



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

EL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO EN LOS PORTALES WEB DE
LA REPÚBLICA Y EL COMERCIO EN PERCEPCIÓN DE
ESTUDIANTES DE CIENCIAS SOCIALES, 2018.
CASO: NOTICIAS VINCULADAS AL TERRORISMO

PRESENTADA POR
VALERIA MARÍA PAZ GOÑEZ

ASESORA
MARTHA ALICIA ROMERO ECHEVARRÍA

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

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/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y PSICOLOGÍA
SECCIÓN DE POSGRADO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

TESIS

**EL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO EN LOS PORTALES WEB DE
LA REPÚBLICA Y EL COMERCIO EN PERCEPCIÓN DE
ESTUDIANTES DE CIENCIAS SOCIALES, 2018.**

Caso: Noticias vinculadas al terrorismo

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR:
VALERIA MARÍA PAZ GOÑEZ**

**ASESORA:
DRA. MARTHA ALICIA ROMERO ECHEVARRÍA**

LIMA, PERU

2019

DEDICATORIA

A mi madre, por estar a mi lado, hasta en los momentos más complicados de mi carrera, es mi soporte total.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad San Martín de Porres, por brindarme las herramientas y docentes que me impulsaron a superarme cada día durante mi carrera.

A TV Perú, por abrir mi visión analítica y crítica, ante cualquier acontecimiento.

A cada uno de los trabajadores del IRTP, por afianzarme en las formas de hacer periodismo, a fin de llegar al objetivo que deberían tener los medios: ser el vehículo de información para evitar una sociedad con desidia frente cualquier hecho.

A mi asesora, Dra. Martha Alicia Romero Echevarría, por su paciencia y perseverancia por hacer de mí una mejor estudiante y profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO.....	20
1.1. Antecedentes de la investigación	20
1.1.1. Antecedentes internacionales.....	20
1.1.2. Antecedentes nacionales.....	24
1.2. Bases teóricas.....	28
1.2.1. Teorías que sustentan la investigación.....	28
1.2.2. Tratamiento de la noticia digital	29
1.2.2.1. Redes Sociales	31
1.2.2.1.1. Facebook.....	33
1.2.2.1.2. Twitter.....	34
1.2.2.1.3. Enfoque	35
1.2.2.2. Medios Digitales.....	36
1.2.2.2.1. Smartphone	38

1.2.2.2.2. Computadora.....	39
1.2.2.3. Contenidos.....	40
1.2.2.3.1. Objetividad.....	41
1.2.2.3.2. Inmediatez.....	42
1.2.2.3.3. Circulación.....	42
1.2.2.3.4. Diseño Gráfico.....	43
1.2.3. La percepción de los jóvenes universitarios.....	44
1.2.3.1. Percepción del cambio social.....	45
1.2.3.1.1. Marchas de protesta.....	46
1.2.3.1.2. Debates.....	47
1.2.3.2. Interacción en redes.....	48
1.2.3.2.1. Compartimiento.....	49
1.2.3.2.2. Comentarios.....	50
1.2.3.3. Conocimiento del tema.....	51
1.2.3.3.1. Prevención.....	52
1.2.3.3.2. Interés de información.....	53
1.3. Definición de términos básicos.....	54
CAPÍTULO II HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	56
2.1. Formulación de hipótesis principal y derivada.....	56
2.1.1. Hipótesis principal.....	56
2.1.2. Hipótesis específicas.....	56
2.2. Variables y definición operacional.....	57
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	60
3.1. Diseño metodológico.....	60
3.1.1. Tipo de investigación.....	60

3.1.2.	Nivel de investigación	60
3.1.3.	Diseño de investigación	61
3.1.4.	Método de investigación	62
3.2.	Diseño muestral.....	63
3.2.1.	Población.....	63
3.2.2.	Muestra.....	64
3.2.2.1.	Criterios de inclusión.....	64
3.2.2.2.	Criterios de exclusión.....	64
3.3.	Técnicas de recolección de datos	65
3.3.1.	Técnicas de recolección de la información	65
3.3.2.	Instrumentos de recolección de datos	65
3.3.2.1.	Validez y confiabilidad del instrumento	66
3.3.2.1.1.	Validez.....	66
3.3.2.1.2.	Confiabilidad:.....	68
CAPÍTULO IV RESULTADOS.....		72
4.1.	Resultados descriptivos.....	73
4.1.1.	Variable tratamiento de la información	73
4.1.2.	Variable percepción de los estudiantes universitarios	77
4.2.	Estadística inferencial.....	82
4.2.1.	Prueba de hipótesis	82
4.2.1.1.	Contrastación de la Hipótesis principal	83
4.2.1.2.	Contrastación de las Hipótesis secundarias.....	85
4.3.	Análisis cualitativo de la ficha de observación.....	88
4.3.1.	Análisis del tratamiento de la noticia del diario La República	88
4.3.2.	Análisis del tratamiento de la noticia del diario EL Comercio	92

CAPÍTULO V DISCUSIÓN	97
5.1. Discusión de los resultados generales	97
5.2. Discusión de resultados de los problemas específicos	98
CONCLUSIONES.....	103
RECOMENDACIONES	104
FUENTES DE INFORMACION	105
ANEXOS	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables	57
Tabla 2. Alfa de Cronbach.....	69
Tabla 3. Estadísticas de total de elemento.....	69
Tabla 4. Kolmogorov-Smirnov para variables de hipótesis principal	83
Tabla 5. Correlaciones de la hipótesis principal	84
Tabla 6. <i>Rho de Spearman para la primera hipótesis específica</i>	85
Tabla 7. Rho de Spearman para la primera hipótesis específica	86
Tabla 8. Rho de Spearman para la tercera hipótesis específica	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. El Facebook es la plataforma para informarse	73
Figura 2. Por el Twitter se conocer noticias acerca de terrorismo	73
Figura 3. Las noticias de terrorismo interesan al cibernauta	74
Figura 4. El Smartphone es de gran utilidad para obtener información.....	74
Figura 5. Usa la computadora para informarse de las noticias.....	75
Figura 6. Las noticias digitales son veraces	75
Figura 7. Los medios digitales brindan información al instante	76
Figura 8. Circulación de noticias en los medios digitales	76
Figura 9. El diseño de las imágenes es factor clave para el lector.....	77
Figura 10. Hay publicaciones que invitan a participar en protestas.....	77
Figura 11. Los medios web propician debate por redes	78
Figura 12. Los temas actuales permiten interactuar activamente en las redes sociales	78
Figura 13. Los comentarios de las noticias en redes generan debate	79
Figura 14. La mayor cobertura de noticias, sobre el terrorismo y sus secuelas, ayudaría a tomar conciencia de la historia	79
Figura 15. Interés que despiertan de los medios digitales	80
Figura 16. El factor que más le llama la atención para revisar la noticia.....	80
Figura 17. El tema político motivó la aparición del terrorismo	81
Figura 18. Noticias acerca de rebrotes del terrorismo.....	81
Figura 19. Temas acerca del terrorismo genera debate y opinión	82

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad dar a conocer el tratamiento de la noticia en las plataformas digitales de los diarios El Comercio y La República, respecto a temas relacionados con el terrorismo en el Perú, debido a que es un hecho que marca la historia nacional y trasciende al periodismo.

Además, que la evolución de la tecnología ha conducido a los lectores por el camino del ciberespacio, por la accesibilidad e inmediatez que los formatos digitales otorgan, en este sentido los lectores se convirtieron en cibernautas, que buscan informarse. En este caso, se ha considerado pertinente conocer la percepción de los jóvenes estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, que de manera voluntaria participaron en el estudio.

La investigación es de enfoque mixto, de tipo básico y de corte transversal, de diseño no experimental, de alcance descriptivo-correlacional y explicativo; se aplicó un cuestionario tipo Likert a una muestra probabilística que deviene de una población no finita, al azar, cuyas características socioeconómicas difieren significativamente.

La investigación concluye que los diarios digitales, El Comercio y La República, presentan las noticias relacionadas al terrorismo, en su mayoría de tipo informativas, publicándolas en las redes sociales y/o portales web, a fin de obtener opiniones y participación de los estudiantes en las plataformas. En todo caso, esta interacción podría ser usada para difundir a la vez el ciberterrorismo.

Palabras clave: Formato digital, ciberterrorismo, tratamiento, web, plataformas, redes sociales.

ABSTRACT

The purpose of this research is to publicize the treatment of the news on the digital platform of the newspaper El Comercio and La República, regarding issues related to terrorism in Peru, because it is a fact that marks the history of Peru and transcends journalism.

In addition, that the evolution of technology has led readers along the path of cyberspace, for the accessibility and immediacy that digital formats grant, in this sense readers became cybernetters, seeking information, in this case it has been considered relevant to know the perception of the young students of the National University of San Marcos, who voluntarily participated in the study.

The research approach is mixed, basic and cross-sectional, non-experimental design, descriptive-correlational and explanatory; a Likert-type questionnaire was applied to a probabilistic sample that comes from a random, non-finite population whose socioeconomic characteristics differ significantly.

The investigation concludes that the digital newspapers, El Comercio and La República, present the news related to terrorism, mostly informative, publishing them on social networks and / or web portals, in order to obtain opinions and participation of students in the platforms. In any case, this interaction could be used to spread cyberterrorism at the same time.

Keywords: *Digital format, cyberterrorism, treatment, web, platforms, social networks.*

INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas el Perú pareciera estar en un estado de equilibrio frente a la intensa debacle que hubo al enfrentarse al terror social provocado por dos grupos subversivos: Sendero Luminoso y el MRTA, alcanzando su máximo auge de violencia en los 80, ocasionando destrucción y muerte en todo el Perú, los medios de comunicación trascendían las noticias y la crueldad de las mismas, sin embargo, no fueron ajenas a los atentados, incluso hubo persecución y muerte de valiosos periodistas, que intentaban cubrir estos hechos. Con la captura de Abimael Guzmán el año 1992, se inicia una nueva etapa, el de la reconstrucción.

El tiempo transcurrido ha ido introduciendo a las sociedades en un mundo digital, encontrando una nueva forma de comunicarse y los medios de comunicación no han sido ajenos, puesto que la tecnología permite estar permanentemente comunicados y al mismo tiempo generar opinión de manera inmediata.

Veinticinco años después de un aparente “prolongado silencio” se sale a la luz el llamado Movimiento por la Amnistía y Derechos Fundamentales (Movadef) vinculado a Sendero Luminoso, es así que en RPP Noticias (07/08/2017) el entonces ministro del Interior, Carlos Basombrío, dice que “...existen pruebas suficientes para determinar que Abimael Guzmán dirige este grupo desde la prisión de la Base Naval” (párr.1).

Lo que debió quedar en la historia aparece de diversas formas, una de ellas es mediante un movimiento que pretende ser reconocido como Político y otros hechos que se han ido evidenciando por los medios de comunicación digital, de

manera que la presente investigación nace de la preocupación por conocer el tratamiento que dos de los principales medios de comunicación peruanos, en su versión digital, le dan a temas relacionados con el terrorismo y sus secuelas y la importancia que le otorgan según el tamaño de su redacción, el enfoque del contenido e ilustraciones gráficas, así como en el continuo proceso de investigación que puedan darle a los mismos.

El presente estudio ha considerado necesario conocer si estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, y afines, de la UNMSM, tienen conocimiento de las noticias que trascienden en los medios digitales, respecto al terrorismo en el Perú, esto ha permitido establecer una relación entre el enfoque de una noticia, con la reacción de los jóvenes, en este caso universitarios, tanto en las redes como con la sociedad en sí.

Descripción del Problema de investigación

Las noticias acerca de los atentados terroristas en el mundo estremecen a todas las personas, en la obra de Baudrillard (1982) "Otage et terreur. L'échange impossible", la cual es citada por Rivas-Nieto y Plaza (2015) en su artículo "El régimen informativo del terrorismo: Propuesta de un modelo hermenéutico" se hace referencia al terrorismo en Europa, y el rol y/o papel que tienen los medios de comunicación sobre el tema, acotando que "...si el terrorismo es un acto comunicativo (...), la noticia y el relato explicativo no los construyen los terroristas, sino los periodistas" (párr. 56). En otras palabras, por un lado, un atentado significaría una gran publicidad para estos grupos izquierdistas, a fin de difundir su ideología y acciones a tomar para conseguirla en una determinada sociedad. Es decir, si el periodista no informarse o tratase

temas terroristas como un acontecimiento de terror o peligro, los ciudadanos acogerían las noticias sobre ello como algo sin una importancia que pueda afectarles directamente.

Un buen análisis de los contenidos noticiosos del hecho ayudaría a una mejor comprensión y tener conciencia para poder reacción frente a una realidad y evitar caer en la desidia desde todas sus formas un suceso que perjudica en todos los ámbitos a la humanidad.

Cabe recordar que la lucha contra el terrorismo no es solo a través de las medidas de seguridad que se impongan, sino también por medio del ojo crítico e importancia veraz que le den los medios de comunicación y en la actualidad, especialmente los *mass media*.

En España, hubo un atentado en 2017 que terminó siendo portada de varios medios en el mundo. En ese sentido, es importante enfocar las noticias en dos medios del país catalán: El Mundo y El País (en sus plataformas virtuales). En el periódico web El Mundo (18/08/2017) el hecho fue narrado desde un enfoque diferente, basado en un video que presentaba los datos del atentado. Por su parte del diario web El País, (18/08/2017) realizó un seguimiento más detallado a suceso, terminando por descubrir que los agentes de la policía mataron en el atentado a cuatro terroristas y dejaron a un quinto herido, todos pertenecientes al grupo yihadista.

La información que estos medios difundían se volvió muy necesaria, sobre todo, para la guardia española, estos grupos oficiales debían tener el acceso inmediato a ella, ante cualquier alerta terrorista. A fin de incrementar la seguridad en la población, e intentar reducir el temor.

Y con base a informes de la Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR), los medios de comunicación desde el surgimiento de Sendero Luminoso se vieron manipulados para favorecer a ciertos grupos políticos, llevando las noticias con referencia al terrorismo hacia el sensacionalismo. No hace falta hacer un análisis profundo, para observar que los *mass media* nacionales dirigen su enfoque hacia el terror y en muchas ocasiones el morbo, de manera que cuánta más sangre haya, más venta o circulación este suceso tendrá entre los ciudadanos.

Una de las finalidades del periodismo, la CVR dice que es la búsqueda de la formación de corrientes de opinión. Pero, ante tanta “mafia” en varios grupos políticos, una de las salvaciones para éstos es la creación de cortinas de humo. Y qué mejor que la creación del terror en la sociedad, a través de imágenes y sucesos sangrientos de cualquier acontecimiento en los medios. Censurando la información vital que las empresas de comunicación deberían brindar y que ayudarían a evitar la repetición de terribles sucesos, como la silenciosa formación de la supuesta vena de Sendero Luminoso: El Movadef. Es ahí donde el periodismo de investigación peruano parece estancarse, en la censura que les impide publicar los acontecimientos tal cual.

En el 2014, se llevó a cabo una operación antiterrorista, la cual terminó por atrapar a los cabecillas del Movadef, entre ellos a los propios abogados y amigos íntimos de Abimael Guzmán. La investigación y proceso judicial contra los cabecillas sigue hasta la actualidad en vigencia. Algunos de ellos como Osmán Morote fueron absueltos de su condena.

De entre todos los medios de comunicación nacionales, el diario *El Comercio* y *La República* siguieron un minucioso proceso de investigación al caso Perseo, con diferentes enfoques, con base a la editorial; es decir ideología, que manejan.

La finalidad de los *mass media* de países europeos como España, quienes viven una situación similar a la peruana, pero en este contexto la palabra de los medios de comunicación es tomada en cuenta para la formación de leyes o fortalecimiento de medidas de seguridad. A diferencia de lo que ocurre en Perú, con base a la manipulación que hay de parte de algunas instituciones, pudiendo llegar a convertirse en una herramienta para camuflar hechos que afecten a la sociedad o minimizar el verdadero impacto que puedan causar en ella.

En ambas realidades, los *mass media* representan el cuarto poder sobre la sociedad, de manera que el presente estudio pretende ubicar a los jóvenes en una realidad vivida que marca la historia del Perú, en este sentido los periodistas podrían ejercer el cuarto poder a través de los medios de comunicación a fin de incentivar la generación de Políticas de prevención y conciencia social, es así que se presenta el siguiente problema de investigación:

Problema Principal

¿Cuál es el tratamiento de la noticia en los portales web de los diarios La República y El Comercio en relación a la percepción, acerca de contenidos vinculados al terrorismo, en estudiantes de Ciencias Sociales de la UNMSM, 2018?

Problemas Específicos

¿De qué manera se relaciona las redes sociales en los portales web de los diarios *La República* y *El Comercio* con la percepción del cambio social de los estudiantes de la UNMSM, 2018?

¿Cuál es la relación entre los medios digitales en los portales web de los diarios *La República* y *El Comercio* con la interacción en redes de los estudiantes de la UNMSM, 2018?

¿De qué manera se relacionan los contenidos en los portales web de los diarios *La República* y *El Comercio* con el conocimiento del tema en los estudiantes de la UNMSM, 2018?

Objetivo General

Analizar el tratamiento de la noticia los portales web de los diarios *La República* y *El Comercio* y la percepción acerca de contenidos vinculados al terrorismo en estudiantes de Ciencias Sociales de la UNMSM, 2018.

Objetivos Específicos

Conocer la relación de las redes sociales en los portales web de los diarios *La República* y *El Comercio* con la percepción del cambio social de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

Conocer la relación de los medios digitales en los portales web de los diarios *La República* y *El Comercio* con la interacción en redes de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

Conocer la relación de los contenidos en los portales web de los diarios La República y El Comercio con el conocimiento del tema en los estudiantes de la UNMSM, 2018.

Justificación de la Investigación

A partir de esta investigación se pone en evidencia el tratamiento de las noticias enfocadas al rebrote del terrorismo y afecciones sociales afines, a través del análisis de los contenidos estructurados tanto por los diarios La República como por El Comercio.

Al comparar los contenidos de ambos medios de comunicación, de distinta orientación, se ve reflejada la forma de redactar estas noticias, asimismo, se toma en cuenta la percepción de los jóvenes acerca del tratamiento de las noticias enfocadas en el rebrote del terrorismo y la forma que afecta socialmente por las redes sociales.

El Comercio y La República, suelen redactar o postear más notas informativas basadas o escritas bajo la línea editorial con la que se guía el medio (*Revisar el análisis de medios digitales). De allí la importancia de saber lo que perciben los jóvenes, quienes, si bien es cierto no vivieron aquella época sangrienta, desde la información que reciben por los medios de comunicación en la plataforma web.

Viabilidad de la Información

Se contó con la participación voluntaria de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, para la realización de las encuestas. Asimismo, existen tesis, artículos y publicaciones con respecto a informes, notas y reportajes – tanto inactuales como actuales – sobre el contexto del terrorismo en el Perú, así como también a desarrollar en este trabajo. Como para poder realizar las fichas de observación de los medios digitales del diario El Comercio y La República.

Limitaciones del Estudio

La principal dificultad para este tema de investigación fue la elaboración de las preguntas, y con el fin de no incomodar a nadie con el contenido de estas, se optó por realizar las encuestas una por una con estudiantes de Ciencias sociales, y/o afines, que transitaban en el campus universitario que voluntariamente quisieran participar del estudio.

Por otro lado, al tratarse de un tema que requiere de una profunda investigación para dar como resultado un buen análisis, el proceso acaparó un regular tiempo personal para la obtención de datos.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. Antecedentes internacionales

Bavestrello (2012) en su tesis *Uso de redes sociales e internet móvil en adolescentes y jóvenes adultos chilenos* quiso comprobar la importancia de las distintas redes sociales entre los jóvenes de su país, para la obtención del acceso inmediato a cualquier información en tiempo real. Razones que motivaron a distintos *mass medias* a crear aplicaciones que satisfagan sus necesidades, actualizándolos en cualquier momento desde determinadas plataformas (celulares, tablets, laptops, etc.).

La investigación fue de tipo aplicada, de enfoque cualitativo y cuantitativo, diseño experimental y/o método descriptivo. La muestra de estudio estuvo constituida por adolescentes y jóvenes adultos entre 12 y 29 años, que posean un dispositivo móvil; los instrumentos empleados fueron sondeos, entrevistas, encuestas, aplicación de estadísticas, investigación de campo en general.

