo aumento mi fondo de pensiones?

Luego se inicia el despliegue informativo con dos recuadros. En el primero, una noticia abridora con foto y leyenda, además del titular de una segunda noticia, sin foto. En el segundo recuadro hay una noticia de similar relevancia noticiosa, pero con una imagen de menor tamaño. Acompaña a esta noticia, otras dos relacionadas que podrían ser del mismo tema, o los titulares de otras dos noticias, pero sin fotos.



Ministerio de Cultura: De irregularidades en una licitación a la renuncia de la ministra Balbuena

El presidente Martín Vizcarra aceptó la renuncia de Patricia Balbuena a la cartera de Cultura, a fin de que se realice "una investigación profunda, objetiva e imparcial". Este es el recuento del caso, que estalló con la denuncia que involucró a un viceministro con una buena pro.

- Patricia Balbuena presentó su renuncia al Ministerio de Cultura



Fiscal afirmó que Edwin Oviedo fue el principal beneficiado con asesinatos en azucarera Tumán

En la audiencia en la que se evaluó la prisión preventiva solicitada contra el titular de la FPF, el fiscal Juan Carrasco sostuvo la presunta autoría mediata de Oviedo en los asesinatos de dos sindicalistas en 2012 y 2015.

- Edwin Oviedo: prisión preventiva se resolverá el 5 de diciembre
- Oviedo asegura que "respetará la decisión del juez" sobre el pedido de prisión preventiva

Luego continúa un bloque de noticias de diversos temas, presentados a través de textos, fotos o vídeos, que pueden ser políticos, sociales, de economía, deportes; del ámbito local nacional e internacional.



ESTADOS UNIDOS

El expresidente de EE.UU., George H.W. Bush, murió a los 94 años



GOBIERNO

Martín Vizcarra responde a Roque Benavides: "No hay persecución empresarial"



CONGRESO

Luz Salgado: Moisés Mamani "debe asumir sus responsabilidades si así se determinan"



LATINOAMERICA

López Obrador, el izquierdista "tenaz" que promete un giro "radical" asume la presidencia de México este sábado



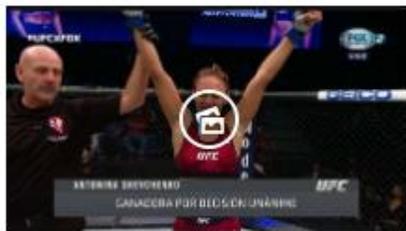
LATINOAMERICA

El llanto de Mauricio Macri al término de una función teatral dedicada a líderes del G20



CONTENIDO PATROCINADO

¿Cómo aumento mi fondo de pensiones?



UFC

Antonina Shevchenko debutó con una victoria en UFC tras derrotar a la coreana Ji Yeon Kim



CELEBRIDADES

Will Smith reveló detalles de la difícil relación que mantuvo con su primer hijo [FOTOS]



ACTUALIDAD

Olvídate de esta imagen del sistema solar: Así no se mueven los planetas

Por: Yohel Cruz

Luego continúan tres banners con secuencias de noticias, cada uno relacionado a un tema diferente, de acuerdo con la coyuntura noticiosa. En estas secuencias también se incluye diversos contenidos en textos, fotos y vídeos.

CADE



GOBIERNO

Vizcarra: "Que investiguen lo que quieran sobre Chinchero, damos la cara y nunca nos escondemos"



ECONOMÍA

Empresarios a favor del retiro de los actuales congresistas de la República



GOBIERNO

Embajador de EE.UU.: "Soy un convencido de la independencia de los poderes en el Perú"



GOBIERNO

Alonso Segura responde a Roque Benavides: "No hay persecución política de ningún tipo"



COPA LIBERTADORES

River vs. Boca | Fecha, hora y estadio confirmado para la final de la Copa Libertadores



COPA LIBERTADORES

"Son la lacra del fútbol": Maradona arremete contra la Conmebol por el River vs. Boca



COPA LIBERTADORES

Boca Juniors confirmó que irá hasta las últimas instancias tras fallo de Conmebol



COPA LIBERTADORES

Presidente de Conmebol: "Que los barras ni sueñen en viajar"

Referéndum 2018



LIMA

Referéndum 2018: ¿Qué implica la pregunta sobre el financiamiento de partidos políticos?



ELECCIONES

Referéndum 2018 | ONPE: Revisa aquí con tu DNI si fuiste elegido miembro de mesa



GOBIERNO

Ipsos | Referéndum: El 54% de los peruanos rechaza la restauración de la bicameralidad



ACTUALIDAD

Referéndum 2018 | ONPE: Conoce tu lugar de votación usando tu DNI

A continuación, se encuentra un blog denominado “Mujeres de Cambio” relacionado a otorgar a la mujer peruana las herramientas necesarias para su permanente lucha contra la violencia de género, el maltrato físico y psicológico, el emprendimiento empresarial, entre otros temas de empoderamiento a la mujer.



Mujeres de Cambio

LIMA
Ministra de la Mujer: Conclusiones del Foro Mujeres de Cambio plantean cómo erradicar la violencia contra la mujer

ACTUALIDAD
Estas son las conclusiones del Foro Mujeres de Cambio

LIMA
[Foro Mujeres de Cambio | En Perú, solo uno de cada 10 miembros de directorios son mujeres](#)

LIMA
Iniciativa 25 por el 25: El compromiso para prevenir la violencia contra la mujer

En el espacio horizontal que continúa se observa el RPP Postcast, denominado “La Receta de Gastón Acurio”, en el que se encuentran noticias sobre la gastronomía, entrevistas a personas relacionadas con el arte culinario y recetas para preparar los diferentes platos de nuestra comida.

RPP Podcasts



La receta de GASTÓN ACURIO

Escucha ahora

- Entrevistas ADN | Publicado: 30 NOV 2018
Venezolanos podrán sacar citas online para su PTP hasta fin de año
- Entrevistas ADN | Publicado: 30 NOV 2018
Carlos Neuhaus: Obras para Juegos Panamericanos estarán listas en el tiempo previsto
- La receta de Gastón Acurio | Publicado: 30 NOV 2018
Conchitas y tallarines se unen a una saltarina fiesta junto a Gastón Acurio

[TODOS LOS PODCASTS >](#)

Lo que sigue dos recuadros horizontales, espacios destinados para la publicidad o de productos o servicios patrocinadores.

#PrimerLoBueno Implementan paneles solares en Puno e impulsan el desarrollo de sus actividades productivas



LO BUENO SE COMPARTE

BECAS BCP

El Futuro del Perú está mejorando.
Descúbrelo aquí.

BCP

Lo que sigue es la sección Destacadas, que corresponde a noticias que durante las 34 horas anteriores han generado mucha demanda de los cibernautas. Los contenidos pueden ser de diversos temas presentados, utilizando los recursos multimedia.

Destacadas



ACTUALIDAD

RPP consolida y mantiene su liderazgo como la radio con más audiencia del Perú



RPP data>

En Perú solo hay 210 feminicidas sentenciados con cárcel y más de la mitad saldrá libre en menos de 15 años

Por: Ana Bazo Reisman



ACTUALIDAD

La otra ruta | Un futuro en la isla



LIMA

De Alan García a Jaime Yoshiyama: El análisis de César Hildebrandt y Ángel Páez en '¿Quién tiene la Razón?'

Las noticias sobre ciencia y tecnología son abordadas en un bloque horizontal en la sección denominada Tecno:

Tecno



ACTUALIDAD

Olvidate de esta imagen del sistema solar: Así no se mueven los planetas

Por: Yohel Cruz



VIDEOJUEGOS

Dota 2 | Infamous ficha a EternalEnvy y Sneyking para clasificatorias a The Bucharest Minor

Por: Leonardo Ancajima



VIDEOJUEGOS

Neymar Jr, Thiago Silva y Marquinhos se volverán streamers de Call of Duty: Black Ops 4



VIDEOJUEGOS

Consejos y detalles para el fin de semana del Community Day de Pokémon Go

Un espacio horizontal para la publicidad:



Proyecto Time - Surco

Oficinas en Surco Obtén tu propia oficina en Surco, desde US\$ 80,900. Cotice Ahora



Viene la sección Vital con temas relacionados al cuidado de la salud; noticias, entrevistas y reportajes sobre descubrimientos medicinales, tratamiento de algunas enfermedades o contenidos que transmiten instrucciones sobre qué hacer frente a diversas situaciones que las personas pueden enfrentar en el quehacer diario que afectan la salud.