Llegando a la conclusión que las actividades preferidas por la muestra obtenida, con referencia al uso del internet en las distintas plataformas digitales, son el uso de las redes sociales, búsqueda de información, revisión de correos, así como también la obtención inmediata de noticias.

Además, la autora comprobó que leer acontecimientos por medio del internet tradicional es menos frecuente que hacerlo desde el internet móvil en un 30% contra 82,74%. Esta investigación ayuda a comprender la dependencia del internet en un dispositivo móvil, al tratarse de una de los medios digitales con mayor portabilidad para los usuarios, para que estos puedan enterarse en cualquier espacio y tiempo sobre las noticias en tiempo real, con toda comodidad.

Godoy (2012), en su tesis *Participación social a través del análisis de redes sociales*, refiere que la opinión de los jóvenes, de acuerdo al impacto que haya causado cierta noticia en ellos, menciona que con la implementación y debates de políticas públicas, con base a la interacción de diversas comunidades en las redes sociales, se permitiría analizar mejor el contexto derivado en su mayoría de las corrientes de opinión intervenidas; y, de esta forma, saber qué información les interesa más, de acuerdo a sus necesidades.

Esta investigación fue de tipo básica, de nivel cualitativo, diseño no experimental y/o método correlacional. La muestra de estudio estuvo constituida por; el instrumento empleado fue la entrevista.

Llegando a la conclusión que la participación ciudadana será clave en la transformación social, mediante su participación en el desarrollo de las políticas públicas, que los medios pueden usar en cierta forma para beneficio propio como representantes y defensores de la información que estos difundan en la

estructura de sus noticias. Utilizando, a su vez, estos medios las redes sociales como una vía para que su público objetivo ejerza su voz con referencia a las notas inmediatas que se les brinde.

González (2013) en su tesis *Hacia un perfil sociocultural de la audiencia participativa de la Segunda Online* da a conocer las razones por las cuáles los cibernautas se impactan por una noticia y la comentan de inmediato, ya sea de acuerdo a la lectura o extensión de ésta. O por mera disposición de ser partícipes de una corriente de opinión, más que llenarse del aspecto informativo de una nota en su cabalidad.

Esta investigación fue de tipo aplicada, de nivel cuantitativo, diseño experimental y/o método descriptivo. La muestra de estudio estuvo constituida por jóvenes, adultos y adultos mayores, entre 15 a 70 años; los instrumentos empleados fueron las encuestas, entrevistas, estadísticas.

Llegando a la conclusión de que al conocer los consumidores varios medios por los cuales se bombardean de noticias, esto lleva a que el consumidor pida más, algo diferente en algún portal web, como más hipervínculos en la misma noticia que lo lleven a otras redes y se informe aún más. Busca cada día más interactividad en la estructura de éstas. Además de su adaptación con otras plataformas, para una mayor y efectiva búsqueda de información complementaria. Es decir, que prácticamente cada nota presentada sea como una pieza de un rompecabezas que el consumidor deberá ir armando, sin que le den todo al instante, prefiere estar a la expectativa.

A partir de esta investigación se podrá analizar desde otro enfoque cuáles son las características más usadas por los consumidores de noticias, que los llevan a decidir si leer o no la nota, o si dejarse influenciar por ellas. De esta

forma, poder elaborar una estructura adecuada, de acuerdo al contexto que se quiera narrar y difundir en alguna noticia, con referencia al público objetivo al que se quiere llegar.

Reyes (2014) analizó en su tesis *Alcances del "Ciber-Terrorismo"* el poder que puede llegar a tener el uso de los medios de comunicación entre los seres humanos, para influir en el comportamiento de terceros. De esta forma, con el avance de la tecnología, los *mass media* pueden lograr que los efectos de un mensaje tengan un inmediato alcance en tiempo real sobre las audiencias, formando una creciente dependencia entre la sociedad con las distintas plataformas digitales.

La investigación de este autor fue de tipo básica, de nivel cualitativo diseño no experimental y método correlacional. La muestra de estudio estuvo constituida por el estudio de cuatro redes sociales (YouTube, Facebook, twitter y google), con su debida descripción histórica por cada una y referido uso o fin que representa para el cibernauta; con ningún instrumento empleado.

Llegando a la conclusión que es muy importante regular las diferentes formas de uso del internet, para que la difusión de los contenidos, sobre todo en temas ligados al terrorismo, no lleguen a un público a beneficio de un grupo perteneciente a un determinado *mass media*. Recordando que estos, a nivel histórico, han sido utilizados para causar un gran impacto en la población, basándose en el bombardeo de notas con alto enfoque amarillista; y ahora más con la cualidad del internet, la cual es romper la brecha entre fronteras para la llegada inmediata de un mensaje.

Esta investigación contribuye a analizar desde otro enfoque el nivel de susceptibilidad que puede llegar a inyectar un mensaje propagado por las

redes sociales en el comportamiento y pensamiento de una población, a través de sus respuestas e interacción -con referencia a la información recibida- sobre algún caso que les hay impactado y que pueda generar consecuencias sobre ellos, con base a la estructura de la noticia.

Godoy (2012), en su tesis *Participación social a través del análisis de redes sociales*, mencionó que, con la implementación y debates de políticas públicas, con base a la interacción de diversas comunidades en las redes sociales, se permitiría analizar mejor el contexto social derivado en su mayoría de las corrientes de opinión intervenidas; y, de esta forma, saber qué información les interesa más, de acuerdo a sus necesidades.

Esta investigación fue de tipo básica, de nivel cualitativo, diseño no experimental y/o método correlacional. La muestra de estudio estuvo constituida por; el instrumento empleado fue la entrevista.

Llegando a la conclusión que la participación ciudadana será clave en la transformación social, mediante su participación en el desarrollo de las políticas públicas, que los medios pueden usar en cierta forma para beneficio propio como representantes y defensores de la información que estos difundan en la estructura de sus noticias. Utilizando, a su vez, estos medios las redes sociales como una vía para que su público objetivo ejerza su voz con referencia a las notas inmediatas que se les brinde.

1.1.2. Antecedentes nacionales

Espinoza (2012), en su tesis *La cultura digital en el periodismo impreso: el caso del diario El Comercio*, remarcó el valor que ha ido cobrando el periodismo “multitasking” en la audiencia, en el que los usos de las multiplataformas son

usados en la actualidad para generar un mayor impacto, desde los distintos aparatos digitales, sobre el comportamiento de un público determinado.

La investigación fue de tipo aplicada, de nivel cuantitativo, diseño experimental y/o método descriptivo. La muestra de estudio estuvo constituida por 41 periodistas del diario El Comercio; el instrumento empleado fue la encuesta física.

Llegando a la conclusión de que la cultura digital no solo se trata de los aparatos o avances tecnológicos, sino de la evolución que estos causaron la forma de consumir noticias para los usuarios. Este público desea la información en tiempo real, clara, precisa y en gran cantidad; razón por la cual se han vuelto más vulnerables, creyendo, en su mayoría, toda nota que les llegue.

Esta tesis ayudará a este proyecto a analizar la importancia de la difusión de una noticia a través de todas las plataformas digitales posibles, pues a mayor circulación, mayor impacto y debate generará entre los internautas, quienes llevarán la información a sus grupos de opinión. Más aún si se trata de un tema que pueda afectarles, como es el posible surgimiento del terrorismo por el caso Movadef. Mientras la nota se difunda por una gran cantidad de plataformas, las personas le darán aún más peso, al ver que los medios priorizan aquel tema en el contexto social, beneficio que es usado también por los grupos radicales para la propagación de sus mensajes.

Behr (2015), en su tesis *El periodismo políticamente propositivo: modelo para una mejor comprensión de los hechos*, dio conocer el modelo por el cual los *mass media* deberán sostener su punto de vista político abierto y explícito, según la cobertura. De esta forma, saber cómo interpretar y llegar al debate en

la población, por medio de una correcta estructura en una noticia, sustentando el periodista a la vez las realidades que narre.

La investigación fue de tipo aplicada, de nivel cuantitativo, diseño experimental y/o método correlacional. La muestra de estudio estuvo constituida por un grupo de ciudadanos de Lima; los instrumentos empleados fueron la entrevista y encuestas.

Este estudio ayudará a este proyecto a analizar mejor la correcta estructura a darle a una nota, para que el mensaje propagado sea entendido a cabalidad por los usuarios que lo reciban; y que, a su vez, impacte en ellos.

Lara (2015), en su tesis *La investigación policial en el caso Movadef en Lima Metropolitana de abril del 2014*, mostró que bajo la presión de la opinión pública y el riesgo que podría significar el fortalecimiento de sub grupos terroristas para la sociedad, era necesario que el Estado fortalezca los programas de actuación política frente a este problema público.

La investigación fue de tipo básico, de nivel cualitativo, diseño no experimental y/o método correlacional. La muestra de estudio estuvo constituida por un grupo del personal de la DIRCOTE a cargo de la investigación; el instrumento empleado fue la entrevista.

Llegando a la conclusión que, ante la presión de la ciudadanía, mediante sus manifestaciones en las redes sociales sobre el caso, las autoridades pusieron en marcha las mejoras del programa de actuación política administrativa. Permitiendo, de este modo, incorporar la opinión de las personas en la agilización del trabajo de los agentes policiales que siguen trabajando para solucionar el mencionado problema.

Merino (2016), en su tesis *Indagaciones en torno a memorias que batallan por la responsabilidad*, dio a conocer la opinión de los jóvenes activistas del Movadef manifestadas en los medios de comunicación, con respecto a la ideología que siguen y que los diferencia de los sub grupos terroristas. Sus posiciones con respecto a las tomas de decisión del Estado sobre el grupo al que ellos pertenecen, y su búsqueda por dar a conocer “su verdad”, a través de los mass media.

La investigación fue de tipo básica, de nivel cualitativo, diseño no experimental y/o método descriptivo. La muestra de estudio estuvo constituida por un grupo de jóvenes activistas del Movadef; el instrumento empleado fue la entrevista.

Llegando a la conclusión que los mass media continúan con la imparcialidad, pues cada uno de ellos debe regirse en general, sobre todo en temas políticos, bajo una ideología postulada por el editor de cada medio. Esto puede llegar a impedir un buen desarrollo del periodismo de investigación, a causa de las trabas que pueden imponer las autoridades superiores sobre la información que saldrá en las diversas plataformas. Evitando, de esta forma, contrastar una noticia con diversas fuentes y así ampliar la perspectiva analítica de los usuarios que acojan la nota.

Todo esto permitirá al investigador de este trabajo ver desde otra perspectiva el tema del caso Perseo, desde el punto de vista de los activistas del Movadef, intentando llegar a un equilibrio en estructuración de la investigación que se vaya a realizar. Mostrando la otra cara, fuera de la sociedad común que suele opinar y debatir a través de los medios, sobre todo en los digitales, su postura sobre temas ligados al terrorismo.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Teorías que sustentan la investigación

Teoría de la Influencia Selectiva

Los aspectos empíricos en la investigación comenzaron a tener más protagonismo a mediados de 1930. Durante la Segunda Guerra Mundial, tal como comenta en su artículo Freidenberg (2004), dichas investigaciones “se abocaron principalmente a investigar cómo las comunicaciones, presentadas bajo la forma de adecuados mensajes persuasivos, podrían llevar a la modificación de las actitudes” (párr. 20).

Freidenberg (2004) menciona que esta teoría se sustenta en que “...las personas se exponen o atienden a aquella información que se les presenta como más consistente con sus creencias anteriores” (párr. 21).

Esta teoría menciona que los medios de comunicación envían información a su público objetivo, y que reciben las que les parezcan más afines con las actitudes que poseen, tratando de evitar los mensajes que no sean muy ligados a su comportamiento o forma de pensar.

Esto ayudará al investigador a conocer los estímulos que provoquen los medios de comunicación con la información enviada a la audiencia, mediante la unidireccionalidad en la recepción del mensaje.

Teoría de Usos y Gratificaciones

Se trata de una teoría elaborada a mediados del siglo XX por Blumler y Katz, donde la interrogante que se reemplaza es la de “¿qué hacen los medios a las personas?”, por “¿qué hacen las personas por los medios?”.

Ortega y Cardeñosa (2011), en su libro *Nuevos Medios. Nueva Comunicación*, hacen referencia a esta teoría, posteriormente explicada por McQuail (1972), relacionando los cuatro ítems que esta posee con el uso de las redes sociales por los usuarios, donde menciona que:

Diversión (cubre la necesidad de satisfacción a nivel personal y distracción), relaciones sociales (incluirse dentro de un grupo de personas afines y poseer un sentido de pertenencia donde ejercer un rol), identidad (cubre aspectos físicos y psicológicos de la persona que se proyectan a través de las impresiones publicadas en nuestra red social) y vigilancia (capacidad de mantener al día el perfil del usuario y para atender a las actualizaciones del resto de los miembros). (pág. 471)

Esta teoría permite al investigador ampliar su visión periférica para un mejor análisis de los efectos de los medios de comunicación digital sobre los cibernautas.

1.2.2. Tratamiento de la noticia digital

Los medios de comunicación empezaron a adaptar sus noticias a la web entre los años de 1993 y 1995, siendo Estados Unidos el primer país en realizarlo por medio del diario *The Chicago Tribune*. Pablo Boczkowski (2006), en su libro *Digitalizar las Noticias: Innovaciones en los Diarios ON LINE*, refiere que se

trató de una “...búsqueda de alternativas frente a la publicación impresa orientada al consumidor masivo...” (p. 227).

De esta forma, con el avance de la tecnología, el internet se ha vuelto el camino más rápido y eficaz para el intercambio de mensajes, sin brecha alguna y en tiempo real. Es aquí donde el *periodismo digital* o *Ciberperiodismo* cobró espacio en la red para una mejor transmisión de contenidos, y; con ello, una mayor captación de lectores.

El enfoque de la noticia, en su mayoría, suele ser jerárquica en cuanto a la importancia. Empezando por el título, el cual será la primera impresión del lector para decidir entre leer o no el resto del contenido.

Tal como lo dice Van Dijk (1982), “...el discurso periodístico se organiza de manera tal que la información más importante o relevante se pone en la posición más destacada, tanto en el texto (...) como en las oraciones” (p. 71)

Cuando el lector se da cuenta de qué tema tratará la nota, en la primera oración, se tendrá por hecho que al continuar con la lectura su nivel de comprensión será óptimo, de acuerdo a la relevancia de los siguientes párrafos, para intentar hacer que el usuario retenga la mayor información brindada por el medio.

Cada medio tiene como guía, para la redacción de sus contenidos, una determinada línea editorial. Esta hace que cada uno de los comunicadores base sus palabras, en lo posible, hacia una misma ideología, para no perder el estilo del medio.

Al construir una noticia, es necesario crear en el público ciertos sentimientos, entre ellos el de credibilidad. Si una nota no ejerce ello en el target, es no le tomará importancia a ella, pasando a otra sin necesidad de compartir y hacer viral la información previamente brindada. Dejando de funcionar uno de los roles de los medios que es el de la difusión.

Aparte de una buena organización del contenido de una noticia, también es importante que esta sea primicia o tener una información relativamente nueva, para impactar aún más en el público.

Llegando a la conclusión, que las noticias brindadas no son meramente transparentes, sino que se rigen bajo la ideología impuesta por un determinado líder. Contexto por el que pasan hoy en día la mayoría de medios no independientes como el Diario El Comercio y La República.

1.2.2.1. Redes Sociales

El término *red social* es, prácticamente, la conglomeración de una comunidad virtual, cuya forma de vida está basada en la interacción constante entre sí.

La palabra en sí consiste en un servicio brindado al cibernauta, por medio de una determinada página web, donde los usuarios no solo están en la capacidad de intercambiar ideas o expresar su opinión, sino también de poder comunicarse con cualquier persona del mundo al instante.

Este tipo de comunicación en realidad inició con el reconocido Samuel Morse, en 1844, quien envió el primer mensaje, sin brecha alguna, desde Washington DC hasta Baltimore, por medio de un telégrafo. Si bien aquel

instrumento no se relaciona con las aplicaciones que usamos hoy en día para comunicarnos, este sin duda fue el primer paso o prototipo hacia el camino del intercambio de mensajes a distancia.

Pero no fue hasta 1971 cuando Raymond Tomlinson, programador estadounidense, creó la conocida oración corta con una *arroba* (@) en medio. Así es, hablamos del primer mensaje de correo electrónico enviado. Esto dio un gran pase al comienzo de las redes virtuales.

Con la llegada de la *Web 2.0*, la elaboración de redes sociales se volvió rentable en el mercado virtual, aunque la mayoría dirigida a la creación de *Círculos de Amigos* entre sus usuarios.

Con respecto al lado periodístico, el incremento de medios digitales en la web se dio a causa de la progresiva adaptación de los periodistas al ciberespacio, bajo la estrategia de publicar información de interés general, que vaya de acuerdo a la zona o público objetivo del interior del país al que dirijan sus mensajes. De esta forma, enganchar a estos usuarios con contenidos más relevantes a cada uno de los distintos grupos sociales, por medio de la segmentación.

Tal como menciona Salaverría (2016), “la historia de las redes sociales en Perú se inicia en el segundo milenio. Las herramientas de comunicación social más usadas fueron Messenger (...) y Hi5 (...), y superaba a Facebook, YouTube y los blogs” (p. 321)

Las redes sociales se han convertido en la vía más efectiva para encontrar noticias en tiempo real, claras, de una manera sencilla y concisa.

Características que piden los cibernautas de hoy en día, más el plus de la interactividad que les brindan estas. Esto ha puesto a los periodistas en la obligación de introducir esos elementos en sus actividades.

Tal como dice Pérez-Soler (2018), "... las redes sociales (...) no son complementos recomendables para los periodistas, sino competencias que deben incorporar a su acervo laboral".

Para que un medio digital prevalezca vigente en la red, es necesaria la existencia de una constante interacción con los usuarios y que estos difundan periódicamente los contenidos. Por ello, sí o sí cada espacio digital debe adaptarse al avance de las redes sociales (competencia), como estrategia para captar más público.

Llegando a la conclusión de que, si bien las redes sociales pueden representar una gran competencia para los diarios digitales, es necesario adaptar los contenidos del sitio web a ellas, con base a la gran demanda que estas representan entre los internautas.

1.2.2.1.1. Facebook

A diferencia de las primeras redes sociales, Facebook añadió un plus a su red al abrirla para todo el mundo; pues las otras plataformas digitales poseían un limitado grupo de usuarios; es decir, como un tipo de comunicación interna para ciertas personas. Estrategia con la que comenzó Facebook, en 2004, para los estudiantes de la Universidad de Harvard; pero, luego, en 2005, optó por ampliar sus usuarios hasta convertirse en, probablemente, la red social más utilizada y masificada a nivel mundial. En ese sentido Salaverría (2016) dice

que "... desde 2010 Facebook se sitúa como la red social con más usuarios. (...) El mayor número de usuarios es joven (18-24)" (p. 321)

Tal como dice Cobo (2012), "Facebook se ha convertido en una especie de mass media. Más de 800 millones de personas usan la red (...), los mensajes tienen algo más de visibilidad en el tiempo..." (p. 114)

Llegando a la conclusión de que Facebook es la red social por excelencia en la actualidad, si se pretende llegar a un mayor número de usuarios en la difusión de un determinado mensaje.

1.2.2.1.2. Twitter

Se trata de una red social creada en la ciudad de San Francisco por Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone y Evan Williams en 2006.

La red tuvo como nombre de inicio *Status*; luego, *Twtrr* (pío de un pájaro, en inglés *tweet*). Al final, los creadores optaron por *Twitter*, que significa una "corta ráfaga de información intrascendente"; pues para empezar solo permitía la publicación de hasta 140 caracteres, lo cual resultó atractivo para los usuarios, a fin de ser más claros y precisos en el mensaje a enviar en su perfil.

Para 2013, Twitter ya contaba con más de 2 millones de usuarios. Esto equivaldría a un crecimiento del 50% en ese año. La mayor incrementación entre todas las redes sociales, con base a un estudio que hizo Ramón Salaverría en su libro *el Ciberperiodismo en Iberoamérica*.