Vital



SALUD

Conoce la nueva pastilla que reduce el riesgo de transmisión del VIH hasta en 90%



SALUD

Una nueva inmunoterapia suprime el virus del sida durante meses, según estudio



EXPERTOS

¿Qué hacer en caso de quemaduras?

Por: Rosalyn Sulica



SALUD

Estos son los efectos de la quimioterapia en una persona

La portada dedica también un espacio horizontal con cuatro recuadros a las informaciones sobre economía y negocios, incluye también algunos contenidos sobre tecnología, y aplicados al ámbito del mercado de valores, hacienda, etc.

Economía



ECONOMÍA

¿Cuánto dejaría de recaudar Sunat sin el impuesto ISC a casinos y tragamonedas?



ECONOMÍA

Estado, sindicatos de trabajadores y gremios empresariales inician debate de reforma laboral



MÁSTECONOMÍA

Nueva York establece un pago mínimo para conductores de Uber y otras aplicaciones



ECONOMÍA

Congreso no quiere que casinos y tragamonedas paguen Impuesto Selectivo al Consumo

Lo que continúa son espacios con nombres propios: Primero Lo bueno, Familia Punto.com, Crecer es Vivir, Viva Tranquilo, Protegemos Tu Salud, Vida Segura, Mejora Tu Empresa; dedicados a contenidos de patrocinadores con temáticas sobre educación (universidades), salud centros de salud), seguros (empresas de seguros) empresas (bancos y cajas de ahorro).

CONTENIDO PATROCINADO

<p>PRIMERO LO BUENO</p> <p>Perú es nombrado mejor destino del mundo para la</p> <p>Perú se mantiene como el primer productor y</p> <p>UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE</p>	<p>Familia Punto Com</p> <p>¿Cómo y por qué fomentar la actividad física en la época del</p> <p>Taxis por aplicativo: ¿cómo usarlos de forma segura?</p> <p>Familia puntocom</p>	<p>Crecer es Vivir</p> <p>La Transformación Digital en las Empresas Peruanas</p> <p>Los beneficios de la diversidad de género en los directorios por</p> <p>CENTRUM PUCP GRADUATE BUSINESS SCHOOL</p>	<p>Viva Tranquilo</p> <p>Cinco medidas preventivas para evitar que tu negocio</p> <p>Seis enfermedades que se previenen con actividad física</p> <p>abc del Seguro pacífico</p>
---	--	---	---

CONTENIDO PATROCINADO

<p>Viva Tranquilo</p> <p>Cinco medidas preventivas para evitar que tu negocio</p> <p>Seis enfermedades que se previenen con actividad física</p> <p>abc del Seguro pacífico</p>	<p>Protegemos tu Salud</p> <p>Gripe y resfrios: enfermedades y cuidados de los niños</p> <p>Lesiones en el fútbol: ¿Cómo evitar los desgarros y</p> <p>SANNA</p>	<p>Vida Segura</p> <p>¿Por qué un millennial sí debe tener seguro de vida?</p> <p>Asegura tu negocio en cinco pasos</p> <p>APESEG</p>	<p>Mejora tu Empresa</p> <p>Mypes: ¿Qué tipos de préstamos existen y cuál me conviene?</p> <p>¿Cómo solicitar préstamos por internet de manera</p> <p>Prestamype</p>
---	--	---	--

A continuación, se puede encontrar el espacio dedicado a la opinión a través de columnistas, quienes son destacados profesionales de diversas especialidades como abogados, ingenieros, comunicadores, psicólogos, biólogos, economistas, historiador, filósofo, ecólogo, entre otros.

Columnistas

<p></p> <p><u>Nadia Rodríguez</u></p> <p>Transformación digital en la educación superior</p>	<p></p> <p><u>María Soledad Escalante Beltrán</u></p> <p>La mujer política</p>	<p></p> <p><u>Juan Carlos Riveros</u></p> <p>El mar peruano: despensa y botadero</p>	<p></p> <p><u>Eduardo Quintanilla</u></p> <p>Las lecciones del elector como consumidor</p>
--	--	--	--

Con una variedad de temas y autores, se presenta un espacio horizontal con cuatro recuadros para alojar a los Blogs. Estos tienen un nombre propio relacionado con los contenidos que difunden: Más Consolas, Estereofonía, El Cuarto de Seiya.

Blogs RPP



MÁS CONSOLAS

La completa
desnaturalización de The
Game Awards

Por: Fernando Chuquillanqui



ESTEREOFONÍA

Reseña | Catervas y un
viaje de regreso al futuro

Por: Estereofonía



MÁS CONSOLAS

Esto pensamos de Fallout
76

Por: Fernando Chuquillanqui



EL CUARTO DE SEIYA

Saint Seiya en Netflix:
Nueva imagen y fecha de
estreno

Continúa un espacio horizontal para la publicidad.

SI TU NEGOCIO CRECE, CRECEN TODOS
ESTA NAVIDAD PIDE TU PRÉSTAMO EN CAJA PIURA

INICIA TU ONDA EXPANSIVA AQUÍ

CAJA PIURA
Tu oportunidad es ahora

Las noticias del acontecer nacional e internacional ocurrido en las últimas horas tienen un importante espacio, denominado “Lo Último” dispuesto de manera vertical en dos columnas, una para una foto y otra para el titular junto con la leyenda de la imagen. Una tercera columna está dedicada a contenidos de un producto patrocinador y la Cartelera RPP, que enlaza a ver todas las salas de cine de Lima, y las películas que en ellas se están proyectando.

Lo último

vital



VIH: Cinco consejos para prevenir la transmisión del virus del Sida

El uso de material esterilizado, lubricantes solubles al agua y preservativos son algunos consejos que se brindan desde la ginecología para prevenir la transmisión del Virus de la Inmunodeficiencia Humana (VIH).

MUNDO

Hace 6 minutos



“Caso Cerrado”: Ana María Polo es acusada de engañar a su público con casos falsos

Un usuario en Instagram reveló que un amigo suyo, que participó de uno de los programas de la estrella cubana, le confesó que los casos presentados en el programa eran falsos.

LATINOAMERICA

Hace 40 minutos



Corte electoral de Bolivia autoriza candidatura de Evo Morales para un nuevo mandato

El anuncio del Tribunal Supremo Electoral se dio en medio de protestas que demandan la inhabilitación de la candidatura del mandatario, considerada inconstitucional por la oposición.

ACTUALIDAD

Hace 51 minutos



Trump amenaza con imponer más aranceles sobre productos de China si no llegan a un acuerdo

Donald Trump defendió su estrategia proteccionista y consideró que los aranceles son una herramienta para "maximizar" el poder económico de Estados Unidos.

Contenido Patrocinado

Gracias a:  ASOCIACIÓN DE AFP

un minuto



¿En qué consiste la rentabilidad de las AFP?

Cartelera RPP



Encuentra las películas que están en cartelera:

TODAS LAS PELÍCULAS

TODAS LOS CINES

BUSCAR

presentado por  FANDANGO

Rpp.pe cierra su portada con un espacio denominado Galería, dedicado a una miscelánea de temas a través de una secuencia de fotos y vídeos.

Una particularidad que se presenta en todos los diarios digitales, y que forma parte de la evolución en la producción de material periodísticos, especialmente para la Internet, es la redacción de los titulares con preguntas, expresiones incompletas, motivadoras, misteriosas que incitan al lector a entrar al enlace para conocer de qué se trata la información, sea del ámbito nacional o internacional y que podría ser de interés personal. Se le denominada clickbait, que significa “ciberanzuelo” o “cibercebo” que busca que atraer al público a través de titulares llamativos, interrogativos, misteriosos.

El uso de este tipo de titulares acompañados con imágenes incompletas, muchas veces con una carga subjetiva, sea del redactor o del editor web, incentiva la curiosidad más que la necesidad de conocimiento por parte de los lectores, y que motiva el respectivo click para incrementar el volumen del tráfico en la página web, práctica muy común en todos los medios digitales, que les genera ingresos económicos por la publicidad.