Salaverría (2016) refiere que el "Twitter es la segunda red más usada (...), que mostró mayor crecimiento en 2013, principalmente por el ingreso de los

jóvenes menores de 25 años. (...) en 2013 (...) el 55,3% de sus usuarios en Perú eran mujeres” (p. 321)

Twitter es reconocido por mandar todos los contenidos de manera directa, sin exigir reciprocidad, así como velar por la noticia de última hora o la frase en tendencia global. La interacción con el usuario es escasa y es por ello que esta red social es para un público más segmentado que busca sobre todo informarse, más que un espacio donde pueda entretenerse y ‘chatear’ con varias personas.

Tal como dice Cobo (2012), “Twitter se convierte en un sistema de noticias personalizado sin necesidad de publicar ni un solo mensaje (...). Hay gran cantidad de usuarios (...) que se dedican tan solo a mirar y a informarse” (p. 114)

Llegando a la conclusión de que Twitter es una red social dirigida sobre todo para aquellas personas con interés de mirar e informarse sobre una noticia de forma rápida y muy concisa, a través de resúmenes hechos en los *posts* de la nota.

1.2.2.1.3. Enfoque

Se trata de la forma en la que el periodista se comunicará; ya sea mediante imágenes, videos, redacción y enlaces, entre otros, con su público en la web.

El enfoque en la noticia suele ser elaborado personalmente por cada redactor, según su criterio sobre un determinado tema. Sin embargo, cómo saber si el enfoque dado es el correcto para llegar a captar a la audiencia y retenerla.

En este sentido, mencionó Restrepo (2016), a la Fundación Gabriel García Márquez para el nuevo periodismo Iberoamericano (FNPI), “...una noticia debe estar regida por unos criterios de servicio al receptor de la información, además de los criterios habituales de oportunidad, novedad, etc.”

Es decir, es muy importante conocer primero las preferencias y/o gustos del público cibernauta para poder establecer el enfoque a dar a un acontecimiento. También de acuerdo a su finalidad, si es que es para entretener, captar e informar, entre otros.

Llegando a la conclusión de que las noticias redactadas para la web, si es que se pretende impactar en el lector, deben guiarse bajo el concepto de que el periodismo y su enfoque no debe regirse por gustos propios del autor y/o institución, sino dirigida a responder las inquietudes de la sociedad, con base a un enfoque atractivo en la noticia ante sus ojos.

1.2.2.2. Medios Digitales

Cabe precisar que todo medio de comunicación digital es aquel que hace uso del internet para la difusión de contenidos. Gracias a la evolución de la tecnología e informática, los medios digitales aparecieron a finales del siglo XX. Tratándose de dispositivos que permiten no solo enviar mensajes a todo el mundo, sino también poder subirlos a la red como publicación en tiempo real.

Los medios digitales buscan la innovación y adaptación a los avances tecnológicos, a fin de atraer nuevos usuarios. Para ello, han tenido que crear campañas de marketing para realizar estrategias, en conjunto, que atraigan y capten a más audiencia.

Tal como lo dice Salaverría (2016) “los medios digitales han pugnado por ser líderes de audiencia en sus respectivos países y se han esforzado por atraer, de manera prácticamente exclusiva, a sus anunciantes nacionales” (p. 22)

A fin de crear un contenido atractivo para el target, el periodista de adaptarse a los espacios digitales, para saber guiar su contenido al público. Recordando que, hoy en día, los cibernautas no se conectan solo por un ordenador, sino por múltiples dispositivos inteligentes.

En el libro Periodismo Transmedia: Miradas Múltiples, según Renó, Campalans, Ruíz, y Gosciola (2014) los autores nos hacen referencia a que “...son los nuevos escenarios de información y comunicación, (...) trae consigo que los periodistas tengan la creciente necesidad de ir determinando la cantidad de tramas alrededor de una noticia...”

Con el incremento de usuarios en las redes sociales, se desarrolló un nuevo lenguaje denominado “narrativa transmedia”, con base a la participación ciudadana en la difusión de los contenidos o noticias multimedia que encuentren en la red. Esta relación entre la información y lo novedoso, demandó al periodista a adaptar el concepto en su práctica.

Según Campalans (2013), “...los medios y las audiencias han cambiado rápidamente desde la llegada de la web 2.0. (...) Con un nuevo modelo de lenguaje, (...) contenido multiplataforma y una navegabilidad profundamente interactiva...”

Por tanto, es necesario adaptarse a cada avance de los contenidos digitales en sus distintas multiplataformas. A fin de captar más audiencia y difundir los contenidos para que lleguen a un público potencial.

1.2.2.2.1. Smartphone

Un medio de comunicación digital creado en Estados Unidos en 1992. Dispositivo portátil u ordenador de escritorio, capaz de conectarse a internet en cualquier momento que se precise, y siempre y cuando haya señal alrededor o una conexión WI-FI. El primer smartphone elaborado para el hombre fue el IBM Simon.

Este medio tecnológico ha desarrollado una nueva actividad en la que los comunicadores se han visto en la obligación de adaptarse a ella, a causa de la demanda: El periodismo móvil. Tal como mencionan Gonzáles, Canavilhas, Carvajal, Lerma y Cobos (2013), citando a Aguado y Martínez (2008), “la aparición y desarrollo de los dispositivos móviles introduce nuevos elementos (...) al tratarse de un objeto cultural fuertemente ligado a la identidad del usuario, pero también un medio para la producción, distribución y consumo de contenidos de todo tipo” (pág. 11)

Los celulares, hoy, son un medio efectivo por el cual las personas pueden obtener la mayor información que necesiten, en tiempo real y de forma rápida. Es por ello que es necesario crear una nueva forma de hacer periodismo, con base a la demanda de los usuarios.

Llegando a la conclusión de que el avance de la tecnología en los dispositivos electrónicos creó nuevos gustos en los usuarios, cambiando su

forma de cómo querer consumir información (al instante y de forma concisa). Qué mejor que a través de un móvil que llevan consigo a donde sea. Aquí es donde debe introducirse la nueva forma de enviar contenidos y seguir ejerciendo el periodismo, de modo interactivo.

1.2.2.2.2. Computadora

Esta nueva forma de comunicación ha transformado en las personas el modo de interrelacionarse, así como en sus gustos. Exigiendo cada vez más cambios e innovaciones en la recepción de noticias, a través de aparatos digitales.

Tal como dice Carrillo (2015), “estas nuevas dinámicas de información y comunicación han alterado las sociedades y la manera en la que nos relacionamos. (...) con la labor de crear y comprender los nuevos lenguajes y códigos de comportamiento y comunicación” (párr. 8)

El objetivo de este tipo de periodismo ya no es el de solo informar, sino de captar una mayor cantidad de público, gracias a las herramientas digitales que permiten difundir contenidos sin brecha alguna.

Crucianelli (2013) en la revista de la Asociación de Prensa de Madrid, menciona que “...en ella [la computadora] se trabaja con grandes volúmenes de datos, se aprovecha al máximo la visualización interactiva y se incorpora al programador al equipo periodístico” (párr. 1).

1.2.2.3. Contenidos

La tecnología crea nuevos usuarios, y por ello propaga la creación de nuevos contenidos que se adapten a los actuales gustos que pide la audiencia.

Tal como dice Meso (2013), “internet no solo ha incrementado el poder de los usuarios sobre la difusión informativa, sino que han dinamizado otras formas de acción comunicativa mediada por la tecnología y basada en una mayor interacción social” (párr. 3)

La segmentación de un medio ayuda guiar mejor a los redactores a elaborar sus notas dirigidas hacia un público más objetivo y estable. Esto permite conocer mejor a tu target y amoldarte a los gustos relativos que ocurran dentro del grupo social establecido.

El principal factor para los cambios, adaptaciones o correcciones de contenidos es el público. El redactor, con base a la preferencia del target, debe ordenar la importancia de la noticia a difundir con base a la audiencia a la que dirigirá su mensaje, para que este sea leído o visto, y difundido, en lo posible. Y aún mejor, si la nota llega a captar nuevos usuarios y retener en ellos la información brindada.

Tal como cita Meso (2013), en su artículo *Periodismo y Audiencias: Inquietudes sobre los contenidos generados por los usuarios*, a Bernal (2010), en su libro *Influencia de las redes sociales en los medios de comunicación*, “...los lectores son editores de contenidos y definen cómo ver la información, y constituyen comunidades en ese proceso” (párr. 22)

Llegando a la conclusión de que los contenidos se estructuran u ordenan pensando en lo que le parecerá más importante de leer al usuario de principio a fin, empezando por el titular, que deberá ser el factor de la nota que más le impacte para continuar con el resto de la lectura.

1.2.2.3.1. Objetividad

Una nota objetiva se rige a los hechos y narrar la historia tal cual. Sin embargo, el estilo de la estructura que se dé a la información obtenida, se deberá según cada redactor. Este es el que elige la forma en cómo quiere que llegue el mensaje de su nota a la audiencia, de tal forma de poder impactar en ella y que retengan la información publicada.

Respecto a la objetividad periodística, Palacios (2016), dice que "... requiere exactitud en la descripción, no perspicacia interpretativa. (...) Los periodistas admiten que hay dos tipos de prejuicios que pueden influir en su trabajo: valores o preferencias personales, y compromisos ideológicos" (párr. 9)

El periodismo objetivo trata de contar meramente los hechos, haciendo de lado cualquier comentario en la redacción de la nota. Aparentemente se escribe mostrando un lado de neutralidad sobre el tema; pero, en realidad, se elabora la noticia con base a los valores que posea cada periodista, quien será el único en decidir si piensa inclinarse o enfocarse en narrar la cara mala o buena del acontecimiento, con todo y pruebas que tenga; bajo el contraste efectivo de las fuentes.

Tal como lo dice González (2008) en su artículo *La objetividad periodística: entre el mito y la utopía*, "la objetividad periodística se convirtió en un mito que

caló profundamente en la comunicación de masas y sirvió de fundamento a la supuesta imparcialidad y universalidad del discurso mediático” (párr. 7)

1.2.2.3.2. Inmediatez

La audiencia de hoy en día busca información al instante. En una época en la que todos andan apurados por el pasar del tiempo, es necesario brindarles noticias del momento, de forma sencilla y concisa. De tal manera de que uno pueda informarse y rápido.

Según Cruz-Álvarez y Suárez-Villegas (2017), citando en su artículo a Micó et al. (2008), mencionan que “la carrera por ser el primero en dar una noticia motiva la difusión de errores y prácticas desdeñables como la publicación de imágenes manipuladas o la emisión de noticias sin contrastar” (párr. 20)

La inmediatez al publicar una noticia antes que otros medios puede traer como consecuencia el no revisar la información a mandar detalladamente, con fuentes y todo, a fin de ser primicia. Esto conlleva a que hoy en día se creen las ‘fake news’ o noticias distorsionadas a las que uno no se da el suficiente tiempo para verificar los datos, por el simple hecho de ganarle a la competencia.

Llegando a la conclusión de que la carrera por ser primicia entre los medios es muy importante pues serás la primera fuente que consultarán los usuarios, por ser quien empezó con la revelación de ciertos datos antes que otros en un solo clic de publicación.

1.2.2.3.3. Circulación

Mientras haya una incrementación en el alcance de la noticia, más será el número de usuarios al que pueda llegar el mensaje y estos, a su vez, compartirlo.

Tal como dice Maderuelo (2016), “una de las técnicas más utilizadas por las empresas para atraer a posibles clientes y posicionarse (...) dentro de su sector” (párr. 1)

El mensaje solo llega a posicionarse en el lector como importante si es que este tiene una gran influencia entre la mayoría del público. Todo este vínculo entre la nota y el lector solo se consigue a través de una buena circulación o alcance al que llegue la noticia.

Según Nieto (1989), “... la difusión es elemento esencial para lograr la relación informativa. El contenido del mensaje informativo deberá ser coherente con los principios editoriales que configuran la empresa y fundamentan su actividad” (párr. 9)

Llegando a la conclusión de que, para una buena posición del mensaje en el target, es necesaria una buena difusión de la noticia entre los usuarios y sus conocidos, a fin de atraer y retener más público.

1.2.2.3.4. Diseño Gráfico

Se trata del maquillaje de la noticia, la que la hará verse más atractiva ante los ojos de los cibernautas. Hoy en día una nota no es nada sin la parte creativa; es decir, los diseños que esta conlleve para captar mejor la atención del público.

Según lo indica Armentia (1993), en su libro *Las nuevas tendencias en el diseño de la prensa* [citado por Gonzáles y Pérez (2006) en su publicación web *La importancia del Diseño Periodístico en una comunicación de calidad*], el diseño gráfico en la estructura de una noticia sirve “para referirnos a todos aquellos artificios y recursos que tiene por objetivo mejorar la percepción de cualquier impreso (...), pero teniendo siempre presente que el objetivo final es la mejora comunicativa, no la perfección artística...” (párr. 3).

Llegando a la conclusión de que el diseño gráfico es clave, sobre todo en las plataformas digitales, para una mejor y mayor interacción con el público, así como la retención de este tanto con el medio, así como para que termine de revisar, en lo posible, todo el contenido de la noticia.

1.2.3. La percepción de los jóvenes universitarios

Los mensajes a ser enviados para los jóvenes deben estar diseñados con un lenguaje para ellos: claros, precisos y concisos. De esta forma, el público juvenil podrá captar mejor lo que se transmite en la noticia sin sentirse excluido del público más adulto.

Si una noticia llega a afectar y, por ende, interesar a los jóvenes a seguir leyendo, estos buscarán empaparse de más información recurriendo a otras fuentes para poder transmitir entre la comunidad juvenil más próxima a cada uno. En este sentido Casero-Ripollés (2012) “... los jóvenes estén interesados en las noticias que se asocian en gran medida a su valor cívico. Además, acuden a fuentes muy variadas y de modo fragmentado...” (pág. 604)

Es necesario que la juventud peruana busque informarse, pero a través de mensajes que sepan llegar a ellos. Estos deben ser interactivos, claros, precisos, sin palabras ambiguas. De tal forma de que luego puedan compartir la nota entre sus seres más allegados.

Llegando a la conclusión de que, al enviar un mensaje, hay que tener en cuenta de que éste debe ser redactado de acuerdo al público que se quiere captar. Si es para los jóvenes, en este caso, esto ayudará al investigador de este trabajo a investigar mejor cuál es la preferencia de los jóvenes con referencia a la estructura de una nota. Lo ayudará a conocer la forma efectiva de redactar y poner ciertos contenidos que logren ser atractivos para el lector juvenil.

1.2.3.1. Percepción del cambio social

El cambio social es como el punto de vista del individuo, quien busca, con base a su opinión de perspectiva sobre un tema, crear conciencia y en lo posible un cambio, empezando por su entorno social. Dependiendo de los argumentos que dé, el mensaje ser tomado en cuenta por las personas. De lo contrario, solo será escuchado más no puesto en práctica.

Tal como dice García (2018), "... los cambios sociales buscan evolucionar lo que está establecido y arraigado a lo largo del tiempo. (...) existen elementos sociales que cambian de manera más rápida que otros, algunos tienen importancia pasajera y otros permanecen durante mucho tiempo" (párr. 4)

Los puntos de vista que el público joven tiene, son sobre todo con propósitos de cambio, iniciando por su sociedad. Ellos dan sus perspectivas sobre

acontecimientos que puedan afectarles directamente a ellos como a su comunidad. Por eso, les gusta entablar en lo posible su opinión en las políticas públicas y las reformas que estas conlleven.

Tal como lo dice Kumar (2013), "... el 43% de la población del mundo tiene 25 años o menos. (...) Para esta generación el cambio se relaciona con la gente y muy poco con la ideología política..." (párr. 1)

El público joven de hoy es cada vez más analítico hacia hechos que puedan afectar la estabilización y/o estructura de la sociedad. Formulan hipótesis para luego ser debatidas; de esta forma, desligar, con base a otros puntos de vista, las acciones que se considerarán buenas o malas para la comunidad.

Llegando a la conclusión del profundo análisis que puede llegar a formarse en la mente del público juvenil. El que hoy en día no procesa con facilidad un mensaje enviado, si es que este no es comprobado por otras fuentes o comparado con el punto de vista de otras personas para dividir los hechos buenos de los malos (los que afectan o no a la sociedad).

1.2.3.1.1. Marchas de protesta

El público joven no es de quedarse callado ante un hecho que pueda atentar contra su libertad de expresión o contra sus derechos, en sí. Por lo que una forma de expresar su inconformidad ante una injusticia, es realizar un movimiento contra la autoridad que los restrinjan de ser una sociedad hecha y derecha.

Entendamos por marcha que, según Bonvillani (2013) [citando a Traugott (2002)], esta implica "formar parte de un repertorio de acción colectiva, que

consiste en una modalidad de tránsito por el espacio público de la ciudad, contrastante con los modos habituales de habitarla y circular por ésta” (párr. 33).

Para un joven, emitir su palabra para ser escuchado ya no es suficiente, necesita de herramientas de acción para hacer llegar su mensaje a los demás. A través de movimientos grupales, tanto en la vía pública como por redes sociales, a fin de lograr que su idea llegue a ser viral y su mensaje de esta forma sea propagado.

Llegando a la conclusión de que los jóvenes buscan todo tipo de medios efectivos en los que sus críticas puedan llegar a ser escuchadas, ya sea por la viralización en la web o través de marchas públicas. Donde sea que su presencia y voz sea tomada en cuenta, buscando siempre imponerse ante las injusticias de arraigo social.

1.2.3.1.2. Debates

Los jóvenes hoy en día analizan los sucesos más allegados a su entorno. De esta forma, poder generar críticas con base a argumentos de varias fuentes, previamente investigadas sobre un hecho, para de ahí emitir su opinión al respecto y ser comparada con la de otras personas. Así determinar lo que es bueno de lo malo.

Según Aparicio (2016), “... los jóvenes (...) a la hora de generar políticas públicas las hacen (...) a partir de diagnósticos ajenos a nuestra realidad, sin tener en cuenta que el mundo juvenil es heterogéneo, plural y que se manifiesta de diversas maneras” (párr. 3)

Los jóvenes buscan ser parte de un grupo social donde se sientan identificados y donde su voz pueda ser escuchada. Con base a ello, se juntan en grupos afines donde puedan compartir sus ideas sobre hechos que les afligen y estas sean debatidas hasta llegar a conclusiones.

Tal como lo dice Simón (2013), “los jóvenes estarían prefiriendo en mayor medida una participación autónoma y descentralizada. (...) La juventud estaría siguiendo vías alternativas para relacionarse con la esfera pública, menos controladas desde las elites y actores clásicos” (párr. 9)

Llegando a la conclusión que la formación de grupos de debates juveniles se da a fin de tener un espacio en el que este grupo social pueda intercambiar puntos de vistas argumentados, sobre todo de temas sociales pues son los que más les afecta a su persona y a la sociedad, en sí. Al investigador le ayudará a conocer los temas más discutidos entre jóvenes y su proceso análisis que este conlleva para al final dividir lo bueno de lo malo, llegando a conclusiones.

1.2.3.2. Interacción en redes

Para que una publicación genere interés en el público, esta debe causar un gran impacto por el contenido que envíe. Para ello, el post debe ser dinámico e interactivo con quienes lo vean, y así generar rebote.

Tal como lo dice Smith (2016) “el contenido debe ser de valor para generar interacciones. Necesita ser realmente útil, interesante, inspirador, curioso, simpático o atractivo...” (párr. 3)

Una forma efectiva de poder viralizar una noticia es conociendo primero al público al que será dirigido el mensaje. Hay que conocer sus gustos, disgustos,

qué es lo que lo impacta o indigna, de tal forma que lo impulse a compartir o seguir circulando un contenido por sus redes sociales. Barud (2016) afirma que “...todo se resume a entender qué le importa a tu audiencia y a compartir eso con ellos. No te sientas como que tienes que crear nuevo contenido cada vez para lograrlo...” (párr. 13)

Las redes sociales se han vuelto un medio efectivo para dar a conocer una noticia de forma rápida, directa y sencilla. Un medio por el cual las personas entiendan mejor el mensaje dado, de una forma más interactiva como para causar interés en el target al que se le envía la nota.

Llegando a la conclusión de que las redes sociales sirven como instrumento de propagación rápida de un contenido. El investigador podrá conocer qué factores impulsan al público a querer leer una nota presentada en redes sociales y las preferencias que tiene este por ver en un contenido.

1.2.3.2.1. Compartimiento

La opción compartir vale el doble que un simple “*like*” en las redes sociales. Debido a que la primera ayuda a hacer viral un contenido; es decir, a que más personas conozcan sobre el hecho publicado, causando mayor interacción y posible impacto.