De otro lado, todas las portadas de los periódicos digitales analizados permiten a los cibernautas ingresar a revisar los contenidos utilizando recursos que facilitan la navegación y que le dan a cada página web características de identificación propia.

Estos periódicos digitales tienen enlaces, que proporcionan mayor información, en sus barras de navegación, en los titulares de cada información, en etiquetas o tag, en columnas con nombres como “Lo más visto”, “Lo más leído” “Lo último”, al igual que recuadros que te llevan a la plataforma de videos Youtube.

También las portadas de estos periódicos tienen ventanas emergentes en las que se difunden información publicitaria. Mientras que, en la parte inferior, al cierre de la portada, se encuentra la relación de los cargos directivos y principales editores, contactos para la publicidad. En el caso de El Comercio se encuentra un enlace hacia el Manual de Principios Rectores.

4.4.2. Análisis Semiótico o de Contenido

Para el análisis de contenido es relevante precisar cuáles son los recursos periodísticos que utilizan los medios digitales elegidos y confirmar que tanto los contenidos como las herramientas digitales son de interés para los objetivos planteados

Tabla N° 20 Recursos periodísticos que utilizan los periódicos digitales

Analizar elementos de las secciones	Tipos de secciones	Número de secciones	Jerarquía (Rango)	
		Temáticas principales	(Lista)	Primera. Secundaria.
			Calidad	
			Grado de confianza	(Lista de fuentes)
	Géneros periodísticos	Tipos de géneros	Nota Informativa. Crónicas. Entrevistas. Reportajes. Columnas. Infografías.	
		Técnicas de redacción ciberperiodística	Pirámide invertida. Texto informativo. "Más información".	
			Titulares enlazados	A la misma página. A otra página.
		Profundización de la información	Hora de ...	Creación. Actualización. Revisión por Última vez.
	Autor de la noticia		Correo. Otros artículos.	
	Enlaces		De la sección. Hemeroteca. Externos.	
	Ampliación de la noticia		Gráfica. Audio. Vídeo.	

Tomado de "El rostro de los diarios digitales en el Perú" de María Mendoza Michilot

Algunos analistas proponen emplear técnicas que signifiquen el desarrollo de un periodismo de servicio, explicativo, con base en el análisis de datos y que no solo genere ingresos económicos al medio, sino que beneficie a los usuarios. Jarvis sugiere identificar cuatro necesidades de los consumidores y luego definir diez funciones periodísticas fundamentales. El resultado es una lista de posibilidades de nuevos quehaceres para el ciberperiodismo (Jarvis, 2015, pp. 22, 102-103):

Tabla N° 21 Necesidades de los consumidores y funciones periodísticas

Necesidades de los Consumidores	Funciones periodísticas	Posibles dimensiones por desarrollar
<ul style="list-style-type: none"> • Mantenerse informados. • Adquirir identidad personal (reforzar sus valores). • Integrar e interactuar socialmente (conversar). • Entretenerse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Verdad. • Independencia. • Imparcialidad. • Interés público. • Vigilancia. • Organización de foros. • Información. • Narración de historias. • Recopilación. • Dar sentido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información social (comunidades de interés y redes sociales). • Visualización de la información. • Realidad virtual (las gafas hacen que el usuario crea que está en otro lugar). • Juegos. • Robótica. • Minería de datos. • Informática móvil y ubicua. • Aprendizaje automatizado. • Otros.

Tomado de "El rostro de los diarios digitales en el Perú" de María Mendoza Michilot

Como es natural, en la actualidad el desarrollo del periodismo se ve reformulado por el uso de nuevos elementos que tienen como soporte las Nuevas Tecnologías de la

Información y Comunicación (NTIC) y así se evidencia que el texto se ve ampliado por el uso de fotos, vídeos y audios; visualizaciones explicativas, gráficas e interactivas, con vínculos a archivos del medio o de otros, que incluyen algunos comentarios.

Tabla N° 22 Uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación

Periódico	Temas	Tipos de fuentes	Género	Técnica de Redacción	Recursos Audio-visuales	Tipos de enlaces
elcomercio.pe	Política Lima Perú Mundo Economía Opinión Luces DT	Primarias Secundarias	Noticias Crónicas Columna Entrevist.	Pirámide invertida Interpretativa Argumentativa Reproducción	Textos Fotos Vídeos Audios Interactivos	Internos Externos
larepública.pe	Política Economía Sociedad Mundo Deportes Espectáculos Regiones	Primarias Secundarias	Noticias Crónicas Columna Entrevist.	Pirámide invertida Interpretativa Argumentativa Reproducción	Textos Fotos Vídeos Audios Interactivos	Internos Externos
elperuano.pe	Actualidad Mundo Opinión Derecho Deportes Cultural	Primarias Secundarias	Noticias Crónicas Columna Entrevist.	Pirámide invertida Interpretativa Argumentativa	Textos Fotos Vídeos Audios	Internos Externos
rpp.pe	Política Mundo Economía Deportes Lima Actualidad	Primarias Secundarias	Noticias Crónicas Columna Entrevist.	Pirámide invertida Interpretativa Argumentativa	Textos Fotos Vídeos Audios Interactivos	Internos Externos

Tomado de "El rostro de los diarios digitales en el Perú" de María Mendoza Michilot

Se ha determinado claramente que los contenidos de los periódicos digitales marcan diferencias en la producción del material informativo, con los periódicos de papel, la radio y la televisión. Una de las principales características es el lenguaje que se utiliza en las diversas plataformas y es en ese sentido que se debe presentar el análisis semiótico que permita explicar los contenidos que difunden los medios digitales.

Sin embargo, por tratarse de medios nacionales, que conviven en la misma coyuntura política, social y económica no son marcadas las diferencias que hay en cuanto a la forma como presentan los contenidos, producto de una común cultura periodística, tal como se aprecia en la siguiente tabla:

Tabla N° 23 Forma como los periódicos digitales presentan los contenidos

Densidad Léxica	Complejidad sintáctica	Apelación pragmática	Figuras literarias
<ul style="list-style-type: none"> • No se aprecia que exista densidad léxica, por cuanto no hay abundancia de textos. • No se percibe el uso de palabras, verbos, adjetivos diferentes de aquellos del lenguaje común. 	<ul style="list-style-type: none"> • La construcción de las oraciones y párrafos para producir los contenidos o expresar las ideas, no presenta complejidad desde el punto de vista sintáctico y de niveles de subordinación. 	<ul style="list-style-type: none"> • El lenguaje utilizado se ajusta al contexto social en el que se difunden los contenidos, para una correcta interpretación. • Los medios analizados obedecen a una calificación de “serios” por pertenecer a grupos mediáticos de reconocido prestigio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Por tratarse de contenidos periodísticos (noticias), principalmente sobre hechos puntuales, no se identifica el uso de figuras literarias. • Igualmente en los textos de contenidos subjetivos, no hay uso de figuras literarias.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

De la contrastación de la Hipótesis General se deduce que los contenidos de los periódicos digitales por ser interactivos tienen implicancia positiva en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur, es así que el Coeficiente de correlación es 0,757**, el mismo que comparando con los valores del Estadístico de comprobación rho de Spearman da cuenta de una Buena correlación, equivale a decir que existe correlación significativa entre las variables de estudio, los contenidos de los periódicos son adecuados para aportar a la formación de los estudiantes, porque usan las reglas y recurrencias del idioma.

Van Dijk, (1990) señala refiriéndose a los contenidos que: “La ciencia del texto pretende explicar cómo a través de estructuras textuales especiales, los individuos y grupos adoptan y elaboran determinados «contenidos» y cómo esta información lleva a la formación de deseos, decisiones y actuaciones, por ejemplo, cómo modificamos nuestro comportamiento” (p.22).

En efecto, si se considera, en esta afirmación, que los contenidos presentan los aspectos, las ideas más importantes de un producto comunicativo, para el caso de los periódicos digitales, es fundamental esa característica, los mismos que a su vez están vinculados con los hipertextos, la multiplataforma y la interactividad, propiedades del periodismo digital.

Si bien los contenidos tienen implicancia positiva en los aprendizajes de los estudiantes de las facultades de Ciencias de la Comunicación, sin embargo se trata no solo de analizar los contenidos periodísticos, sino también es importante modernizar tanto el hardware como el software, a fin de que los estudiantes asuman aprendizajes significativos, y luego los conocimientos sean aplicados en diversas situaciones y contextos, así como en distintos problemas, que les permita asumir nuevas competencias en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación

En la teoría cognoscitiva social de acuerdo con Bandura (1986) “El aprendizaje es principalmente una actividad de procesamiento de información, en la que la información acerca de la estructura de la conducta y acerca de acontecimientos ambientales se transforma en representaciones simbólicas que guían la acción” (p. 51).

Tal como plantea el autor el aprendizaje se da de manera permanente y activa a través de la vida del hombre, ocurre en la vida real en el quehacer cotidiano y siguiendo a Bandura se podría señalar que este se da de forma vicaria, vale decir a través de la observación del desempeño de modelos, y puede ser en vivo, de forma simbólica o electrónica, digital como en el caso del uso y consumo del periódico digital. El aprendizaje en buena cuenta supone que las personas aprenden de sus propios actos independientemente de cual sea el tipo de actos, aunque se tiende a remitir al inconsciente colectivo los actos y conductas que llevan al éxito y se desechan aquellos que conducen al fracaso, cuando el estudiante revisa el periódico digital está asumiendo por tanto aprendizajes vicarios porque observa modelos.

Respecto a la temática de los periódicos digitales por ser esta diversificada, tiene implicancia positiva en el grado de conocimientos de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur. De la contrastación de las hipótesis se obtiene como Coeficiente de correlación 0,745**, cuyo valor comparado con el Estadístico de Significancia de Rho de Spearman da cuenta de una buena correlación.

A partir del resultado y de acuerdo con la Hipótesis que se plantea en la investigación, es posible deducir que existe correlación significativa entre los temas de los periódicos digitales que coadyuvan a la formación del estudiante de Ciencias de la Comunicación y el grado de conocimiento de la realidad que se logra luego de consumir los contenidos de los periódicos digitales.

Es por tanto importante destacar el rol significativo que juega la temática de los periódicos digitales, situación que se refuerza con los planteamientos teóricos.

Para Habermas (1998):

El tema de un texto es una macroproposición subjetiva estratégicamente deducida, que se traspassa a las secuencias de las oraciones mediante macroprocesos (reglas, estrategias) sobre la base del conocimiento general del mundo y de las creencias e intereses personales. Un tema de este tipo es parte de una estructura jerárquica, programática o temática la macroestructura semántica- que puede expresarse mediante un resumen y que define lo que subjetivamente es la información más importante, la sustancia, el objetivo final del texto. (p. 51)

El tema según el autor se estructura teniendo en cuenta una secuencia de oraciones las mismas que observan reglas, estrategias en su configuración, a partir de los intereses de quienes generan el conocimiento, y forma igualmente parte de una estructura temática, que puede ser expresada a través de un resumen, siendo esta la parte más importante del texto.

La temática de los periódicos digitales tiene como eje principal los problemas sociales del contexto nacional, regional y local, los mismos que aportan a los conocimientos de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Lima Sur, respecto a un entorno social, a fin de coadyuvar en la búsqueda de alternativas de solución a los mismos.

Es importante señalar que sí bien se evidencia una relación estrecha entre temática y conocimientos de los estudiantes, sin embargo, aún queda pendiente la tarea de encontrar coincidencias entre la agenda ciudadana con las políticas públicas y éstas sean asumidas por los periódicos digitales, a fin de generar debates respecto de los aspectos de coincidencias, evitando en todo momento distorsión de la realidad.

Respecto a la segunda Hipótesis Específica, los géneros que se utilizan en los periódicos digitales por tener un tratamiento diferencial, asumen una implicancia positiva en las actitudes de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur. El Estadístico de comprobación es el rho de Spearman, cuya correlación, por otro lado es para este caso de 0.928***, siendo significativa, es mayor que 0.6, por tanto la

correlación es buena o consistente, lo que significa que se acepta la Hipótesis específica en referencia, permite deducir que los géneros periodísticos en el periodismo digital tiene importancia gravitante para condicionar actitudes o predisposición frente a determinados hechos referidos con el análisis de los acontecimientos políticos, culturales, sociales y económicos.

La utilización de los géneros de los periódicos digitales posibilita a los estudiantes entender las diversas maneras en que se presentan los contenidos a través de géneros informativos, de opinión y de interpretación, siendo los más atractivos los de interpretación como la crónica, o los de especialidad, así como los temas de interés particular referidos a ciencia y tecnología, derechos humanos, responsabilidad social empresarial, comunicación corporativa, marketing y publicidad entre otros.

En el caso de los géneros informativos los estudiantes de ciencias de la Comunicación identifican los elementos que configuran una noticia, su estructura, el valor social, humano, la inmediatez, interés, claridad, con un grado mayor de aproximación a la realidad, reconocen la importancia que tienen sobre todo para modificar actitudes, sin embargo, cada género cualquiera sea su naturaleza tiene un tratamiento.

Al respecto Gomis (2008) señala que:

En los medios electrónicos, la unidad del medio es menos evidente que en la prensa. La unidad funcional es el programa o, como se llama metafóricamente, el espacio. Cada programa tiene su estilo, sus leyes, su público, El carácter gratuito que en diversos países tiene la conexión con los medios electrónicos contribuye a un uso parcial” (p.110).

Como señala el autor cada uno de los géneros y programas tienen sus propias audiencias, sus propios estilos de uso y consumo social, situación que es necesaria tener en cuenta a la hora de diseñar los productos comunicativos destinados a los periódicos digitales.

Martínez Albertos (citado por Gomis, 2008) señala que solo hay dos grandes géneros periodísticos *the story* (la historia) y *the comment* (el comentario). Sin embargo, en sus diferentes aplicaciones y en contextos diversos la realidad de la que se ocupa el periodismo es mucho más variada y rica, y es así que se puede identificar la noticia, crónica o reportaje para contar las historias y editorial, columna o comentario para el comentario, haciendo la diferencia entre la objetividad en los primeros y la subjetividad en los segundos.

Esta diferenciación que se hace de los géneros es válida en efecto en cualquier medio, López de Zuazo (citado por Gomis, 2008) por su parte propone una ampliación hasta un total de ocho géneros, cuatro de periodismo informativo (información, reportaje, entrevista y crónica) y cuatro de periodismo de opinión (artículo firmado, editorial, comentario o columna y crítica), en la misma línea Martín Vivaldi, distingue cuatro: noticia, reportaje, crónica y artículo.

No todos los géneros tienen la misma importancia en los diversos medios. Cada uno insiste especialmente en los que corresponden a sus funciones y su estilo. El diario ofrece la gama más completa, desde la noticia, que es uno de sus puntales, hasta el comentario editorial, que es el otro. Después de las noticias venden sus complementos lógicos, como el reportaje, la entrevista y la crónica. El diario publica también críticas literarias, teatrales, cinematográficas, musicales y artísticas. Y, generalmente en página o páginas diferentes, presenta diversas formas de comentario (Gomis, 2008, p.123)

Efectivamente, no todos los medios de comunicación y sobre todo los periódicos digitales consideran todos los géneros, como bien señala Gomis, se trata de que estos cumplan su función, las preferencias y necesidades informativas son de las más diversas y se trata precisamente de satisfacer estas demandas, aplicando de manera estricta los principios ético-deontológicos como práctica del quehacer cotidiano de los medios

Respecto a la Hipótesis, el lenguaje de los contenidos de los periódicos digitales por ser coloquial, tiene implicancia positiva en la interacción comunicativa de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur. Se observa en los resultados

de la prueba que existe correlación significativa, aplicando el rho de Spearman, cuyo coeficiente de correlación es igual a 0.808*** siendo por tanto ésta consistente.

El lenguaje cuando es coloquial es de fácil comprensión para los estudiantes, así como para los diferentes actores sociales que consumen el producto comunicativo y que toman como referencia para incrementar sus interacciones comunicativas interpersonales y sociales, pero principalmente en los procesos de construcción de aprendizajes, a través de garantizar el proceso comunicativo.