Para el periodista la web se trata de un escenario muy importante para compartir sus ideas y/o conocimientos planteados sobre un tema, a fin de llegar a viralizar su información brindada a los usuarios, mediante la opción “compartir”. Tal como menciona Rost (2011), “la web es un territorio de actuación del periodismo cada vez más importante. Está ocupando un lugar

central no sólo para recoger información sino para publicarla, difundirla, compartirla e interactuar a través de ella” (párr. 18).

Un mensaje publicado en las redes sociales puede medir su grado de impacto y éxito, con base a la creación de sentimientos que cause en el público. Se sabe que es bueno el contenido, si este llega al punto de querer seguir siendo difundido por el público mediante la opción de compartir.

Llegando a la conclusión que es necesario saber qué motiva al cibernauta a compartir un contenido. El investigador también debe conocer la importancia que significa para el usuario el querer compartir un contenido. Y cómo esta acción llega a ser viral en el resto de las personas que lo ven.

1.2.3.2.2. Comentarios

Las críticas o comentarios de una publicación suelen guiar también a otros cibernautas a querer, o no, ver el contenido de la nota. Mientras más valor agregado se le dé a las notas publicadas, mayor será el interés del cibernauta por querer leerlas.

Tal como dice Dans (2016), “para un medio de comunicación, una comunidad de comentaristas sana y que aporte valor se convierte en una necesidad cada vez más evidente: desde la popularización de la red” (párr. 5)

Un comentario te dará en palabras la sensación que percibió la audiencia sobre la publicación. Con base a ello, uno podrá mejorar su contenido o seguir su estilo de acuerdo a lo que crea el público, porque ellos son la razón por la que se crea estructura una noticia. En este sentido Moreno (2018) refiere que el comentario “... es el principal *feedback* que recibes de tu audiencia. (...) Aquí

tu potencial cliente ideal puede expresarse a gusto sin limitaciones de espacio” (párr. 5)

Llegando a la conclusión de que es necesario hacer caso a los comentarios del público. Con base a estos, el investigador conocerá sus gustos y preferencias que desean en un contenido. De esta forma, se podrá mejorar la estructura de la nota que se pretende enviar, de acuerdo a lo que pidan los cibernautas.

1.2.3.3. Conocimiento del tema

Pocos son los que desean investigar a fondo sobre un determinado tema que les acontezca. El resto pretende solo informarse de lo que le digan los medios o personas, sin mayor profundidad alguna. Esto hace que la digestión de contenidos no sea tomada en serio y por tanto caer en las exageraciones de muchas noticias o en *fake news*.

Tal como dice Guzmán (2014), “... a pocos interesa llegar hasta el fondo del asunto. Se conforman con lo poco que se sabe, lo que todos les dicen, lo que escucharon, lo que su familia les refirió, o lo que leyeron en las redes” (párr. 6)

Todos los seres humanos tienen el derecho a estar informados. Para generar conciencia crítica en la sociedad, es necesario que el contenido tenga un gran alcance, a través de todos los medios posibles, para hacer de su circulación más efectiva. Hacer llegar una información es tratar de no aislar a las personas de los acontecimientos, y estas comprendan qué es lo que pasa a su alrededor.

En este sentido Nova (2016), “...la importancia de estar informado, es un derecho que nosotros como seres humanos estamos dispuestos a adquirir. Una

persona que se mantiene al día tiene la capacidad para criticar y entender mejor a la sociedad” (párr. 4)

Un hombre con criterio, es decir con información sostenida por argumentos, será capaz de elaborar un buen análisis sobre el contexto que exista y le haya impactado a su alrededor, a fin de crear un espacio de interacción entre ideas sustentadas de otras personas.

Entonces un buen contenido se hace en base a criterio, no hay información certera si no es comprobada por fuentes, en lo posible directas, de esta forma, uno puede emitir su opinión y generar debate con respecto al contexto por el que pase la sociedad.

1.2.3.3.1. Prevención

Es necesario que parte del contenido que se envíe al público deba crear un sentimiento de conciencia y/o sensibilización sobre los hechos que afecten, para bien o mala, a la sociedad. De esta manera, se causará un mayor impacto en el target.

El terrorismo es un tema muy delicado para la historia por la que pasó la sociedad. Por ello, en el mensaje de la noticia, el redactor debe intentar difundir la sensibilización acerca del mencionado contexto, y no transmitir el mensaje de terror, que solo fortalecerá a aquellos grupos terroristas.

El investigador debe analizar y separar a aquellos medios cuyo contenido solo infunde en el terror, con respecto al terrorismo, más no a la concientización o sensibilización del hecho para evitar que una sociedad pase por el mismo suceso. Un medio debe informar y orientar, no aterrorizar.

1.2.3.3.2. Interés de información

El público puede estar interesado en un determinado tema; pero, no significa que sea de interés público. Este último es algo más general, que haya impactado a la sociedad en sí, y no a un determinado target.

Tal como lo dice Eggington (2011), “los periodistas deberían utilizar siempre la prueba de interés público antes de decidir si deben cubrir o no una noticia. (...) Lo primero es separar lo que es de interés público de los temas que interesan al público” (párrs. 1 y 2)

El posicionamiento genera distintos ‘nichos’ a los que serán enviados determinados mensajes, cada uno dependiendo del interés de cada público. Aquí es donde inicia el proceso de particularización.

Tal como dice Muñiz (1997), “el conocimiento de las cuestiones que interesan a un grupo social determinado, y nuestra capacidad para satisfacerlas, es quizá la base de la mejor fórmula de éxito para un medio informativo” (párr. 4)

Llegando a la conclusión de que no se trata de mandar mensajes solo mandar. Se debe conocer primero al público al que se le transmitirá la noticia, y, de esta forma, generar en ellos el interés de querer seguir leyendo e investigando sobre la nota. Llegando al objetivo de que ese target retenga el contenido brindado.

1.3. Definición de términos básicos

Cibernautas: Son aquellos usuarios que interactúan con los contenidos que les provean distintas plataformas web, gracias al internet.

Contrastar: Comparar el enfoque y/o la estructura dada a una misma noticia por diversos medios de comunicación, de acuerdo a la línea a seguir por su respectiva editorial.

Corrientes de opinión: Pensamientos similares que unen a un grupo social, generando debate en ellos, con base a noticias que les hayan impactado o afectado.

Debate: Es una interacción y/o intercambio de pensamientos entre una o más personas que poseen un diferente punto de vista con relación a un determinado tema.

Instrumento: Herramienta de investigación que ayudará a recoger información para la base de datos del investigador.

Interés de información: Se da cuando se tiene el gusto o curiosidad por conocer y/o averiguar sobre un tema, ya sea por distintas razones como el incrementar conocimiento, tomar precaución, por carrera de estudio, etc.

Investigación básica: Estudio que tiene como fin el de brindar información y un mayor alcance de conocimiento, con base a un tema ya conocido. Dando un aporte más al contexto.

Medio Digital: Canal de comunicación más usado hoy en día por la sociedad, por su rápida actualización de noticias e interacción con la opinión del público.

Pieza gráfica: Imagen que es elaborada en su mayoría con herramientas de ilustración. Ya sea todo diseñado desde cero o una fotografía acompañada con alguna elaboración gráfica (textos, dibujos geométricos, entre otros).

Prevención: Tomar soluciones efectivas para evitar consecuencias que puedan afectarnos o afectar algo a largo o corto plazo.

Público objetivo: Grupo social al que se quiere llegar a impactar mediante la información que se les brinde y que, en lo posible, luego ellos la difundan al resto de su entorno.

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de hipótesis principal y derivada

2.1.1. Hipótesis principal

Existe relación significativa entre el tratamiento de la noticia acerca de contenidos vinculados al terrorismo en los portales web en los diarios web La República y El Comercio y la percepción de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

2.1.2. Hipótesis específicas

Existe relación significativa entre las redes sociales en los portales web de los diarios *La República* y *El Comercio* y la percepción del cambio social de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

Los medios digitales en los portales web de los diarios *La República* y *El Comercio* tienen relación significativa con la interacción en redes de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

Los contenidos en los portales web de los diarios La República y El Comercio se relacionan significativamente con el conocimiento del tema en los estudiantes de la UNMSM, 2018.

2.2. Variables y definición operacional

Tabla 1. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
V1: TRATAMIENTO DE LA NOTICIA EN MEDIOS DIGITALES	REDES SOCIALES	FACEBOOK
		TWITTER
Diarios La República y El Comercio	MEDIOS DIGITALES	ENFOQUE
	CONTENIDOS	SMARTPHONE
		COMPUTADORA
		OBJETIVIDAD
		INMEDIATEZ
		CIRCULACIÓN
V2: LA PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS	PERCEPCIÓN DEL CAMBIO SOCIAL	MARCHAS DE PROTESTA
	INTERACCIÓN EN REDES	DEBATES
Caso: Terrorismo en el Perú	CONOCIMIENTO DEL TEMA	COMPARTIMIENTOS
		COMENTARIOS
		PREVENCIÓN
		INTERÉS DE INFORMACIÓN

2.2.2 Definición conceptual de las variables

Variable X: Tratamiento de la noticia en medios digitales

Esta variable investiga la relación entre la estructura elaborada por un medio digital, y cómo esta busca impactar en la audiencia con la información brindada, en este caso notas sobre el terrorismo en el Perú.

El contenido que ésta conlleve será con base a las preferencias y/o gustos del público, para un mejor alcance y atención del lector a la noticia. De esta forma, captar más lectores.

Las redes sociales, hoy en día, pueden llegar a ser una herramienta para grupos con ideologías ligadas al pensamiento terrorista, dentro de estos grupos se postean noticias, diseños gráficos, eventos [marchas] con su propio diseño para causar en sus seguidores aún más fidelidad con sus pilares. Las notas que suelen publicar, cuentan la versión y parcialidad de los líderes del grupo sobre acontecimientos que impliquen a la revolución izquierdista, en sí. Y he ahí donde el público puede llegar a absorber la noticia, tomándola como verídica o, algunos, cuestionarla y buscar más fuentes de información.

Veres (2004) menciona que "... si bien los terroristas encuentran en los medios el eco deseado para propagar (...) su mensaje (...) proporcionan, a su vez, el espectáculo que los periodistas necesitan para satisfacer a la audiencia." (párr. 26)

Variable Y: La percepción de los jóvenes universitarios

Esta variable busca conocer si la estructura elaborada por los diarios [en plataforma digital] El Comercio y La República logran impactar en el público juvenil [universitarios], con respecto al acontecer del terrorismo en el Perú.

Saber cómo los lectores reaccionan ante ellas, buscando un debate o compartirla entre su círculo social; o, simplemente, recibirla y dejarla ahí.

Es por ello se busca conocer cómo los cibernautas reaccionan, bajo su ideología y/o análisis crítico, ante la información elaborada por la prensa web local [El Comercio y La República], qué comentan al respecto y cómo actúan ante los sucesos que impliquen a la izquierda extremista o al terrorismo, en general.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño metodológico

3.1.1. Tipo de investigación

Según la tendencia, esta investigación analiza la muestra que participa activamente, de manera cuantitativa; y de la cual se dará a conocer la razón de su reacción o interés por obtener información de una noticia, durante el proceso de elaboración. Además, mediante fichas de observación a los diarios digitales El Comercio y La República, se hará también el tipo de investigación cualitativa.

Es de tipo básica, porque tiene el fin de ampliar un conocimiento, asimismo, el estudio es transversal o transaccional, pues la investigación se lleva a cabo en un periodo determinado del tiempo.

3.1.2. Nivel de investigación

Se buscará el porqué de los hechos, por lo que será una investigación explicativa. Tal como dice Morán, Arguello y Sánchez (2015), citando a Arias

(2012), "...los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis..." (párr. 11)

Descriptivo, porque, como indica su nombre, ayudará a describir los acontecimientos que sean vistos u observados en el contenido de cada uno de los medios de comunicación digital a ser analizados [Diario El Comercio y La República], en un determinado periodo de tiempo. Y exploratorio, porque, según los autores ya mencionados, esta "se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto" (párr. 10).

3.1.3. Diseño de investigación

La investigación es de diseño no experimental, se observan los fenómenos tal y cómo se dan en su contexto natural, sin ninguna manipulación de las variables ya establecidas, esto ayuda a entender el por qué el público objetivo de esta tesis llega a reaccionar de cierto modo frente a las distintas estructuras planteadas en los medios de comunicación a estudiar. Saber qué los motiva a crear en sus entornos corrientes de opinión a favor o en contra del hecho (rebrote del terrorismo en las redes sociales o páginas web y temas de aficiones sociales afines).

Asimismo, este trabajo también se guía por el diseño etnográfico, Hernández, Fernández y Baptista (2014) menciona en su libro *Metodología de la Investigación* que "este diseño pretende explorar, examinar y entender sistemas sociales (...) desde la perspectiva o punto de vista de los participantes" (p. 482).

Este diseño descrito por Hernández, et al. (2014) ayuda a que en esta tesis se pueda indagar y analizar a una muestra de personas en un contexto determinado; y, de esta forma, deducir o dar un significado a las reacciones o comportamientos de la gente frente, en este caso, a una noticia, dependiendo de cuánto impacto pueda generar en ellos la estructura de ciertos hechos difundidos por los medios de comunicación.

3.1.4. Método de investigación

Inductivo, permite la observación de los hechos, así como el registro de ellos, el análisis de la hipótesis, en base a las conclusiones obtenidas, Lino (2019) dice al respecto que “...este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta” (p.1). Parte de los pasos que este

Deductivo, porque como dice en su artículo Carvajal (2014) “...el método deductivo de investigación permite inferir nuevos conocimientos o leyes aún no conocidas. Este método consiste en inducir una ley y luego deducir nuevas hipótesis como consecuencia de otras más generales” (párr. 21)

El método científico, porque tal como dice Ruiz (2007):

... es el medio por el cual tratamos de dar respuesta a las interrogantes acerca del orden de la naturaleza. Las preguntas que nos hacemos en una investigación generalmente están determinadas por nuestros intereses, y condicionadas por los conocimientos que ya poseemos. (p. 9)

Recordando que el método científico es un proceso esquematizado; es decir, posee un determinado orden de etapas [Observación, planteamiento de la

hipótesis y, por último, la comprobación] para poder llegar a los resultados, y que estos tengan la confiabilidad necesaria para ser tomados como conclusiones satisfactorias.

Analítico, porque permite profundizar en el objeto de estudio, para explicar, hacer analogías, comprender mejor cómo se comporta el fenómeno, Ruiz (2007), en su publicación on-line, "...consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos...".

Sintético, porque según Ruiz (2007) se trata de:

... un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis (...); implica llegar a comprender la esencia del mismo [tema a investigar], conocer sus aspectos y relaciones básicas en una perspectiva de totalidad. (p. 13)

La síntesis ayuda al investigador a formular conclusiones concretas, basadas en una hipótesis creada subjetivamente.

3.2. Diseño muestral

3.2.1. Población

La población está abarcada por 204 jóvenes universitarios de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM), de la carrera de Ciencias Sociales, a quienes se les preguntó si deseaban contribuir con la investigación relacionada a la historia del terrorismo y sus secuelas, ya sea si estén a favor o en contra. Y que suelen leer esas noticias por medio del diario El Comercio o La República.

3.2.2. Muestra

Con un muestreo de tipo probabilístico (aleatorio simple), Ochoa (2015), en un artículo realizado para Netquest, afirma que “...al usar el muestreo aleatorio simple nos aseguramos la obtención de muestras representativas, de manera que la única fuente de error que va a afectar a mis resultados va a ser el azar.”

La muestra la conformaron 117 jóvenes estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNMSM, de los 204 que se informan por los diarios digitales de El Comercio y de La República, que respondieron de manera voluntaria con la investigación uno por uno en sus instalaciones.

3.2.2.1. Criterios de inclusión

- Se incluye solo a jóvenes estudiantes de la UNMSM, de la carrera de Ciencias Sociales.
- Con la capacidad de responder bajo un criterio analítico a encuestas.
- Edades entre 18 y 28 años.
- Que hacen uso constante de las redes sociales y plataformas web.
- Que se informen por medio de los diarios digitales El Comercio o La República.

3.2.2.2. Criterios de exclusión

- Que no estudien la carrera de Ciencias Sociales.
- Que no hagan uso constante de las redes sociales y plataformas web, en general.
- Que no se informen por medio de los diarios digitales El Comercio o La República.

3.3. Técnicas de recolección de datos

3.3.1. Técnicas de recolección de la información

Cuestionario: como instrumento para la recopilación de datos, brindados por la muestra para recabar datos verídicos, con base a un número representativo de la población, elegidos al azar, la información obtenida es interpretada.

Ficha de observación: Se ha desarrollado una ficha base de observación para los medios digitales de La República y El Comercio, el investigador realizó un seguimiento de ambas plataformas, en un determinado periodo, y evaluó la importancia que dan a las notas referentes a temas de terrorismo en el Perú en sus publicaciones.

3.3.2. Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario: Consiste en una herramienta de investigación, compuesta por una serie de preguntas. A fin de poder realizar un análisis estadístico, de la base de información recaudada de los encuestados, la cual consiste en un conjunto de preguntas, de tipo Likert y de opción múltiple, preparados en base a la matriz maestra preparada en base a los indicadores de las variables.

Ficha técnica del cuestionario

- Nombre: El tratamiento de la noticia digital en los diarios El Comercio y La República, sobre el terrorismo en Perú, en percepción de los jóvenes universitarios
- Autor: Valeria Paz Goñez

- Objetivo: Medir el impacto que las noticias digitales, de los diarios [en su versión web] El Comercio y La República, puedan causar en los jóvenes universitarios; así como qué contenidos y/o elementos en una nota logran captar a un mayor público juvenil.
- Administración: Colectiva
- Tiempo de duración: De 5 a 8 minutos
- Contenido: El cuestionario en escala de Likert, contiene 18 ítems contruidos con base a cada uno de los indicadores de ambas variables.
- Tipo de respuesta:
 - Totalmente en desacuerdo (1)
 - Desacuerdo (2)
 - Ni acuerdo, ni desacuerdo (3)
 - Acuerdo (4)
 - Totalmente de acuerdo (5)

3.3.2.1. Validez y confiabilidad del instrumento

3.3.2.1.1. Validez

Para determinar la validez del instrumento, y su respectivo contenido, se utilizó el informe de juicio de expertos. Para ello, se tomó en cuenta a los siguientes profesionales:

Tabla 1. Validez de Juicio de Expertos

Grado y nombre del validador	Porcentaje de aceptación
Quispe Serrano, Mario Orlando <i>Magister en Periodismo y Comunicación Multimedia</i>	95%
Quiroz Pacheco, Yulvitz Ramón <i>Doctor en Periodismo y Comunicación Multimedia</i>	90%
Patiño Bottino, Miguel Magíster en Periodismo	92%
Total	93%

Nota: Los expertos que validaron el instrumento con un buen porcentaje, indicaron que este puede ser aplicado, tal como está elaborado.

Antecedentes de los expertos evaluadores:

1. El investigador eligió al magister en periodismo y comunicación multimedia, Mario Orlando Quispe Serrano, por sus conocimientos en el tratamiento adecuado de las noticias en las plataformas digitales. Actualmente, es docente del curso de periodismo web en la Universidad de San Martín de Porres y Universidad Privada del Norte. Es conocedor de las estrategias que un comunicador debe usar en el enfoque que se le dé a una noticia, para poder captar usuarios y volverla viral; así como el contenido que más les interesa a los cibernautas.

Además de ser docente universitario, el periodista Quispe es community manager, redactor web, columnista, maestro de ceremonias y conferencista. Por ello conoce el análisis previo que se debe hacer al público al que se pretende captar, mediante ciertos contenidos; y, posteriormente, sabe reconocer y hacer un análisis si lo aplicado fue efectivo.

2. El docente universitario Yulvitz Quiroz, con grado académico de doctorado en periodismo, es autor del artículo “El Smartphone como herramienta del Periodismo Digital”, perteneciente a la revista Cultura de la Universidad de San Martín de Porres (USMP). Asimismo, su amplio conocimiento sobre la comunicación y las redes sociales, fue aplicado en su publicación “Las redes sociales como herramientas el periodismo digital” (2014), también en la revista Cultura de la USMP. Además, tiene experiencia como docente de cursos y talleres de sociología y teoría de la comunicación. Esto le permite conocer y/o analizar lo que el público pide en una noticia, y a la que esta se amolda, tanto en su forma de su contenido como en la plataforma digital en la que circula.

3. El docente universitario de periodismo multiplataformas Miguel Patiño, quien también es el encargado de la redacción de contenidos en el diario online La Industria. Además, es jefe del taller de Periodismo de Redacción de la USMP y editor general del respectivo periódico impreso de la mencionada universidad, llamado Redacción.

3.3.2.1.2. Confiabilidad:

La prueba de confiabilidad de alfa de Cronbach fue utilizada para hallar la consistencia interna. La siguiente fórmula corresponde a este estadístico:

$$\alpha = \left[\frac{K}{K - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Que significa:

S_i^2 Suma de varianzas de cada ítem.

S_t^2 Varianza del total por filas

K El número de ítems.

Tabla 2. Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,853	15

Nota: Las estadísticas de fiabilidad indican que el instrumento tiene un buen nivel de confiabilidad.

En este sentido, el instrumento cuenta con alta confiabilidad estadística y para corroborarlo se ha procedido a la confiabilidad de cada elemento que constituye el cuestionario.

Tabla 3. Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Considera que Facebook es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional	49,7607	66,287	,160	,859
Considera que Twitter es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional	50,0427	56,524	,606	,837
Las noticias por la web Las noticias tratadas hoy en día, ¿Despiertan su interés como espectador?	49,3077	59,715	,599	,838
Está de acuerdo con que a la mayoría de personas le es más útil obtener información a través del <i>smartphone</i>	50,9487	66,239	,135	,862
Cree que la computadora es eficiente para obtener noticias en tiempo real	49,8974	61,627	,550	,842
En los medios digitales se transmite la noticia de forma imparcial	50,6239	61,823	,372	,851
Está de acuerdo con que los medios digitales brindan información al instante	49,9829	61,241	,553	,842
Está de acuerdo con que hay mucha circulación de noticias en los medios digitales	50,1026	56,196	,787	,827
Considera que el diseño gráfico de las imágenes en la noticia es factor clave para la retención del lector	49,8974	61,627	,550	,842

Ha percibido que hay publicaciones que invitan a participar en protestas a favor de posturas radicales	50,6239	61,823	,372	,851
Está de acuerdo con que últimamente se ha propiciado el debate abierto a través de redes	49,3077	59,715	,599	,838
Considera que los temas actuales son suficientes para interactuar activamente en redes sociales	50,0427	56,524	,606	,837
Considera que los comentarios en redes sociales son una buena vitrina de debate	50,9487	66,239	,135	,862
La mayor cobertura de noticias, sobre el terrorismo y sus secuelas, ayudaría a los jóvenes a tomar conciencia de su historia, para que ésta no se repita	49,9829	61,241	,553	,842
Está de acuerdo con que los medios digitales despiertan el interés para acercarse a las noticias	50,1026	56,196	,787	,827

Nota: los resultados obtenidos de la estadística de fiabilidad para cada elemento muestran que los ítems del cuestionario pueden ser usados tal cual porque tienen un alto nivel de confianza estadística.

3.3 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Se aplicó la herramienta de encuesta para obtener los datos previamente vistos, la información ha sido es clasificada, codificada e introducida en una base de datos, para el análisis en el estadístico SPSS 24 que permitió conocer la estadística descriptiva e inferencial.

Estadística Descriptiva

Usando el programa estadístico SPS-24 se llevó a cabo para la recolección, organización y tabulación de los datos obtenidos, por parte de la muestra a estudiarse, este tipo de estadística permitirá la reducción de la información general, basándose en gráficos.

Estadística Inferencial

Al ser un estudio correlacional, se ha establecido el nivel y tipo de correlación entre las variables de estudio usando el programa estadístico SPSS-24 probando, estimando y contrastando las hipótesis, a partir de la recolección de datos obtenidos del cuestionario en la muestra.

3.4 Aspectos éticos

La investigadora asumió el compromiso de no plagiar, respetar la norma de redacción de las normas APA, reglas ortográficas y de redacción científica en esta tesis.

Asimismo, la tesis ha sido elaborada netamente por la investigadora, siguiendo los reglamentos siendo el propósito de la misma contribuir al conocimiento científico, para ello se ha ceñido al reconocimiento de los derechos de autor de los datos consultados en distintos medios de investigación, es decir, dar crédito cuando es debido.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Los resultados estadísticos de la investigación están referidos a los recolectados en los cuestionarios los cuales han sido obtenidos de los estudiantes que tienen características específicas y que son lectores de alguno de los diarios en la versión digital, ya sea La República o El Comercio.

En este sentido, se presenta en primer lugar los resultados descriptivos, agrupados por variables de estudio y luego los resultados inferenciales, los cuales permiten establecer el tipo y nivel de correlación entre las dos variables, cumpliendo el requisito de hallar la normalidad de las variables para poder elegir el estadístico de correlación que le corresponde al estudio y así lograr la contrastación de las hipótesis.

4.1. Resultados descriptivos

4.1.1. Variable tratamiento de la información

1. Considera que Facebook es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional.

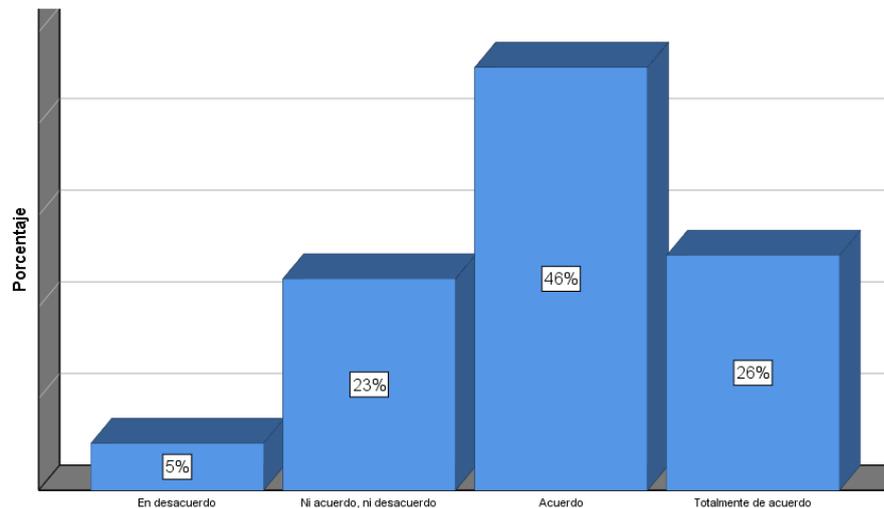


Figura 1. El Facebook es la plataforma para informarse

Nota: los resultados muestran que los jóvenes se mantienen informados a través del Facebook acerca del rebrote del terrorismo.

2. Considera que Twitter es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional

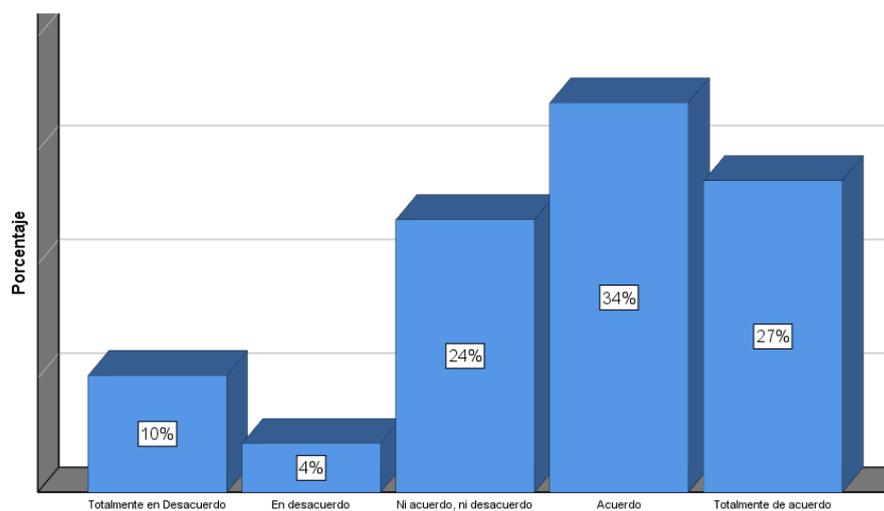


Figura 2. Por el Twitter se conocer noticias acerca de terrorismo

Nota: los resultados muestran que los jóvenes se mantienen informados a través del Twitter acerca del rebrote del terrorismo.

3. Las noticias tratadas hoy en día, ¿Despiertan su interés como espectador?

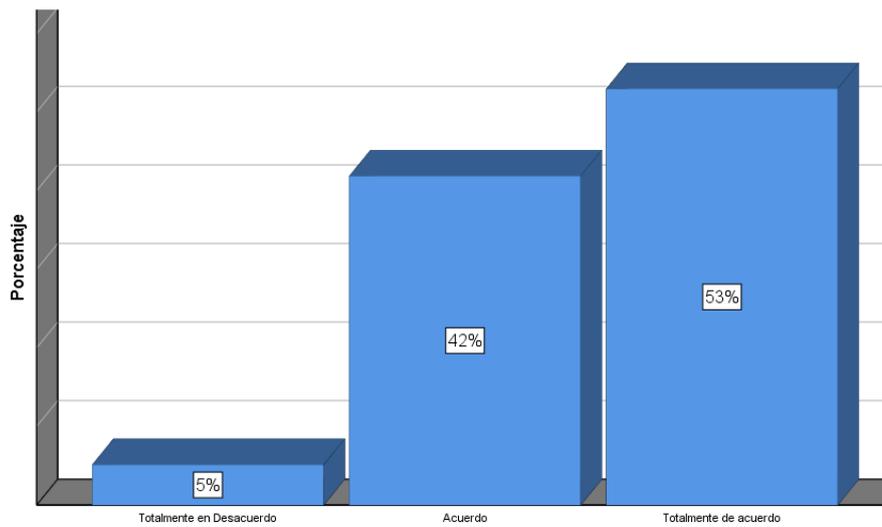


Figura 3. Las noticias de terrorismo interesan al cibernauta

Nota: la mayoría de los estudiantes ha coincidido que cuando se emiten notas acerca de las actividades terroristas, se despierta el interés.

4. Está de acuerdo con que a la mayoría de personas le es más útil obtener información a través del *smartphone*

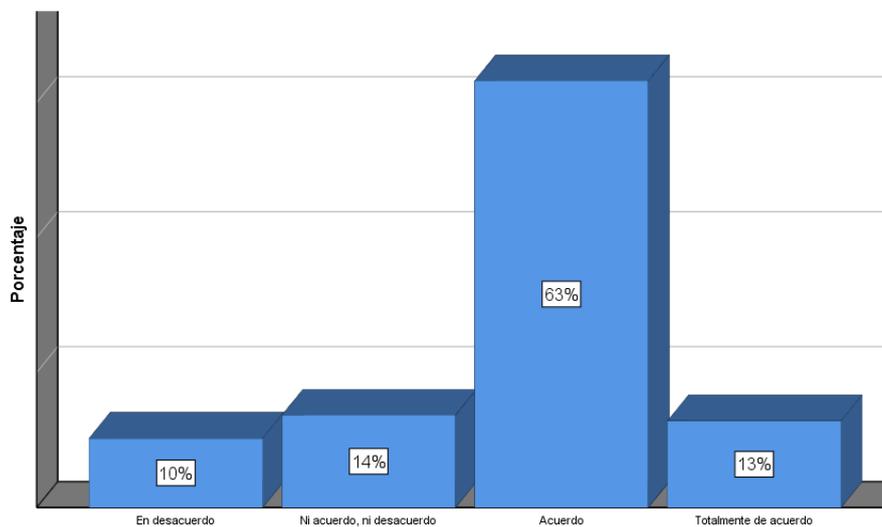


Figura 4. El Smartphone es de gran utilidad para obtener información

Nota: los estudiantes prefieren el uso del Smartphone como principal medio digital para obtener información de los diarios.

5. Cree que la computadora es eficiente para obtener noticias en tiempo real.

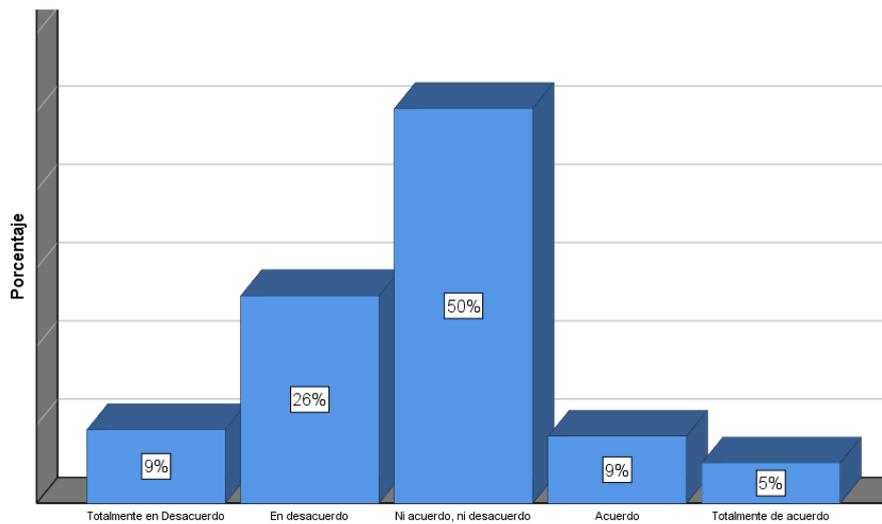


Figura 5. Usa la computadora para informarse de las noticias

Nota: se muestra que los estudiantes no hacen mayor uso de las computadoras para informarse acerca de los acontecimientos que emiten los diarios web.

6. En los medios digitales se transmite la noticia de forma imparcial

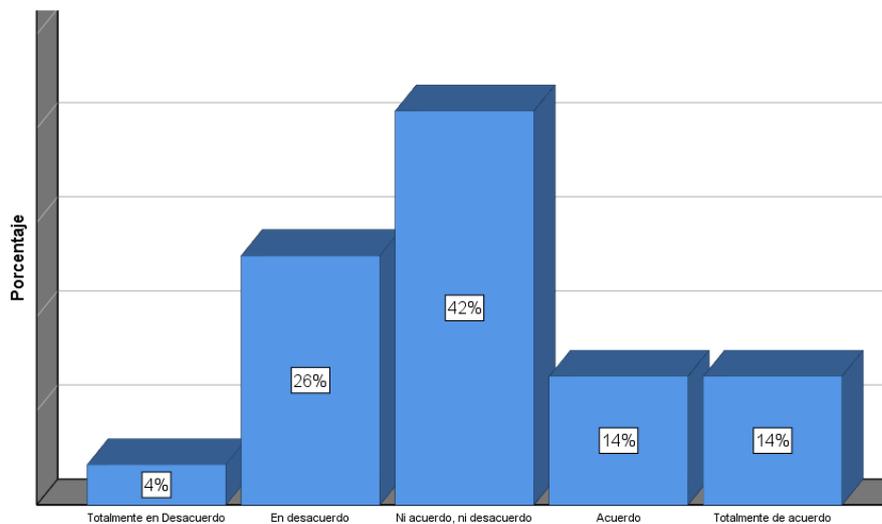


Figura 6. Las noticias digitales son veraces

Nota: los resultados muestran que los estudiantes no creen en la imparcialidad de las noticias de los diarios web.

7. Está de acuerdo con que los medios digitales brindan información al instante

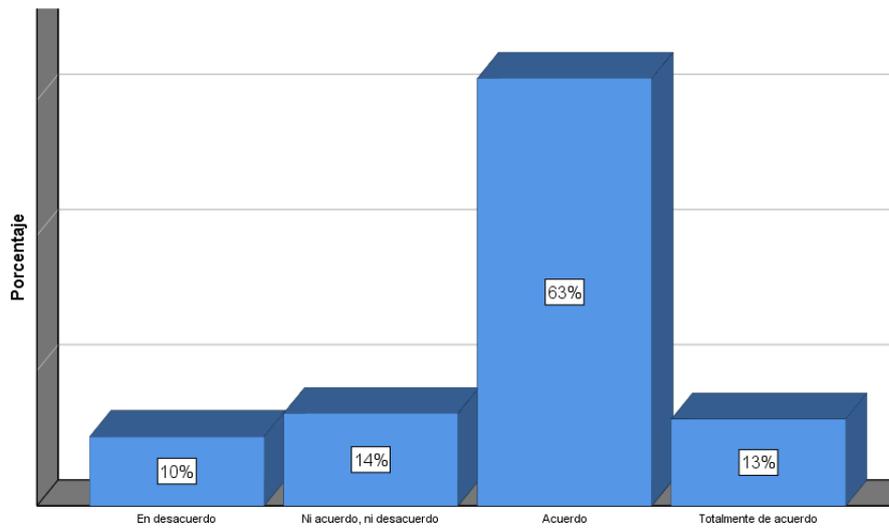


Figura 7. Los medios digitales brindan información al instante

Nota: los resultados obtenidos muestran que la mayoría de estudiantes sienten que los medios digitales emiten la noticia al instante.

8. Está de acuerdo con que hay mucha circulación de noticias en los medios digitales

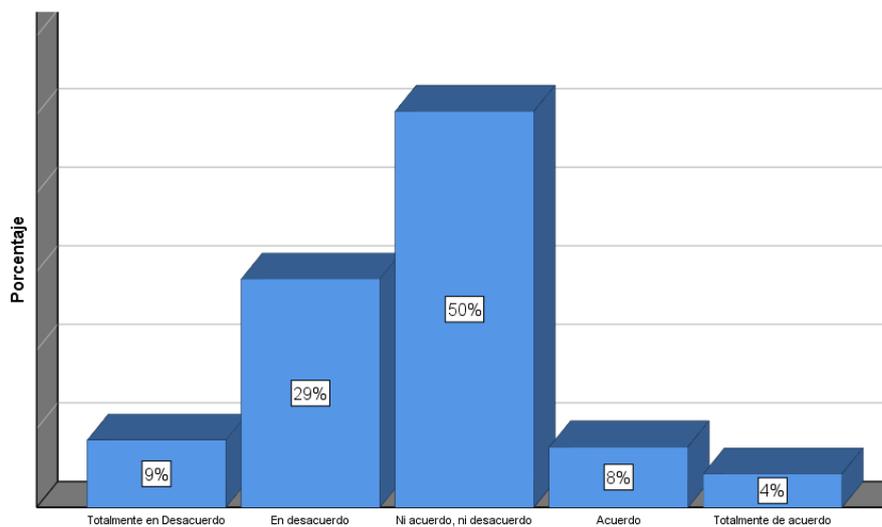


Figura 8. Circulación de noticias en los medios digitales

Nota: los estudiantes no consideran que exista mucha información acerca de noticias con contenido subversivo en las redes.

9. Considera que el diseño gráfico de las imágenes en la noticia es factor clave para la retención del lector

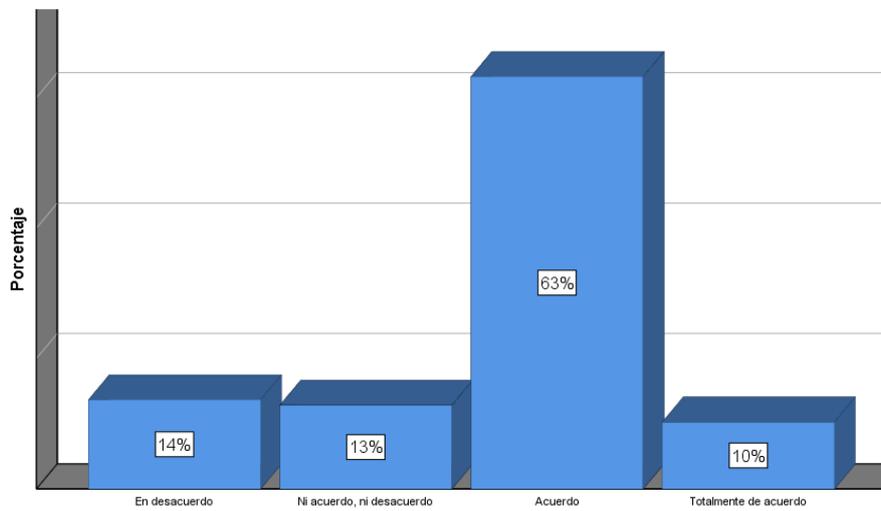


Figura 9. El diseño de las imágenes es factor clave para el lector

Nota: los resultados indican la importancia que los estudiantes le otorgan a la imagen que se presenta en las noticias de los medios digitales.