Sin embargo cuando se trata de temas especializados, el lenguaje se presenta con algún nivel de tecnicismo, situación que de alguna manera dificulta el proceso de aprendizaje, vale decir que el proceso de apropiación de los conceptos, resúmenes, aspectos fundamentales, de los mensajes, cuando de lo que se trata es de utilizar un lenguaje mucho más accesible vulgarizando el conocimiento científico, en razón a que esta constituye la base fundamental de los aprendizajes y de las interacciones comunicativas, este hecho exige de los comunicadores de manera general y de los periodistas digitales de forma particular especialización en temas económicos, ambientales, culturales, políticos entre otros.

El lenguaje de los mensajes o productos comunicativos aporta su vez a mejorar las competencias comunicativas orales y escritas de los estudiantes en las que aún se evidencian algunas deficiencias referidas a la calidad de sus expresiones para exteriorizar sus ideas y mucho más aún en la redacción escrita, por tanto corresponde a la academia mejorar estas competencias, considerando que un proceso comunicativo eficiente no solo garantiza éxito profesional, sino sobre todo desempeño de calidad en todos los ámbitos.

Para potenciar el rol educativo de los periódicos digitales el lenguaje debería ser más apropiado para las exigencias de información y formación de los estudiantes teniendo en cuenta que es un proceso que tiene relación directa con quienes participan en las interacciones comunicativas.

Jespersen (citado por Alvarado, 1956) afirma que lo primario y esencial en el lenguaje es que al ser hablado hace un uso fonético y fonológico que lleva a la vez la creación de un hablante y un oyente intercambiando roles, en sentido inverso, cumpliendo así con el proceso de comunicación. De otro lado, el lenguaje escrito sustituye la palabra hablada- oída por signos y asume una valoración extrema, pero que es un error considerarlo un fenómeno estático sobre el cual pueden constituirse de manera impune toda clase de historias y estudios, que en realidad están desconectados unos de otros sin alguna vinculación que permita contextualizarlos.

Esto nos da a entender que si existen análisis de textos escritos examinados bajo las leyes generales y no concuerdan con estas, entonces se considera que es algo irregular. Por ello, es importante señalar la relevancia que tiene la estructura de las palabras, y otras condiciones propias del idioma, que pueden ser escritas en formar regulares o irregulares que son las excepciones.

El lenguaje siendo una característica inherente al ser humano se podría considerar como una vivencia, expresión de afectos, manifestaciones estéticas, donde los elementos externos no tienen, en absoluto, importancia alguna. No se puede ocultar el interés que ofrece este punto de vista tan poético, pero a la vez tan verdadero, porque a través del lenguaje se ponen de manifiesto las más variadas expresiones del hombre. Las aplicaciones a la lingüística no son otra cosa que la vivencia como método fundamental del lenguaje. Se puede decir que si existe esta posición estética, afectiva o vivencial no es todo el lenguaje, es por lo menos lo mejor del mismo.

Las interacciones comunicativas en la práctica cotidiana se ven facilitadas por la temática, los contenidos y argumentos de los periódicos digitales además del hardware que permite que esta sea inmediata directa y de manera sincronizada, utilizando diferentes herramientas digitales, las mismas que permiten hacer más fluidas las interacciones entre estudiantes y de estos con los docentes en el proceso de aprendizaje y sobre todo en el entorno social en el que se desenvuelve, aun cuando están mediadas por las tecnología.

Para Van Dijk (1990):

El discurso no es solo texto, sino también una forma de interacción. Una declaración judicial no es solo una secuencia de oraciones coherentes que definen un tipo de discurso, sino también una forma de acción jurídica particular, que solamente participantes específicos pueden desempeñar en momentos específicos. En otras palabras, un análisis extenso del discurso supone una integración del texto y el contexto en el sentido de que el uso de un discurso en una situación social es al mismo tiempo un acto social. (p.52)

Los estudiantes de Ciencias de la Comunicación que han sido los sujetos de estudio, expresan en sus actos sociales discursos que se estructuran para dinamizar sus interacciones comunicativas, a través de expresiones coherentes que se articulan a un determinado contexto.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Primera conclusión

Los contenidos de los periódicos digitales presentan características propias como la interactividad, la hipertextualidad y multimedialidad, que los enriquecen y eso es positivo en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur. Esta contribución no es una conclusión subjetiva, se trata de una constatación real de las características de los periódicos digitales. Se colige, igualmente, de los resultados estadísticos, con valor de Rho de Spearman es 0,757, cuyo coeficiente de correlación es significativo.

Si bien es cierto, existen diversos tipos de medios digitales, con contenidos generalistas, temáticas específicas, para públicos objetivos sectorizados por sexo y edad y otras características de los consumidores, todos contribuyen al objetivo que se plantea, que es el aprendizaje práctico de los estudiantes de periodismo.

Segunda conclusión

La temática de los periódicos digitales es muy diversas y plural y ello repercute de manera positiva en el grado de conocimientos de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur. De acuerdo con lo expresado por los editores de los diarios digitales y los especialistas en periodismo digital, así como del resultado obtenido en la aplicación de las encuestas y del análisis estructural y semiótico de los periódicos digitales, los temas que abordan son de mucha relevancia, porque permite a los estudiantes tener una visión noticiosa global. Se deduce, también, de los resultados estadísticos con el valor de Rho de Spearman igual a 0,745 cuyo coeficiente da cuenta de una buena correlación.

La llamada sociedad de la información se pone de manifiesto, al contar con periódicos digitales que dan la posibilidad de conocer los temas que interesan al

mundo, desde diferentes miradas ideológicas, y que los estudiantes de periodismo están en la necesidad y obligación de conocer.

Tercera conclusión

Los géneros que se utilizan en los periódicos digitales permiten diversificar la forma como se difunden los contenidos y eso repercute en forma positiva en las actitudes de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur. La diversidad de estilos y formas de presentar las historias le dan a los periódicos digitales la característica necesaria para ser atractivos a los estudiantes y público en general. Esto se deriva de los resultados estadísticos con el valor de Rho de Spearman igual a 0,928 cuyo coeficiente da cuenta de una muy buena correlación.

La relación medios digitales-estudiantes genera los espacios adecuados para la investigación, producción y difusión de contenidos periodísticos en sus diferentes géneros y formatos. La lectura y análisis de los contenidos elaborados por periodistas profesionales permite a los estudiantes, desarrollar una de las competencias fundamentales para la carrera, que es tener una cultura de la actualidad informativa. Ese análisis también concede la posibilidad de confirmar las definiciones y conceptos sobre los géneros y formatos como: la noticia, la crónica periodística, el reportaje, la entrevista, así como conocer los elementos que los caracteriza.

Cuarta conclusión

El lenguaje de los contenidos de los periódicos digitales por ser de uso común, tiene implicancia positiva en la interacción comunicativa de los estudiantes de periodismo de las universidades privadas de Lima sur. Esta afirmación se desprende del resultado estadístico con el valor de Rho de Spearman igual a 0,808, cuyo coeficiente da cuenta de una buena correlación.

La formación de los estudiantes universitarios no se debe centrar solo en el conocimiento profesional, sino también debe contribuir al crecimiento personal. La interacción comunicativa es una característica fundamental en todo periodista y los estudiantes de esta carrera la deben desarrollar recurriendo a muchas técnicas y

fuentes que le permitan alcanzar esa propiedad. Una de ellas es, definitivamente, el ejercicio permanente de la lectura, y que mejor hacerlo practicando desde fuentes periodísticas de calidad. Sin duda, que resulta muy positivo para un estudiante y luego para un profesional del periodismo manejar con habilidad el lenguaje, lo que implica mejores interacciones de comunicación.

Lo que se logra de la práctica permanente, por parte de los estudiantes, de acceder a la información y análisis de los contenidos periodísticos en medios digitales, es que pueden confirmar definiciones y conceptos del periodismo que en el aula lo conocieron. Eso es, precisamente, el efecto deseado, el aprendizaje de los estudiantes, es decir, que hay una importante contribución de los multimedia en el proceso de formación académica de los futuros periodistas. Sin embargo, se debe desarrollar en las universidades bajo la dirección de un profesional que tenga la debida experiencia, tanto en el trabajo de campo laboral periodístico como en la docencia universitaria.

6.2 Recomendaciones

Primera recomendación

Para el desarrollo de los sílabos de los cursos de periodismo, en las facultades de Ciencias de la Comunicación, se debe implementar aulas-laboratorios equipadas con PC, conexión a Internet y el software Team Viewer u otro similar. Esta mínima infraestructura permite el acceso a los principales medios digitales nacionales y extranjeros que asegura la revisión permanente de sus contenidos; de igual forma permite una interacción entre todos los estudiantes y el docente, y es un apoyo para la práctica de la redacción periodística de los estudiantes bajo la supervisión del docente a través del acceso remoto.