4.1.2. Variable percepción de los estudiantes universitarios

10. Ha percibido que hay publicaciones que invitan a participar en protestas a favor de posturas radicales

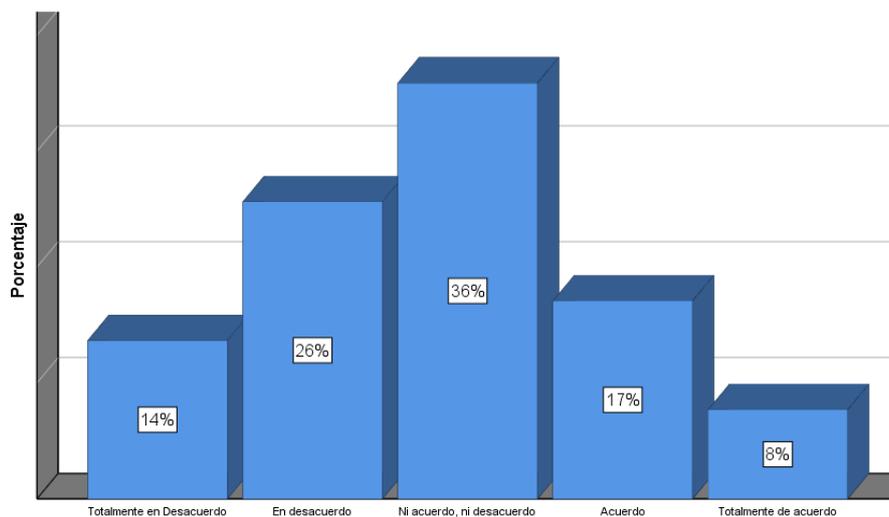


Figura 10. Hay publicaciones que invitan a participar en protestas

Nota: estos resultados evidencian que la mayoría de los estudiantes no percibe con claridad las noticias como una invitación a participar en las protestas y un grupo menor, pero no menos importante, sí lo considera

11. Está de acuerdo con que últimamente se ha propiciado el debate abierto a través de redes

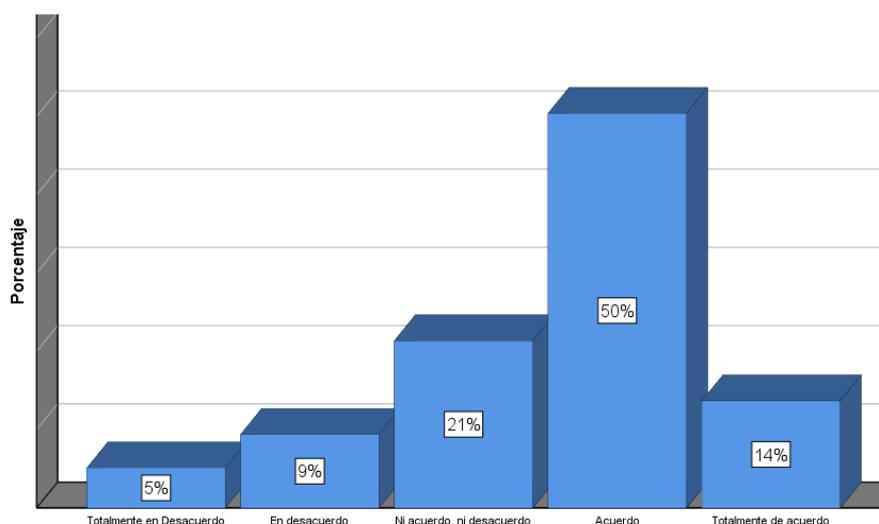


Figura 11. Los medios web propician debate por redes

Nota: los resultados indican que la mayoría de los estudiantes perciben que los medios de comunicación en la versión web, propician debates abiertos.

12. Considera que los temas actuales son suficientes para interactuar activamente en redes sociales

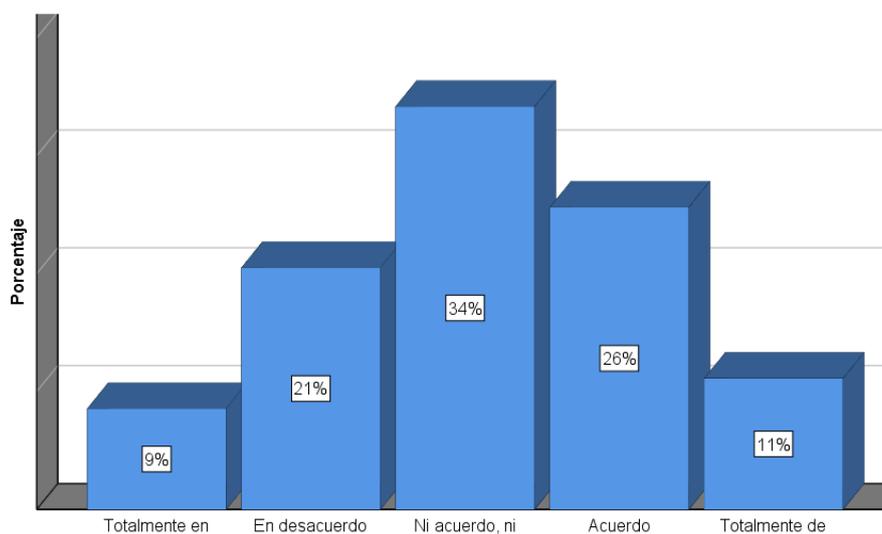


Figura 12. Los temas actuales permiten interactuar activamente en las redes sociales

Nota: un importante grupo de estudiantes percibe que los contenidos de las noticias invitan al debate abierto y otro grupo se muestra indiferente.

13. Considera que los comentarios en redes sociales son una buena vitrina de debate

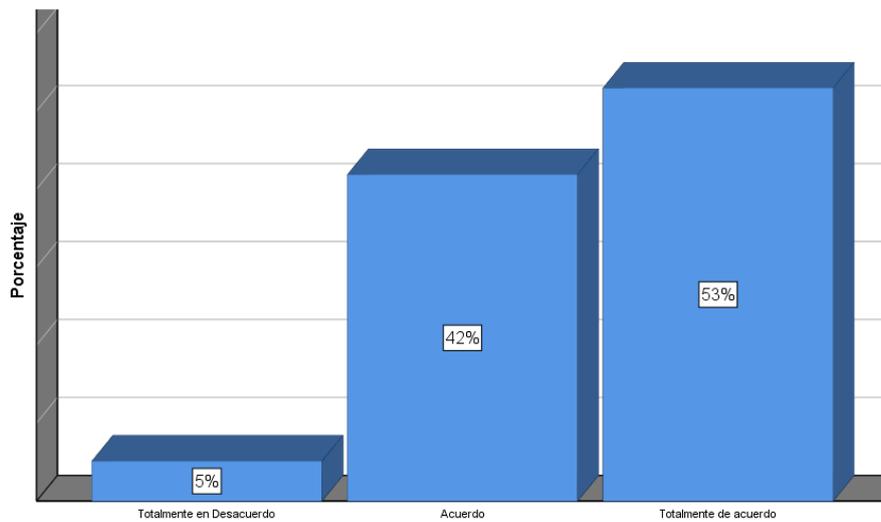


Figura 13. Los comentarios de las noticias en redes generan debate

Nota: la mayoría de los estudiantes perciben que los comentarios que se generan a raíz de una noticia por los medios digitales provocan debate abierto.

14. La mayor cobertura de noticias, sobre el terrorismo y sus secuelas, ayudaría a los jóvenes a tomar conciencia de su historia, para que ésta no se repita

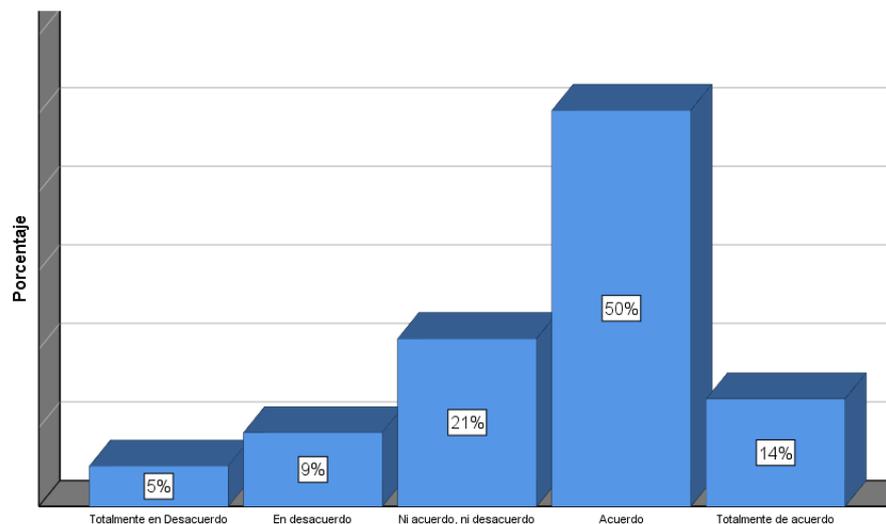


Figura 14. La mayor cobertura de noticias, sobre el terrorismo y sus secuelas, ayudaría a tomar conciencia de la historia

Nota: los estudiantes consideran que para que la historia no se repita es necesario que se dé a conocer los hechos tal cual ocurrieron.

15. Está de acuerdo con que los medios digitales despiertan el interés para acercarse a las noticias sobre el terrorismo en el Perú.

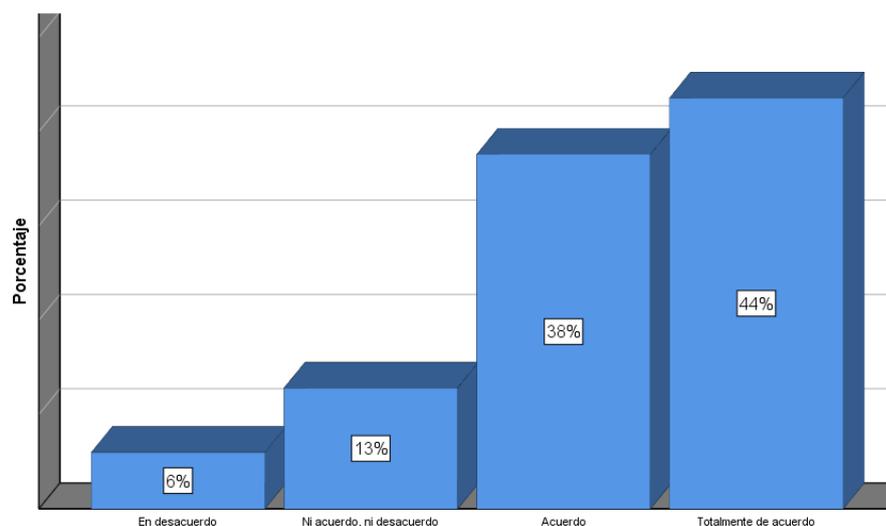


Figura 15. Interés que despiertan de los medios digitales

Nota: los estudiantes consideran una gran oportunidad de contar con noticias en medios digitales, de manera que la situación del terrorismo será mejor conocida.

16. El factor que más le llama la atención para detenerse de revisar una noticia acerca del terrorismo en el Perú es:

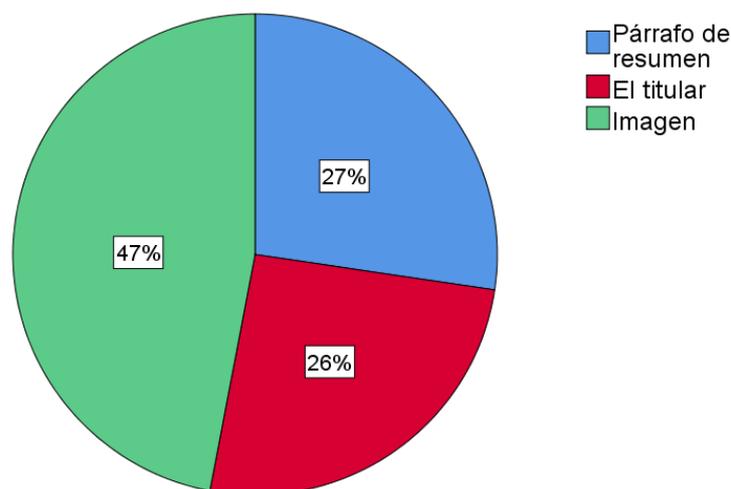


Figura 16. El factor que más le llama la atención para revisar la noticia

Nota: los estudiantes consideran que la imagen es la que más les llama la atención para poder leer la noticia.

17. El principal motivo de la aparición y posicionamiento del terrorismo en el Perú, fue:

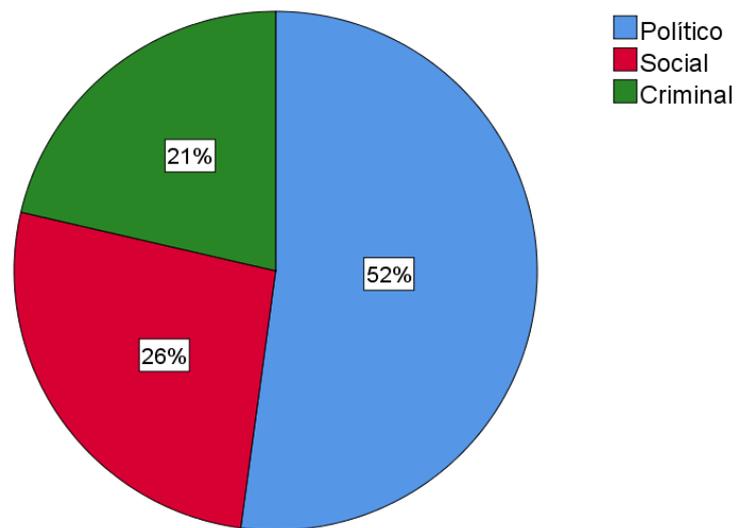


Figura 17. El tema político motivó la aparición del terrorismo

Nota: la mayoría de los jóvenes aseguran que el tema que mayor debate concita entre ellos es el político

18. Qué incentiva a compartir noticias acerca de rebotes del terrorismo en los jóvenes:

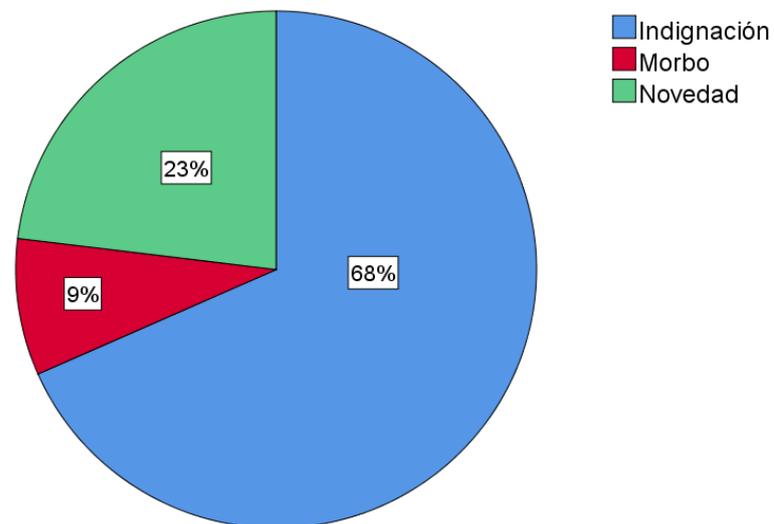


Figura 18. Compartir noticias acerca de rebotes del terrorismo

Nota: los estudiantes perciben que la indignación es el motor que incentiva a compartir una noticia sobre el tema mencionado en las redes.

19. Las noticias acerca del terrorismo en el Perú y Movadef por las redes sociales generan:

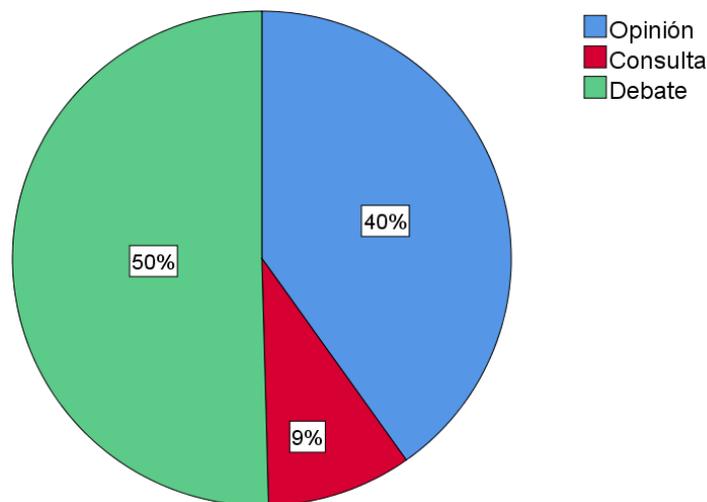


Figura 19. Temas acerca del terrorismo genera debate y opinión

Nota: la mayoría de los estudiantes perciben que una noticia acerca del terrorismo genera el debate y opinión en las redes sociales.

4.2. Estadística inferencial

4.2.1. Prueba de hipótesis

La estadística inferencial permitió el contraste de las hipótesis planteadas para el estudio. En cuanto al procedimiento llevado a cabo, para la prueba de hipótesis, se realizó una prueba de normalidad mediante el estadístico Kolmogorov Smirnov, cuyos resultados permitieron decidir el uso de la aplicación del estadístico de correlación de Spearman (ρ).

Para llevar a cabo la contrastación de la hipótesis principal se realizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov de las variables: El tratamiento de la noticia, sobre el terrorismo y la percepción de los jóvenes universitarios, con base al

hecho. Para decidir el tipo de prueba correlacional, se consideró el siguiente criterio:

P-valor = > α Aceptar la **H₀** = Los datos provienen de una distribución **normal**.

P-valor < α Aceptar la **H₁** = Los datos **NO** provienen de una distribución **normal**.

Tabla 4. Kolmogorov-Smirnov para variables de hipótesis principal

		TRATAMIENTO DE LA NOTICIA	PERCEPCIÓN DE ALUMNOS
N		117	117
Parámetros normales ^{a,b}	Media	32,5897	21,0940
	Desv. Desviación	4,83727	3,66950
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,187	,203
	Positivo	,132	,120
	Negativo	-,187	-,203
Estadístico de prueba		,187	,203
Sig. asintótica(bilateral)		,000 ^c	,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Nota: con un p-valor igual a $0.00 < 0.05$ de la prueba de Kolmogorov-Smirnov, se evidencia una distribución no normal, lo que indica que debe usarse la prueba de correlación no paramétrica de **Rho de Spearman** para la prueba de Hipótesis.

4.2.1.1. Contrastación de la Hipótesis principal

H₀: NO existe relación entre el tratamiento de la noticia acerca de temas de terrorismo en los diarios web y la percepción de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

H₁: Existe relación entre el tratamiento de la noticia acerca de temas de terrorismo en los diarios web y la percepción de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

Tabla 5. Correlaciones de la hipótesis principal

			TRATAMIENTO DE LA NOTICIA	PERCEPCIÓN DE ALUMNOS
Rho de Spearman	TRATAMIENTO	Coefficiente de correlación	1,000	,861**
	DE LA NOTICIA	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	117	117
	PERCEPCIÓN DE	Coefficiente de correlación	,861**	1,000
	ALUMNOS	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	117	117

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

Nota: los resultados demuestran que existe una relación o influencia significativa entre el enfoque de una noticia, sobre el terrorismo, con la reacción de los jóvenes universitarios de 18 a 28 años, con base al hecho.

El p-valor de 0.000 evidencia la correlación significativa entre la forma en la que se trata una noticia sobre el terrorismo y la percepción de los jóvenes con base al hecho. Esta prueba muestra que el nivel de correlación es de 86.1%, ello evidencia que existe una correlación alta entre las variables analizadas.

Resultado:

P-valor = .000 < 0.05

Rho = 0.861 (correlación alta)

Resultado: Se rechaza Ho, y se acepta H₁

El nivel de correlación evidencia una correlación significativa entre la forma en la que se trata una noticia sobre el terrorismo y la percepción de los jóvenes de 18 a 28 años con base al hecho.

4.2.1.2. Contrastación de las Hipótesis secundarias

- De la primera hipótesis específica

H₀: Las redes digitales de los diarios La República y El Comercio NO tienen relación significativa con la percepción del cambio social de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

H₁: Las redes digitales de los diarios La República y El Comercio tienen relación significativa con la percepción del cambio social de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

Tabla 6. *Rho de Spearman para la primera hipótesis específica*

			REDES SOCIALES	PERCEPCIÓN DEL CAMBIO SOCIAL
Rho de Spearman	REDES SOCIALES	Coefficiente de correlación	1,000	,310**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	117	117
	PERCEPCIÓN DEL CAMBIO SOCIAL	Coefficiente de correlación	,310**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	117	117

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

Nota: Los resultados muestran que con un nivel de significancia del 5% hay una correlación significativa pero baja entre las redes digitales de los diarios La República y El Comercio y la percepción del cambio social de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

Resultado:

P-valor = .001 < 0.05

Rho= 0.310 (correlación baja)

En consecuencia: Se rechaza H₀, y se acepta H₁

Se puede afirmar que las redes digitales de los diarios La República y El Comercio tienen una relación significativa de nivel bajo con la percepción del cambio social de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

- **De la primera segunda hipótesis específica**

H₀: Los medios digitales de los diarios *La República* y *El Comercio* NO tienen relación significativa con la interacción en redes de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

H₁: Los medios digitales de los diarios *La República* y *El Comercio* tienen relación significativa con la interacción en redes de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

Tabla 7. Rho de Spearman para la primera hipótesis específica

			MEDIOS DIGITALES	INTERACCIÓN EN REDES
Rho de Spearman	MEDIOS DIGITALES	Coeficiente de correlación	1,000	,663**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	117	117
	INTERACCIÓN EN REDES	Coeficiente de correlación	,663**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	117	117

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

Nota: Los resultados muestran que con un nivel de significancia del 5% hay correlación significativa moderada entre los medios digitales de los diarios *La República* y *El Comercio* y la interacción en redes de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

Resultado:

P-valor = .000 (p-valor < 0.05)

Rho= 0.663 (correlación moderada)

En consecuencia: Se rechaza H₀, y se acepta H₁

Se puede afirmar que los medios digitales de los diarios *La República* y *El Comercio* tienen relación significativa con la interacción en redes de los estudiantes de la UNMSM, 2018.

- **De la tercera hipótesis específica**

H₀: Los contenidos de los diarios *La República* y *El Comercio* NO tienen relación con el conocimiento del tema en los estudiantes de la UNMSM, 2018.

H₁: Los contenidos de los diarios *La República* y *El Comercio* tienen relación con el conocimiento del tema en los estudiantes de la UNMSM, 2018.

Tabla 8. Rho de Spearman para la tercera hipótesis específica

			CONTENIDOS	CONOCIMIENTO
Rho de Spearman	CONTENIDOS	Coefficiente de correlación	1,000	,709**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	117	117
	CONOCIMIENTO	Coefficiente de correlación	,709**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	117	117

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

Nota: Los resultados muestran que con un nivel de significancia del 5% hay correlación significativa alta entre los contenidos de los diarios *La República* y *El Comercio* y el conocimiento del tema en los estudiantes de la UNMSM, 2018.

Resultado:

$\alpha = 0.05$ o 5% (nivel de significancia)

P-valor = .000 ($p\text{-valor} < \alpha$)

Rho= 0.709 (correlación alta)

En consecuencia: Se rechaza H₀, y se acepta H₁

Se puede afirmar que el contenido de los diarios *La República* y *El Comercio* tienen relación significativa con el conocimiento del tema en los estudiantes de la UNMSM, 2018.

4.3. Análisis cualitativo de la ficha de observación

4.3.1. Análisis del tratamiento de la noticia del diario La República

Diario La República		Observaciones
<p>Título: En Cusco investigan a docentes por un supuesto apoyo a terroristas</p> <p>Fecha: jueves 1 de noviembre</p>	<p>Enfoque: Negativo</p> <p>Nº de párrafos: 16</p> <p>Sección: Política</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Notas relacionadas enlazadas: 0</p> <p>Nº de foto: 01</p> <p>Nº de videos: 0</p>	<p>Noticia con información directa y/o precisa. Sin mucho detalle en el caso, sintetizando en datos. Cero análisis. Con la opción para poderla compartir directamente vía redes sociales. No tiene el espacio para comentarios.</p>
Total de notas: 01		
<p>Fecha: miércoles 2 de noviembre</p>	-----	<p>No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas.</p>
Total de notas: 00		
<p>Título: Caso Tarata: admitieron recurso de nulidad para Sendero Luminoso</p> <p>Fecha: sábado 3 de noviembre</p>	<p>Enfoque: Negativo</p> <p>Nº de párrafos: 09</p> <p>Sección: Política</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Notas relacionadas enlazadas: 03</p> <p>Nº de foto: 01</p> <p>Nº de videos: 0</p>	<p>Además, la nota en la página web contaba con la opción para poderla compartir directamente vía redes sociales. Con bastante remarque en la palabra Sendero Luminoso, siendo ésta varias veces vinculada. No tiene el espacio para comentarios.</p>
Total de notas: 01		
<p>Título: 90 denunciados por apología al terrorismo en Internet y redes sociales</p> <p>Fecha: Domingo 4 de noviembre</p>	<p>Enfoque: Neutral</p> <p>Nº de párrafos: 09</p> <p>Sección: Política</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Notas relacionadas enlazadas: 02</p> <p>Nº de foto: 01</p> <p>Nº de videos: 0</p>	<p>La nota cuenta con la opción de compartir, en grande, a través de twitter o Facebook. Remarca en gran parte la palabra Sendero Luminoso, siendo ésta varias veces vinculada. No tiene el espacio para comentarios.</p>
Total de notas: 01		

Fecha: lunes 5 de noviembre	-----	No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se habló sobre todo sobre el proceso de juicio por el que están pasando varios miembros de la bancada de Fuerza Popular.
Total de notas: 00		
Fecha: martes 6 de noviembre	-----	No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se centralizaron más en el tema de los conflictos internos que hay entre políticos y/o bancadas dentro del Congreso.
Total de notas: 00		
Fecha: miércoles 7 de noviembre	-----	No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se centralizaron más en el tema de los conflictos internos que hay entre políticos y/o bancadas dentro del Congreso.
Total de notas: 00		
Fecha: jueves 8 de noviembre	-----	No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se centralizaron más en el tema del interrogatorio del ex presidente de la República, Alan García, sobre el caso de la Línea 1 del Metro de Lima.
Total de notas: 00		
Fecha: viernes 9 de noviembre	-----	No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se centralizaron más en el tema del juicio que se le está haciendo al ex presidente de la República, Alan García.
Total Notas: 00		
Título: Comas: Promulgan ley que permitirá demoler mausoleo de Sendero Luminoso	Enfoque: Neutral Nº de párrafos: 07 Sección: Política	Nota pequeña, pese a tratarse de un contexto que afectó severamente a la sociedad peruana. No hay profundidad. Todo es narrado con base a datos objetivos. Remarca y vincula la palabra Sendero Luminoso. No tiene el espacio para comentarios. Pero, sí la opción para compartir la noticia mediante redes sociales.
Fecha: sábado 10 de noviembre	Género: Informativo Notas relacionadas enlazadas: 0 Nº de foto: 01 Nº de videos: 0	
Total Notas: 01		

Fecha: Domingo 11 de noviembre	-----	No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas.
Total Notas: 00		
<p>Título: Chávarry ordena a Control Interno ver caso contra fiscal Pérez por declaraciones en México</p> <p>Fecha: lunes 12 de noviembre</p>	<p>Enfoque: Neutral</p> <p>Nº de párrafos: 07</p> <p>Sección: Política</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Notas relacionadas enlazadas: 01</p> <p>Nº de foto: 03</p> <p>Nº de videos: 01</p>	<p>En La República se detalló más sobre el tema, centrado en la defensa de Pérez contra los calificativos y denuncia de Chávarry. Se usó un video para explicar mejor el caso. Todo centrado, sobre todo en las declaraciones del fiscal Pérez. No tiene el espacio para comentarios. Pero, sí la opción para compartir la noticia mediante redes sociales.</p>
<p>Título: Comas: Municipalidad empieza con los procedimientos para la demolición de mausoleo</p> <p>Fecha: lunes 12 de noviembre</p>	<p>Enfoque: Neutral</p> <p>Nº de párrafos: 07</p> <p>Sección: Sociedad</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Notas relacionadas enlazadas: 01</p> <p>Nº de foto: 01</p> <p>Nº de videos: 0</p>	<p>La imagen, es detallista con respecto al momento en que se manifiesta la fuerte ideología de quienes apoyan dicho mausoleo, como para ver la manifestación de su gran admiración a los terroristas que yacían ahí. También están haciendo un seguimiento a la noticia como El Comercio, pero no tan detallado como éste. No tiene el espacio para comentarios. Pero, sí la opción para compartir la noticia mediante las redes.</p>
<p>Título: Comas: inician traslado de cuerpos para demolición de mausoleo terrorista</p> <p>Fecha: lunes 12 de noviembre</p>	<p>Enfoque: Neutral</p> <p>Nº de párrafos: 07</p> <p>Sección: Reportero Ciudadano</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Notas relacionadas enlazadas: 01</p> <p>Nº de foto: 01</p> <p>Nº de videos: 0</p>	<p>Utilizan, a diferencia de El Comercio, interactiva sección haciendo que cualquier persona mande sus fotos y textos para que sean publicados en el medio digital de La República. Esto puede resultar imparcial en cierto punto, cuando el que redacte se guíe por lo que sienta con respecto al hecho. No tiene el espacio para comentarios. Pero, sí la opción para compartir la noticia mediante redes sociales.</p>
Total Notas: 03		

Fecha: martes 13 de noviembre	-----	No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se centró en la protesta que hicieron los pobladores de Barranca contra la comisaría, tras muerte de niña, con bombas lacrimógenas y lanzamiento de piedras, a fin de que la Comisaría tome acciones sobre el caso.
Total Notas: 01		
Fecha: miércoles 14 de noviembre	-----	No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se siguió con la protesta que hicieron los pobladores de Barranca contra la comisaría, tras muerte de niña, con bombas lacrimógenas y lanzamiento de piedras, a fin de que la Comisaría tome acciones sobre el caso.
Total Notas: 00		

Nota: al análisis de las noticias encontradas en el medio digital de La República [conocido como medio de ideología izquierdista desde su fundación], éste, durante el periodo de análisis, no publicó notas tan detalladas o de género interpretativo (crónicas, reportajes), como el Diario El Comercio. Su contenido era netamente informativo con casi nada de análisis crítico. La mayoría de sus noticias eran de un enfoque neutral desde sus titulares, tratando de no mostrar parcialidad hacia dichos sucesos.

El análisis del tratamiento de las noticias en el Diario La República muestran que no hay una constante en las publicaciones sobre notas que tienen que ver con el terrorismo nacional no existía, pudiendo notar que podían dejar hasta cuatro días sin subir algún tema parecido. Solo el seguimiento de una noticia sobre el desalojo de un mausoleo terrorista, pero que fue más un volteado de nota a diferencia de El Comercio ya lo había posteado muchas horas antes o un día antes, incluso.

4.3.2. Análisis del tratamiento de la noticia del diario EL Comercio

Diario El Comercio		Observaciones
<p>Título: Ejército captura a requisitoriado por terrorismo en Huancavelica</p> <p>Fecha: jueves 1 de noviembre</p>	<p>Enfoque: Neutral</p> <p>N° de párrafos: 05</p> <p>Sección: Lo último</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Notas relacionadas enlazadas: 01</p> <p>N° de fotos: 01</p> <p>N° de videos: 0</p>	<p>En este portal también existe la opción de poder compartir la nota vía redes sociales. Sin embargo, las notas a las que enlaza ésta, no todas son relacionadas a temas de terrorismo. Es como un cambio de tema. No tiene el espacio para comentarios.</p>
Total Notas: 01		
<p>Fecha: viernes 2 de noviembre</p>	<p>-----</p>	<p>No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se habló sobre todo sobre el proceso de juicio por el que están pasando varios miembros de la bancada de Fuerza Popular.</p>
Total Notas: 00		
<p>Fecha: sábado 3 de noviembre</p>	<p>-----</p>	<p>No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se habló sobre todo sobre el proceso de juicio por el que están pasando varios miembros de la bancada de Fuerza Popular.</p>
Total Notas: 00		
<p>Título: Un pueblo del Vraem queda deshabitado tras asesinatos selectivos Reportaje</p> <p>Fecha: Domingo 4 de noviembre</p>	<p>Enfoque: Negativo</p> <p>N° de párrafos: 19</p> <p>Sección: Vraem</p> <p>Género: Interpretativo</p> <p>Notas relacionadas enlazadas: 06</p> <p>N° de fotos: 10</p> <p>N° de videos: 01</p>	<p>En este caso, se trata de un hecho muy detallado sobre las consecuencias del terrorismo en el Vraem. Con una gran galería de fotos, un video y bastante descripción sobre el terrible acontecimiento. Con base en muchas entrevistas con los pobladores. No tiene el espacio para comentarios.</p>
Total Notas: 01		
<p>Título: Comas espera que se promulgue ley para demoler mausoleo</p> <p>Fecha: lunes 5 de noviembre</p>	<p>Enfoque: Neutral</p> <p>N° de párrafos: 08</p> <p>Sección: Sucesos</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Notas relacionadas enlazadas: 01</p>	<p>Solo una noticia de enlace y las demás no tienen nada que ver con el tema. Nota informativa, con datos objetivos, con base a fuentes legítimas. Tiene la opción de compartir en redes sociales, así como para imprimir la nota. No tiene el espacio</p>

	N° de fotos: 01 N° de videos: 0	para comentarios.
Total Notas: 01		
Título: Asháninkas en Perú: un pueblo indígena que vive entre narcos, invasores y terroristas Fecha: martes 6 de noviembre	Enfoque: Negativo N° de párrafos: 28 Sección: Ecología Género: Interpretativo Notas relacionadas enlazadas: 0 N° de fotos: 06 N° de videos: 0	La narración se basa netamente en los ataques terroristas por los que deben pasar los indígenas. Enfoque netamente negativo poniendo las consecuencias que dan los terroristas en cualquier ámbito a la comunidad, incluyendo el ecológico. No tiene el espacio para comentarios.
Título: El drama de los comuneros desplazados por el terrorismo en el Vraem VIDEO Fecha: martes 6 de noviembre	Enfoque: Negativo N° de párrafos: 16 Sección: Vraem Género: Interpretativo Notas relacionadas enlazadas: 01 N° de fotos: 02 N° de videos: 0	Lo curioso es que en el Diario El Comercio existe una sección abarcada netamente a temas relacionados al Vraem y los ataques terroristas. Como un espacio especializado en ello. La mayoría de estas notas son interpretativas, pues se intenta narrar lo vivido por los pueblerinos, sobreviviendo al terrorismo, como para llegar más al cibernauta, a través de los sentimientos. No tiene el espacio para comentarios.
Título: Ayacucho: entregan restos de 26 víctimas de la violencia terrorista FOTOS Fecha: martes 6 de noviembre	Enfoque: Negativo N° de párrafos: 06 Sección: Ayacucho Género: Informativo Notas relacionadas enlazadas: 02 N° de fotos: 04 N° de videos: 0	Pertenece a la sección Ayacucho, departamento donde se concentra gran parte de atentados terroristas; es decir, otro espacio especializado en aquellos temas. También tiene la opción de compartir en redes sociales, así como para imprimir la nota. No tiene el espacio para comentarios.
Título: Motín en El Sexto: las 15 horas de angustia que pusieron en vilo al Perú Fecha: martes 6 de noviembre	Enfoque: Negativo N° de párrafos: 06 Sección: Historias. Sección aparte del Diario El Comercio llamada Mag Género: Interpretativo Notas relacionadas enlazadas: 0 N° de fotos: 23 N° de videos: 0	Narra las consecuencias negativas que dejaron los terroristas en algún contexto de la historia. Información detallada mediante una crónica, para despertar algún sentimiento que incentive a seguir leyendo al cibernauta. Sí tiene espacio para los comentarios y para compartir la nota en las redes sociales.
Total Notas: 04		
Fecha: miércoles 7 de noviembre	-----	No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se habló sobre todo sobre el proceso de juicio por el que están pasando varios miembros de la bancada de Fuerza

		Popular.
Total Notas: 00		
Fecha: jueves 8 de noviembre	-----	No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se centralizaron más en el tema del interrogatorio del ex presidente de la República, Alan García, sobre el caso de la Línea 1 del Metro de Lima.
Total Notas: 00		
Fecha: viernes 9 de noviembre	-----	No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se centralizaron más en el análisis del interrogatorio judicial al ex presidente de la República, Alan García, sobre el caso de la Línea 1 del Metro de Lima.
Total Notas: 00		
Título: Promulgan ley que permitirá demoler mausoleo terrorista en Comas Fecha: sábado 10 de noviembre	Enfoque: Positivo N° de párrafos: 06 Sección: Sucesos Género: Informativo Notas relacionadas enlazadas: 01 N° de fotos: 01 N° de videos: 0	Solo una noticia de enlace y las demás no tienen nada que ver con el tema. Datos precisos y objetivos. Tiene la opción de compartir en redes sociales, así como para imprimir la nota. No tiene el espacio para comentarios.
Total Notas: 01		
Fecha: domingo 11 de noviembre	-----	No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas.
Total Notas: 00		

<p>Título: Chávarry remitió a Control Interno caso de fiscal José Domingo Pérez</p> <p>Fecha: lunes 12 de noviembre</p>	<p>Enfoque: Neutral</p> <p>N° de párrafos: 09</p> <p>Sección: Política</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Notas relacionadas enlazadas: 05</p> <p>N° de fotos: 04</p> <p>N° de videos: 0</p>	<p>Netamente informativo. Presenta datos y documentos presentados por el fiscal Pérez. Cuando se trata de un tema político, las notas que se vinculan sí están relacionadas al tema escrito. A diferencia de las que se especifican en el terrorismo. Tiene la opción de compartir en redes sociales, así como para imprimir la nota. No tiene el espacio para comentarios.</p>
<p>Título: Mausoleo terrorista: municipio de Comas inicia proceso para traslado de cuerpos</p> <p>Fecha: lunes 12 de noviembre</p>	<p>Enfoque: Neutral</p> <p>N° de párrafos: 07</p> <p>Sección: Sucesos</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Notas relacionadas enlazadas: 01</p> <p>N° de fotos: 01</p> <p>N° de videos: 0</p>	<p>Es la tercera nota que redacta El Comercio sobre el tema. Lo que significa que, si bien no son notas grandes, conllevan un concurrente proceso de investigación. Tiene la opción de compartir en redes sociales, así como para imprimir la nota. No tiene el espacio para comentarios.</p>
<p>Total Notas: 02</p>		
<p>Fecha: martes 13 de noviembre</p>	<p>-----</p>	<p>No se observó ninguna nota relacionada al terrorismo en Perú, y sus secuelas. Se centró en la protesta que hicieron los pobladores de Barranca contra la comisaría, tras muerte de niña, con bombas lacrimógenas y lanzamiento de piedras, a fin de que la Comisaría tome acciones sobre el caso.</p>
<p>Total Notas: 00</p>		
<p>Título: Ayacucho: capturan ex mando de Sendero Luminoso en Huamanga</p> <p>Fecha: miércoles 14 de noviembre</p>	<p>Enfoque: Neutral</p> <p>N° de párrafos: 05</p> <p>Sección: Ayacucho</p> <p>Género: Informativo</p>	<p>Nota netamente informativa, con datos sacados al instante, con base a otros medios digitales. No hubo ampliación de la noticia posteriormente o, al menos, más información desde otro enfoque. Tiene la opción de compartir en redes sociales, así como para imprimir la nota.</p>

	Notas relacionadas enlazadas: 03 N° de fotos: 01	No tiene el espacio para comentarios.
Total Notas: 01		

Nota: En el Diario El Comercio, suelen crear notas que rememoran la historia del terrorismo para el Perú, mediante reportajes y/o crónicas. Utilizan varias imágenes en sus notas sobre el terrorismo nacional y sus secuelas para una lectura más atractiva a la vista del cibernauta.