Se debe resaltar que es el periodista-docente el que seleccione aquellos medios digitales, cuyos contenidos cumplan con altos estándares de ética y calidad periodística. Un docente sin experiencia, sin haber hecho el trabajo periodístico “en la calle” difícilmente podrá compartir prácticas, rutinas, usos, hábitos, estilos del ámbito periodístico con los estudiantes.

Segunda recomendación

La temática periodística, que servirá como propuesta para que los estudiantes aprendan los fundamentos del periodismo, debe ser elegida por los docentes en concordancia con los temas consignados en los sílabos de estudio. Esta acción forma parte de un planeamiento educativo que se debe revisar al inicio de cada ciclo académico, con participación de todos los docentes involucrados en la enseñanza de los cursos de periodismo.

Tercera recomendación

El acceso a los medios digitales no debe quedar solo en el análisis de los contenidos y temas periodísticos, por tanto, se debe motivar a que los estudiantes produzcan sus propios contenidos, en blogs, canales de audio y vídeo que la tecnología les permite. Esta producción periodística, bajo la supervisión del docente,

debe centrarse en el desarrollo de las competencias, para la redacción, edición, diagramación, realización de reportajes interactivos, producción de material audiovisual; que confirme el aprendizaje de los conceptos y técnicas del periodismo y su aplicación, con el uso de los géneros periodísticos.

La producción del material periodístico a través de medios digitales debe comprometer a los estudiantes, desde las aulas universitarias, a cumplir con los rigores de la ética profesional. La libertad que ahora se tiene para el uso de Internet no debe llevar a vulnerar derechos individuales y colectivos y soslayar el objetivo claro y preciso del periodismo, que es estar al servicio de la sociedad.

Cuarta recomendación

Desarrollar el hábito del uso del lenguaje periodístico logrado desde la lectura permanente de los periódicos digitales y en general del buen hábito de leer, no solo sobre la coyuntura periodística sino también sobre temas que ayudan a una formación integral del estudiante. Esta práctica, igualmente, desarrolla una comunicación efectiva, el buen manejo del idioma, así como la seguridad en la expresión de las ideas, característica fundamental en todo periodista.

Como idea final se puede afirmar que ejercer el periodismo y hacerlo a través de plataformas multimedia, ya no es un trabajo para los periodistas del futuro, es algo que ha evolucionado tan rápidamente en los últimos años que se trata de una profesión del presente, lo que obliga a una actualización permanente de los nuevos conceptos que se debe manejar para difundir los contenidos periodísticos. El perfil de los nuevos periodistas debe ser aquel que cumpla con los requerimientos que la sociedad actual demanda.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Allport, G. (1935). *Manual de Psicología Social*. Worcester, Massachusetts, Estados Unidos: Clark University Press.
- Alvarado, E. (1956). *Teoría del Lenguaje de Otto Jespersen*. THESAURUS. Tomo XI, números 1, 2 y 3. Thesaurus Linguae Graecae. California - Estados Unidos: Instituto de Investigación Estadounidense. Universidad de California, EE. UU.
- Apel, O. (1991). *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Barcelona – España: Ediciones Paidós I.C.E. de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Armañanzas, E. (2012). *Docencia del ciberperiodismo: Estrategias para una simulación eficaz*. España: Universidad del País Vasco.
- Ausubel, D. (2002). *Adquisición y Retención del Conocimiento, Un Perspectiva Cognitiva*. Madrid – España: Editorial Paidos.
- Ausubel, D., Novak, J. & Hanesian, H. (1983). *Psicología Educativa. Un punto de vista cognitivo*. México. Editorial Trillas.
- Ávila, W. (2012). *El uso de las tecnologías de información y comunicación en el aprendizaje significativo de los estudiantes del instituto pedagógico “Los Ríos”, propuesta de guía didáctica para docentes sobre el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)*. Guayaquil – Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Bandura, A. (1986). *Teoría del Aprendizaje Social*. Barcelona – España: S.L.U. ESPASA Libros.
- Baron, L. (2013) *La Teoría Lingüística de Noam Chomsky: del Inicio a la Actualidad*. Bogotá – Colombia: Fundación Universitaria Los Libertadores. Universidad del Rosario.

- Breton, P. (2014). *La Argumentación en la Comunicación*. Cataluña – España. Editorial UOC (Universitat Oberta de Catalunya).
- Cabero, J. (1996). *Nuevas tecnologías, comunicación y educación*. Caracas – Venezuela: Revista Edutec.
<http://especializacion.una.edu.ve/iniciacion/paginas/cabero.pdf>.
- Camacho, C. (2005). *El derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa*. Quito – Ecuador: Aportes Andinos No.14. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador; Programa Andino de Derechos Humanos.
- Carroll, J. B. (1963). *A Model of School Learning*. Estados Unidos: Teachers College Record. Columbia University.
- Castells, M. (1997). *La era de la información (3 vols.* Madrid - España: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona – España: Editorial Areté.
- Chomsky, N. (1991). *Lenguaje Sociedad y Cognición*. Ciudad de México. Editorial Trillas.
- Cortina, A. (1997). *El mundo de los valores, Ética y Educación*. Santa Fe de Bogotá, Colombia: Editorial El Buho.
- De Beaugrande, R. & Dressler, W. (1981). *Introducción a la lingüística del texto*. Barcelona – España: Editorial Ariel.
- Dearing, J. & Rogers, E. (1996). *Communication Concepts*. California - Estados Unidos: Comunicación y Sociedad Volumen 6 ISSN 1057-7440. SAGE Publishing.

- Derieux, E. (2004). *Estado actual de la libertad de expresión y del derecho a la información*. España: Telos: Cuadernos de comunicación e innovación, ISSN 0213-084X, N° 58.
- Desantes, J. (1994). *Derecho a la Información. Materiales para un sistema de Comunicación*. España: Fundación Coso para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
- Díaz, I. (2009). *“Las competencias TIC y la integración de las tecnologías de la información y comunicación de los docentes de la Universidad Católica del Maule (UCM)”*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Escofet, A. & García, I. & Gros, B. *“Las nuevas culturas de aprendizaje y su incidencia en la educación superior”*. Catalunya – España: Facultad de Pedagogía de la Universidad de Barcelona - eLearn Center. Universitat Oberta de Catalunya.
- Gairín, J. (1990). *Las actitudes en Educación*. Barcelona – España: Un estudio sobre la educación matemática. Editorial Boixareu Universitaria.
- García, M. (2015). *“Estrategias Didácticas y Rendimiento Académico en los Estudiantes de la carrera de Biología de la facultad de Ciencias Biológicas de la UNAP– 2014”*. Iquitos – Perú: Tesis para optar el grado académico de doctor en Educación. Universidad Nacional de la Amazonia Peruana - Escuela de Posgrado “José Torres Vásquez”.
- Gomis, L. (2008). *Teoría de los Géneros Periodísticos*. Barcelona – España: Editorial UOC press.
- Gómez, M. (1992). *La reconstrucción filosófica del discurso pedagógico desde la teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas*. Bogotá – Colombia: Revista Educación y Pedagogía No. 7. Facultad de Filosofía Universidad Javeriana.

- Gómez, B. (2017). *La función educadora de la prensa como mass media en la era digital*. Valladolid – España: Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Ediciones Complutense.
- Habermas, J. (1998). *Teoría de la Acción Comunicativa*. Madrid – España: Taurus Humanidades.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (1991). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Hessen, J. (1925). *Teoría del Conocimiento*. Colonia - Alemania. Instituto Latinoamericano de Ciencias y Arte.
- Hopenhayn, M. (2003). *Educación, comunicación y cultura en la sociedad de la información: una perspectiva latinoamericana*. Santiago de Chile: Cepal – Naciones Unidas.
- Jarvis, J. (2015). *El fin de los medios de comunicación de masas. ¿Cómo serán las noticias del futuro?* Barcelona - España: Editorial Gestión 2000.
- Kapuściński, R. (2006). *Los Cínicos no sirven para este oficio*. Barcelona – España: Traducción de Xavier González Rovira. Editorial Anagrama.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004). *Los elementos del periodismo*. Bogotá –Colombia: Traducción de Amado Diéguez. Editora Aguilar.
- León, G. (2012). *“Uso de tecnologías de información y comunicación en estudiantes del VII ciclo de dos instituciones educativas del callao”*. Lima – Perú: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Leuridan, J. (2016). *El sentido de las dimensiones éticas de la vida*. Lima – Perú: Fondo Editorial de la Universidad San Martín de Porres.

- Lippmann, W. (1964). *La Opinión Pública*. Buenos Aires – Argentina: Traducido por Sylvia Molloy. Compañía General Fabril Editora.
- Magne, J. (2014). *Los fundamentos de la ética discursiva en Habermas y Apel*. Barcelona – España: Oxímora. Revista Internacional de Ética y Política, núm. 2, primavera 2013, pp. 137-158. Universitat de Barcelona (UB).
- Marzano, R. (2014) “*Aplicación del Sistema Multimedia Interactivo (SAMI) en la enseñanza de física para el logro de aprendizajes de los estudiantes de la Facultad de Ciencias, de la Universidad Nacional de Educación “Enrique Guzmán y Valle”*”. Lima – Perú: Tesis para optar el grado académico de doctor en educación por la Universidad San Martín de Porres.
- Martínez, J. (1972). *La Información en una Sociedad Industrial*. Madrid – España: Editorial Tecnos.
- Martínez, J. (1974). *Redacción Periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita*. Barcelona – España: A.T.E. Editorial.
- McCombs & Shaw (1995). *Teoría de la Agenda Setting*. Madrid – España: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- McCombs, M. & Evatt, D. (1995), *Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda-setting*. Navarra – España: Comunicación y Sociedad Vol. VIII. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.
- McCombs, M. & Weaver, D. (1973), *Voter’s Need for Orientation and Use of Mass Communication*. Montreal – Canadá: Exposición presentada en el Annual Meeting of International Communication Association.
- McQuail, D. (1995). *Introducción a la Comunicación de Masas*. Barcelona – España: Editorial Paidós Ibérica.

- Mendoza, M. (2017). *El rostro de los diarios digitales en el Perú*. Lima – Perú: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Mestres, L. (2007). *Los medios de comunicación y la educación*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación.
- Miró Quesada, A. (1991). *El Periodismo*. Lima – Perú: Editado por Servicios Especiales de Edición.
- Moreso, J. (2006). *Lógica, Argumentación e Interpretación en el Derecho*. Cataluña – España. Editorial UOC (Universitat Oberta de Catalunya).
- Quintanilla, M. (1999). *La misión y el gobierno de la universidad abierta*. Madrid – España: Revista de Occidente, Fundación Ortega y Gasset.
- Rodríguez-Cruz, Y. (2013). *Análisis de la dimensión cognitiva en el proceso informacional de toma de decisiones organizacionales*. La Habana – Cuba: Ciencias de la Información, vol. 44, núm. 1, 2013. Instituto de Información Científica y Tecnológica.
- Romero-Rodríguez, L. & Aguaded, I. (2016). *Consumo informativo y competencias digitales de estudiantes de periodismo de Colombia, Perú y Venezuela*. Ciudad de México. Convergencia Revista de Ciencias Sociales.
- Ruiz, D. & Tello, O. (2015) *Uso didáctico de las herramientas web 2.0 por docentes del área de comunicación*. Lima – Perú: Artículo publicable para optar el grado de Magistra y Magíster en Integración e Innovación Educativa de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Universidad Pontificia Católica del Perú.

- Sánchez-García, P. & Marinho, S. (2016). *La formación digital en los programas de periodismo de España y Portugal*. Ciudad de México: Andamios: Revista de Investigación Social.
- Sanvisens, A. (1988): *Hacia una Pedagogía de la Comunicación*. Barcelona – España: Comunicación y Educación. Editorial Paidós.
- Saperas, E. (1987). *Efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona – España: Editorial Ariel.
- Saukkonen, P. (2003). *How to define and describe genres and styles*. Amsterdam – Holanda: Folia Lingüística - Sociedad Lingüística Europea (SLE).
- Saussure, F. (1945). *Curso de Lingüística General*. Buenos Aires – Argentina: Editorial Losada.
- Schunk, D. (2012). *Teorías del Aprendizaje, Una Perspectiva Educativa*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- Shaw, D. (1977). *The Emergence of American Political Issues: The Agenda Setting Function of the Press*. Estados Unidos: Editorial St. Paul: West Pub. Co., c1977.
- Soria, C. (1989). *La crisis de identidad del periodista*. Barcelona – España: Editorial Mitre.
- Soria, C. (1990). *“El final de la metáfora del cuarto poder”*. Navarra – España: Comunicación y Sociedad. Universidad de Navarra.
- UNESCO (2017/2018). *Tendencias Mundiales en Libertad de Expresión y Desarrollo de Medios*. Informe Mundial. Publicado en 2018 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura 7, place de Fontenoy, 7523 París 07 SP, Francia y la Oficina de la UNESCO en Montevideo.

- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona – España: Editorial Paidós.
- Van Dijk, T. (1992). *La Ciencia del Texto. Un Enfoque interdisciplinario*. Barcelona – España: Editorial Paidós.
- Van Dijk, T. (1992). *La Noticias como Discurso*. Barcelona – España: Paidós Comunicaciones.
- Van Dijk, T. & Kintsch, W. (1998). *Discourse Comprehension*. Estados Unidos: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Vásquez, J. (2003). *Medios de Comunicación y Actitudes en una Sociedad Mediática Global*. Madrid – España: Psicología Política, Nº 26, 2003, 57-72. Universidad Complutense de Madrid. Campus de Somosaguas.
- Vizer, E. (2009). *Dimensiones de la comunicación y de la información: la doble faz de la realidad social*. Buenos Aires – Argentina: Signo y Pensamiento 55 · Puntos de vista | pp. 234-246 · volumen XXVIII · julio - diciembre 2009.
- Wolf, M. (2000). *La investigación en comunicación de masas*. Barcelona – España: Editorial Paidós.
- Woolfolk, A. (2010). *Psicología Educativa*. Ciudad de México: Prentice Hall, Pearson Education.
- Yezers'ka, L. & Zeta, R. (2014). *“Evolución de la enseñanza de periodismo digital en las universidades peruanas (2005-2014)”*. Lima – Perú: Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación, Pontificia Universidad Católica del Perú.

ANEXOS

ANEXO 1

PLAN MAESTRO DE PREGUNTAS

VARIABLES E INDICADORES	NÚMERO DE PREGUNTAS	INDICADORES	PREGUNTAS	RESPUESTAS EN LA ESCALA DE LIKERT
Variable Independiente CONTENIDOS	3	Contenidos mediáticos	¿Consideras que los contenidos mediáticos son adecuados para tu formación?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nada adecuados 2. Poco adecuados 3. Regularmente adecuados 4. adecuados 5. Muy adecuados
		Transferencia intencionada de información	¿Estás de acuerdo en que los contenidos mediáticos son una transferencia interesada de información?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
		Eficiencia y eficacia en lograr la transferencia prevista	¿En qué grado se logra la transferencia prevista en la comunicación de contenidos?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy bajo 2. Bajo 3. Medio 4. Alto 5. Muy alto
Indicador 1 TEMÁTICA	2	Conjunto de temas o acontecimientos	¿Estás de acuerdo en que los temas de los periódicos digitales ayudan a tu formación como comunicador?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
		Problemas sociales	¿En qué grado los periódicos digitales difunden como temática los problemas sociales?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy bajo 2. Bajo 3. Medio 4. Alto 5. Muy alto
Indicador 2 GÉNEROS	2	Formas de expresión	¿Estás de acuerdo en que las formas de expresión de los contenidos mediáticos responden a los géneros periodísticos?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de

				Acuerdo
		Funciones	¿Cuál es el grado de importancia de los géneros periodísticos en los contenidos mediáticos?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nada importante 2. Poco importante 3. Regularmente importante 4. Importante 5. Muy importante
Indicador 3 LENGUAJE	2	Expresa ideas, informaciones y emociones	¿Consideras adecuada la expresión de ideas, informaciones y emociones en los contenidos mediáticos?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nada adecuados 2. Poco adecuado 3. Regularmente adecuados 4. Adecuados 5. Muy adecuados
		Reglas y recurrencias del idioma	¿En qué grado los contenidos mediáticos usan las reglas y recurrencias del idioma?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy bajo 2. Bajo 3. Medio 4. Alto 5. Muy alto
Variable Dependiente APRENDIZAJE	3	Cambio perdurable	¿Los contenidos mediáticos son importantes para lograr un cambio perdurable en tu aprendizaje?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nada importante 2. Poco importante 3. Regularmente importante 4. Importante 5. Muy importante
		Por medio de las experiencias	¿Estás de acuerdo que con las experiencias que se difunden en los medios se logra algún aprendizaje?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
		Interacción social	¿Los contenidos mediáticos son adecuados para permitir la interacción social en la comunidad?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nada adecuados 2. Poco adecuados 3. Regularmente adecuados 4. adecuados 5. Muy adecuados
Indicador 1 CONOCIMIENTO	2	Resultado del aprendizaje	¿Cuál es el grado de aprendizaje que se logra luego de	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy bajo 2. Bajo 3. Medio

			consumir los contenidos mediáticos?	<ol style="list-style-type: none"> 4. Alto 5. Muy alto
		Cambios en el comportamiento	¿Estás de acuerdo que el consumo de los contenidos mediáticos produce algún cambio en el comportamiento?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
Indicador 2 ACTITUD	2	Comportamiento habitual	¿En qué grado consideras que los contenidos mediáticos cambian tu comportamiento habitual?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy bajo 2. Bajo 3. Medio 4. Alto 5. Muy alto
		Ánimo con el que frecuentamos una situación	¿Estás de acuerdo que los contenidos mediáticos cambian la predisposición para enfrentar una situación?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nada adecuados 2. Poco adecuados 3. Regularmente adecuados 4. adecuados 5. Muy adecuados
Indicador 3 INTERACCIÓN COMUNICATIVA	2	Orientada al entendimiento	¿Estás de acuerdo en que los contenidos mediáticos están orientados al entendimiento de las acciones sociales?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
		Proceso comunicativo	¿En qué grado los contenidos mediáticos son importantes para generar un proceso comunicativo en la sociedad?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy bajo 2. Bajo 3. Medio 4. Alto 5. Muy alto

ANEXO 2

<p style="text-align: center;">CUESTIONARIO PARA MEDIR LOS EFECTOS DE LOS CONTENIDOS DE LOS PERIÓDICOS DIGITALES EN LOS APRENDIZAJES DE LOS ESTUDIANTES DE PERIODISMO</p>
--

Esta encuesta tiene como objetivo analizar los efectos que tienen los contenidos de los periódicos digitales en los aprendizajes de los estudiantes de Periodismo de las universidades de Lima Sur, en el marco de una investigación para optar el grado de Magister, por lo que mucho agradeceré que tus respuestas sean las más sinceras posibles.

1. ¿Consideras que los contenidos de los periódicos digitales son adecuados para tu formación?

Nada adecuados	<input type="checkbox"/>
Poco adecuados	<input type="checkbox"/>
Regularmente adecuados	<input type="checkbox"/>
Adecuados	<input type="checkbox"/>
Muy adecuados	<input type="checkbox"/>

2. ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales son una transferencia interesada de información?

Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>

3. ¿En qué grado se logra la transferencia prevista en la comunicación de contenidos de los periódicos digitales?

Muy bajo	<input type="checkbox"/>
Bajo	<input type="checkbox"/>
Medio	<input type="checkbox"/>
Alto	<input type="checkbox"/>
Muy alto	<input type="checkbox"/>

4. ¿Estás de acuerdo en que los temas de los periódicos digitales ayudan a tu formación como comunicador?

Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>

5. ¿En qué grado los periódicos digitales difunden como temática los problemas sociales?
- | | |
|----------|--------------------------|
| Muy bajo | <input type="checkbox"/> |
| Bajo | <input type="checkbox"/> |
| Medio | <input type="checkbox"/> |
| Alto | <input type="checkbox"/> |
| Muy alto | <input type="checkbox"/> |
6. ¿Estás de acuerdo que las formas de expresión de los contenidos en los periódicos digitales responden a los géneros periodísticos?
- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| Totalmente en desacuerdo | <input type="checkbox"/> |
| En desacuerdo | <input type="checkbox"/> |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="checkbox"/> |
| De acuerdo | <input type="checkbox"/> |
| Totalmente de acuerdo | <input type="checkbox"/> |
7. ¿Cuál es el grado de importancia de los géneros periodísticos en los contenidos de los periódicos digitales?
- | | |
|----------|--------------------------|
| Muy bajo | <input type="checkbox"/> |
| Bajo | <input type="checkbox"/> |
| Medio | <input type="checkbox"/> |
| Alto | <input type="checkbox"/> |
| Muy alto | <input type="checkbox"/> |
8. ¿Consideras adecuada la expresión de ideas, informaciones y emociones en los contenidos de los periódicos digitales?
- | | |
|------------------------|--------------------------|
| Nada adecuados | <input type="checkbox"/> |
| Poco adecuados | <input type="checkbox"/> |
| Regularmente adecuados | <input type="checkbox"/> |
| Adecuados | <input type="checkbox"/> |
| Muy adecuados | <input type="checkbox"/> |
9. ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales usan las reglas y recurrencias del idioma?
- | | |
|----------|--------------------------|
| Muy bajo | <input type="checkbox"/> |
| Bajo | <input type="checkbox"/> |
| Medio | <input type="checkbox"/> |
| Alto | <input type="checkbox"/> |
| Muy alto | <input type="checkbox"/> |
10. ¿Son los contenidos de los periódicos digitales adecuados para lograr una mejora en tu aprendizaje?
- | | |
|------------------------|--------------------------|
| Nada adecuados | <input type="checkbox"/> |
| Poco adecuados | <input type="checkbox"/> |
| Regularmente adecuados | <input type="checkbox"/> |

- Adecuados
- Muy adecuados
11. ¿Estás de acuerdo que las experiencias de vida que se difunde en los periódicos digitales permite algún aprendizaje?
- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo
12. ¿Son los contenidos de los periódicos digitales adecuados para el aprendizaje y la interacción social en la comunidad?
- Nada adecuados
- Poco adecuados
- Regularmente adecuados
- Adecuados
- Muy adecuados
13. ¿Cuál es el grado de conocimiento de la realidad que se logra luego de consumir los contenidos de los periódicos digitales?
- Muy bajo
- Bajo
- Medio
- Alto
- Muy alto
14. ¿Estás de acuerdo que el consumo de los contenidos de los periódicos digitales produce algún cambio en el comportamiento?
- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo
15. ¿En qué grado consideras que los contenidos de los periódicos digitales cambia tu comportamiento habitual?
- Muy bajo
- Bajo
- Medio
- Alto
- Muy alto
16. ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales cambian la predisposición para enfrentar una situación?
- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
-
-

De acuerdo
Totalmente de acuerdo

17. ¿Estás de acuerdo que los contenidos de los periódicos digitales están orientados al entendimiento de las acciones sociales?

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Ni de acuerdo ni en desacuerdo
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

18. ¿En qué grado los contenidos de los periódicos digitales son importantes para generar un proceso comunicativo en la sociedad?

Muy bajo
Bajo
Medio
Alto
Muy alto

Nombre :.....

DNI :.....

Universidad :

San Ignacio de Loyola
Científica del Sur
UPC
San Martín de Porres

ANEXO 3

ENTREVISTA A LOS EDITORES DE LOS DIARIOS DIGITALES Y ESPECIALISTAS

1. ¿Consideras que los periódicos digitales apoyan el proceso de aprendizaje de los estudiantes de periodismo?
2. ¿Los contenidos de los periódicos digitales influyen en el aprendizaje de los estudiantes?
3. ¿Encontramos en los periódicos digitales todos los formatos periodísticos (crónicas, reportajes, entrevistas, etc.)?
4. ¿Con respecto al lenguaje que utilizan, cuál es el que manejan los periódicos digitales?
5. ¿El contacto diario del estudiante con los periódicos digitales mejoraría rendimiento en el aula?
6. ¿En qué nivel de importancia están los periódicos digitales en comparación con otros medios informativos?