Respecto a los hallazgos obtenidos del análisis de los contenidos de las noticias en el diario El Comercio, no colocó en este periodo a notas, sobre el terrorismo, en la sección de política. Para ello, cuentan con espacios dedicados netamente a los hechos terroristas que transcurran en Ayacucho, otro espacio para temas relacionados con el Movadef y otra sección donde ponen las consecuencias de los terroristas sobre la ecología. Además, este diario digital siguió, durante el periodo de análisis, una persistencia en cuanto a las publicaciones de notas referentes al terrorismo nacional y sus secuelas.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Discusión de los resultados generales

El tratamiento de una noticia digital, depende, en gran medida, de la línea editorial en la que se rija el medio de comunicación que la publique, en el caso presentado se ha evidenciado que tanto el diario El Comercio como La República redactan, en su mayoría, noticias online de tipo informativo en temas de terrorismo nacional.

El diario El Comercio elabora algunas noticias digitales de tipo interpretativo, como reportajes o crónicas, referentes al hecho previamente mencionado. Teniendo un enfoque, generalmente, jerárquico de acuerdo al grado de importancia de los hechos en una historia. Empezando por el título y la imagen, los cuales son los primeros en llamar la atención del usuario para decidir entre leer o no el resto del contenido.

Una buena percepción tiene como base un buen análisis del contexto por el que se pase, para ello, es necesario que los jóvenes universitarios se informen,

en lo posible, constantemente sobre hechos de preferencia políticos, ya que son éstos los que afectan o ayudan a la sociedad a largo y/o corto plazo. Godoy (2012), hace mención que "...la sociedad civil encarna el principio de participación y su constante dinamismo [por medio de las plataformas digitales] enfrenta las formas de dirigir los esfuerzos del Estado en materia de políticas públicas y de definición de las prioridades sociales" (p. 24), siendo así que la participación ciudadana, ya sea con palabras o hechos concretos, es clave en la transformación social, es aquí donde los medios de comunicación digital tienen el rol de fomentar la interacción de diversas comunidades en este caso a través de sus redes sociales o páginas web.

Asimismo, los medios de comunicación digital sabrán qué contenidos priorizar, de acuerdo a los que tengan más reacción y/o interacción entre los cibernautas, de acuerdo a los resultados obtenidos por la investigadora, en la encuesta realizada a jóvenes universitarios de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM), se dio a conocer que sí existe una relación o influencia significativa entre el tratamiento de una noticia, sobre el terrorismo en el Perú, y a la reacción de los jóvenes universitarios, con lo que se puede afirmar que si los medios tienen un buen enfoque brindando las noticias de manera imparcial y clara, entonces los estudiantes tendrán una mejor percepción de los hechos lo que permitirá que puedan generar juicios críticos.

5.2. Discusión de resultados de los problemas específicos

La manera se relaciona las redes sociales de los diarios La República y El Comercio con los cibernautas permite tener una percepción acerca del cambio social, en este caso en temas que involucren al terrorismo en el país mediante

las redes sociales que los transforma, de cierto modo, de espectadores a representantes y de defensores y/o detractores de la información brindada por algún medio de comunicación digital. Donde, las noticias suelen ser exageradas o interpretadas en tal forma que impacte más y retenga al cibernauta. A fin de que este se sumerja en un escenario creado o modificado por los portales web.

Al respecto con la participación e interacción de los usuarios en las redes sociales Godoy (2012) dice que esto permite a los diarios digitales hacer un mejor análisis de los temas que les importa más a los cibernautas, en general. De allí que, afirma que en cierto modo la percepción brindada por la sociedad en las redes "...encarna el principio de participación y su constante dinamismo enfrenta las formas de dirigir los esfuerzos del Estado en materia de políticas públicas y de definición de las prioridades sociales" (p. 24)

Es decir, los cibernautas partícipes de una publicación (ya sea comentando, reaccionando o compartiendo la noticia), se vuelven parte del público por el que los diarios web desarrollan sus contenidos, a fin de retenerlos y/o captar más usuarios.

Por otro lado, los resultados de la encuesta realizada por la investigadora demuestran que, aunque hay una relación significativa entre las redes digitales de los diarios La República y El Comercio y la percepción del cambio social de los estudiantes de la UNMSM, sin embargo es baja, por lo que se puede afirmar que el que los diarios web publiquen noticias acerca del terrorismo no es el único determinante para que se lleve a cabo un cambio social, debido a que hay otros factores que pueden influir en la forma de pensar u opinar del público juvenil.

La relación de los medios digitales de los diarios La República y El Comercio con la interacción en las redes en este caso específico de los estudiantes de ciencias sociales de la UNMSM, la investigación ha permitido determinar que los medios de comunicación digital (laptops, computadoras, tablets y iWatch, entre otros), el que más destaca entre el público joven son los reconocidos *smartphones* o celulares inteligentes.

Esto debido a su mayor portabilidad para los usuarios, pudiendo ellos enterarse de forma rápida y sencilla sobre las noticias del momento en los debidos diarios web. Los medios digitales buscan la innovación y adaptación a los avances tecnológicos, a fin de atraer nuevos usuarios. Para ello, han tenido que crear campañas de marketing para realizar estrategias, en conjunto, que atraigan y capten a más audiencia. Tal como menciona Renó, et al. (2014), traen consigo que los periodistas tengan la creciente necesidad de ir determinando la cantidad de tramas alrededor de una noticia...”. Es decir, los periodistas deben ir amoldando su enfoque de redacción a las vías de comunicación que usan actualmente las personas en general. Nos referimos a los medios digitales.

Al referirnos con la interacción en las redes sociales Bavestrello (2012) menciona la importancia que tienen estos aparatos móviles con la acción mencionada, razón por la cual varios diarios digitales fueron impulsados a crear sus propios aplicativos, con el propósito de que su público pueda obtener información de una forma más rápida y en tiempo real. Con todo esto acota que “... la web móvil tiene numerosas posibilidades tanto para el usuario como para las empresas (...) en comodidad y la rapidez de acceso (...) Para comunicarse, cada vez más, los usuarios demandan más aplicaciones con mayor movilidad”

(pp. 12-13). De esta forma, los cibernautas pueden intercambiar sus ideas, así como simplemente reaccionar a una publicación en tiempo real, conectándose con otras personas, así tengan o no la misma ideología, alrededor del mundo.

En el mismo sentido, los resultados obtenidos muestran que, existe una relación significativa, pero moderada, entre los medios digitales de los diarios La República y El Comercio con la interacción en redes de los estudiantes de la UNMSM, lo que indica que los medios pueden provocar reacciones que motiven la interacción con las notas.

En cuanto a la relación de los contenidos de los diarios La República y El Comercio con el conocimiento del tema acerca de los acontecimientos relacionados con el terrorismo, la investigación muestra que la interpretación de un contenido en específico es analizada por el cibernauta, con base al conocimiento previo que tenga sobre el terrorismo en el Perú.

En caso de que un tema no sea muy conocido o se trate de un caso reciente o retomado luego de muchos años, es necesario que el periodista estructure el contenido de la noticia desde lo que más impactará al lector y lo retenga hasta el final. Además, un plus es lanzar datos previos para ubicar a los usuarios en el contexto. Brindando ese conocimiento previo, el usuario podrá entender y elaborar un mejor análisis crítico al finalizar su lectura.

Meso (2013), cita al autor Bernal (2010), mencionando que es el cibernauta quien controla la estructura en la redacción de contenidos en los medios digitales. Es decir, estos diarios web deben acoplarse y/o amoldarse a los contenidos de interés que busca su público objetivo, así como brindarles datos extras como un complemento de la noticia, y así puedan entenderla mejor y causar una reacción en ellos. Por ello, tal como se cita a Bernal (2010) que dice

“... los lectores son editores de contenidos y definen cómo ver la información, y constituyen comunidades en ese proceso” (párr. 22)

Los encargados de la redacción deberán definir bien sus contenidos con base al conocimiento del lector digital. Empezando por el titular y la imagen que impacten a primera vista a los cibernautas, de esta forma incentivarlos a querer leer toda la noticia, en lo posible.

Por otro lado, pocos son los que desean investigar a fondo sobre un determinado tema que les acontezca. El resto pretende solo informarse de lo que le digan los medios o personas. Esto hace que la digestión de contenidos no sea tomada en serio y por tanto caer en las exageraciones de muchas noticias o en *fake news*. Guzmán (2014), precisa que “... a pocos interesa llegar hasta el fondo del asunto. Se conforman con lo poco que se sabe, lo que todos les dicen, lo que escucharon, lo que su familia les refirió, o lo que leyeron en las redes” (párr. 6).

Para generar conciencia y un buen análisis crítico en la sociedad, es necesario estar al tanto de los hechos que más hayan impactado en la comunidad o país, en general. Con la tecnología se han roto aquellas brechas de espacio y tiempo, en la que la información puede llegar desde distintas partes del mundo hasta su celular, computadora y *tablet*, entre otros, de forma rápida y eficaz. A fin de tratar de no aislar, en lo posible, a las personas en la obtención de información sobre los acontecimientos del día a día.

CONCLUSIONES

En la presente investigación se concluye que existe relación entre el enfoque de la noticia en medios digitales, en este caso de La República y de El Comercio, respecto a las noticias sobre el terrorismo nacional, además que los jóvenes universitarios tienen una percepción lejana respecto a los sucesos de pensamiento radical.

Se concluye que las redes digitales de los diarios La República y El Comercio más usadas son el Facebook y Twitter, estos permiten obtener información en tiempo real para la interacción, que permite publicar la percepción del público joven acerca de las noticias sobre el terrorismo nacional, lo que podría incentivar a participar en marchas o debates públicos para el cambio social.

En cuanto a los medios digitales de los diarios La República y El Comercio se ha evidenciado que el Smartphone es el más usado por los jóvenes universitarios, de esta manera obtienen información e interactúan a tiempo real con otros usuarios, lo que procura dinamismo y velocidad en el intercambio de pensamiento e ideales.

Finalmente, se concluye que la estructura aplicada a los contenidos de los diarios digitales de La República y El Comercio, respecto a los hechos terroristas, son en general informativos, destacando El Comercio por hacer un mayor análisis interpretativo de este tipo de noticias y permite que los jóvenes universitarios tengan un conocimiento previo antes de hacer su propio análisis del tema.

RECOMENDACIONES

A los periodistas de investigación, se le recomienda realice un análisis de las preferencias de su público objetivo antes de la redacción de la noticia para que el público usuario pueda tener una mejor percepción, especialmente respecto a las noticias sobre el terrorismo nacional, con ello se lograría retener y aumentar la audiencia.

A los periodistas que son los *community manager* de los diarios La República y El Comercio, que mediante las redes permitan el análisis constante de las reacciones de los públicos, estando al tanto de las preferencias relativas de su *target*, esto permitiría orientar hacia un cambio social positivo, en favor de la sociedad peruana.

A los *community manager* de los diarios La República y El Comercio, distinguir el formato de las publicaciones, según el medio digital donde se publiquen, de esta forma permitir un mejor intercambio de ideas o pensamientos con los usuarios.

Así mismo, se recomienda que, en la formación profesional de los periodistas, se implemente una mejora en los cursos de redacción, con énfasis a la redacción online, así como la creación de contenidos altamente interactivos, por su gran tendencia al público joven.

FUENTES DE INFORMACION

Bibliografía

- Bernal, A. (2010). *Influencia de las redes sociales en los medios de comunicación*. En M. A. Cabrera, (Coord.). *Evolución tecnológica y cibermedios* (pp. 109-125). Sevilla: Comunicación Social
- Boczkowski, P. (2006). *Digitalizar las Noticias: Innovaciones en los Diarios On Line*. Buenos Aires: Manantial
- Casero-Ripollés, A. (2012). *Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital*. *Comunicar*, vol. XX. Huelva: ISSN
- Cobo, S. (2012). *Internet para periodistas: kit de supervivencia para la era digital*. Barcelona: UOC
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista. P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta edición. México D.F.: McGraw-Hill
- Morán, M.; Arguello, Y. y Sánchez, V. (2015). *Tipos de Investigación*. Morón: Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda
- Pérez-Soler, S. (2018). *Periodismo y Redes Sociales. Claves para la gestión de contenidos digitales*. 1era edición digital. Barcelona: UOC
- Renó, D., Campalans, C., Ruíz, S., & Gosciola, V. (2014). *Periodismo transmedia: miradas múltiples*. Bogotá: Editorial UOC.
- Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Barcelona: Ariel
- Van Dijk, T. (1982). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura, y producción de la información*. Barcelona: Paidós
- Veres, L. (2004). *Prensa, poder y terrorismo*. España: ISSN

Fuente electrónica

Aparicio, D. (2016). *La participación de los jóvenes en las políticas públicas dirigidas a ellos*. Recuperado de <http://www.publicaciones.siteal.iipe.unesco.org/eventos-del-siteal/22/la-participacion-de-los-jovenes-en-las-politicas-publicas-dirigidas-ellos>

Bavestrello, K. (2012). *Uso de redes sociales e internet móvil en adolescentes y jóvenes adultos chilenos*. Tesis para optar el Grado de Máster en Marketing. Universidad de Chile: Chile. Recuperado de file:///C:/Users/PC%20MASTER/Downloads/TESIS_KATIA_BAVESTRELLO.pdf

Behr, R. (2015). *El periodismo políticamente propositivo: modelo para una mejor comprensión de los hechos*. Tesis para optar el título de Licenciado en Periodismo. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas: Perú. Recuperado de: <file:///C:/Users/PC%20MASTER/Downloads/Tesis%20Behr%20Vargas.pdf>

Bonvillani, A. (2013). CUERPOS EN MARCHA: EMOCIONALIDAD POLÍTICA EN LAS FORMAS FESTIVAS DE PROTESTA JUVENIL. Recuperado el 29 de julio de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/1051/105129195007.pdf>

Campalans, C. y Denis, R. (2013). *Periodismo transmedia: miradas múltiples*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=wlwyDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Carvajal, L. (2014). *El método deductivo de investigación*. Recuperado de <https://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>

- Carrillo, I. (2015). *El papel del periodismo en la era de Internet*. Recuperado de <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/237/383>
- Crucianelli, S. (2013). ¿Qué es el periodismo de datos? *Cuadernos de periodistas*, 26, 106-124. Revista de la Asociación de Prensa de Madrid. Madrid: ISSN. Recuperado el <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2013/12/106-1241.pdf>
- Cruz-Álvarez y Suárez-Villegas (2017). Pautas deontológicas para el periodismo digital. Recuperado el 29 de julio de 2019, de <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/70041/Pautas+deontol%C3%B3gicas.pdf?sequence%3D1&isAllowed=y>
- Dans, E. (2016). *La importancia de los comentarios*. Recuperado de https://www.elespanol.com/opinion/20160811/147115293_13.html
- Eggington, B. (2011). *Cómo aplicar la prueba de interés público en periodismo*. Recuperado de <https://ijnet.org/es/blog/c%C3%B3mo-aplicar-la-prueba-de-inter%C3%A9s-p%C3%BAblico-en-periodismo>
- El Comercio (2018). *Poder Judicial crea sala exclusiva para proceso del Caso Perseo* Recuperado de <https://elcomercio.pe/politica/judicial-crea-sala-exclusiva-proceso-caso-perseo-noticia-520649>
- El Comercio (10/04/2014). A propósito de capturas, qué es el Movadef y qué pretende. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/politica/justicia/proposito-capturas-movadef-pretende-377452>
- El Mundo (18/08/2017). *Atentado en Barcelona: al menos 13 muertos y 100 hospitalizados tras un atropello masivo en las Ramblas*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/mundo/europa/reaccion-de-medios-de-comunicacion-sobre-el-atentado-terrorista-de-barcelona-121046>

El País (18/08/2017). Cuatro terroristas muertos y uno herido en segundo atentado en la costa catalana. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/mundo/europa/reaccion-de-medios-de-comunicacion-sobre-el-atentado-terrorista-de-barcelona-121046>

Espinoza, A. (2012). *La cultura digital en el periodismo impreso: el caso del diario El Comercio*. Tesis para optar el título de Licenciado en Periodismo. Pontificia Universidad Católica del Perú: Perú. Recuperado de: file:///C:/Users/PC%20MASTER/Downloads/ESPINOZA_FLORES_AL_FREDO_CULTURA.pdf

Freidenberg, F. (2004). *Los medios de comunicación de masas: ¿También son actores? La teoría de la influencia selectiva*. Recuperado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35875135/Medio_sdecomunicacion.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLOS_MEDIOS_DE_COMUNICACION_DE_MASAS_TAMB.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190805%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20190805T161525Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=0280f8b7d243feea762bda64a443f43ad8f56e32df5015f0bf47daf2e01e50d7

García, A. (2018). *Cambio social*. Columna de opinión de *El Nacional*. Recuperado de http://www.el-nacional.com/noticias/columnista/cambio-social_229241

García, M. e Ibarra, L. A. (s. f.). *Diseño de la Investigación*. Recuperado de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/disenio_de_la_investigacion.html

Godoy, D. (2012). *Participación social a través del análisis de redes sociales*. Tesis para optar al Grado de Sociólogo. Universidad de Chile: Chile. Recuperado de

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/116954/TESIS%20PARTICIPACION%20SOCIAL%20A%20TRAVES%20DE%20ANALISIS%20DE%20REDES%20SO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González, F. (2008). *La objetividad periodística: entre el mito y la utopía*. Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art790.htm>

González, L. y Pérez, P. (2006). *La importancia del Diseño Periodístico en una comunicación de calidad*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/271740830_La_importancia_del_Diseño_Periodistico_en_una_comunicacion_de_calidad

González, J. C. (2013). *Hacia un perfil sociocultural de la audiencia participativa de la Segunda Online*. Tesis para optar al Grado Académico de Licenciado en Comunicación Social. Universidad de Chile: Chile. Recuperado de: <https://bit.ly/2KeBHLT>

Guzmán, E. (2014). *La importancia de informarse*. Recuperado de http://elpueblo.com/_editoriales/La-importancia-de-informarse

Kumar, R. (2013). *Medios sociales y cambio social: Cómo los jóvenes están aprovechando la tecnología*. Recuperado de <http://blogs.worldbank.org/youthink/es/medios-sociales-cambio-social-jovenes-aprovechando-la-tecnologia>

Lara, M. A. (2015). *La investigación policial en el caso Movadef en Lima Metropolitana de abril del 2014*. Tesis adoptar el grado de Magister en Ciencias Políticas y Gobierno con mención en Políticas Públicas y Gestión Pública. Pontificia Universidad Católica del Perú: Perú. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/7876/LARA_VERGARA_MARCO_ANTONIO_INVESTIGACION.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- La República (10/04/2014). Detienen 24 dirigentes del Movadef en Lima y provincias. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/784783-detienen-a-24-dirigentes-de-movadef-en-lima-y-provincias/>
- La República (2018). *PJ crea Colegiado en la Sala Penal Nacional para ver caso Perseo*. Recuperado de <https://larepublica.pe/politica/1244633-pj-crea-colegiado-sala-penal-nacional-ver-caso-perseo>
- Lino, J. (2019). *Método de Investigación Inductivo*. Recuperado de https://www.academia.edu/35895780/M%C3%89TODO_DE_INVESTIGACI%C3%93N_INDUCTIVO
- Maderuelo, E. (2016). *La importancia de la difusión en el Marketing de contenidos*. Recuperado de <http://esthermaderuelo.com/la-importancia-de-la-difusion-en-el-marketing-de-contenidos/>
- Merino, R. (2016). *Responsabilidad y memoria: indagaciones en torno a memorias que batallan por la responsabilidad*. Tesis de para optar el grado de Magíster en Estudios Culturales. Pontificia Universidad Católica del Perú: Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7902>
- Meso, K. (2013). *Periodismo y Audiencias: Inquietudes sobre los contenidos generados por los usuarios*. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2013000200006
- Moreno, P. (2018). *La importancia de los comentarios en tu blog*. Recuperado de <https://fueracondigos.com/la-importancia-de-los-comentarios-en-tu-blog/>
- Muñiz, L. (1997). Los intereses del público y los intereses de los periodistas. Nueva Revista. Recuperado de <https://www.nuevarevista.net/revista-sociedad/los-intereses-del-publico-y-los-intereses-de-los-periodistas/>

- Nieto, A. (1989). *Difusión informativa*. Artículo recuperado de https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=303
- Nova, G. (2016). *Los beneficios de estar informado*. Recuperado de <https://medium.com/eivos/los-beneficios-de-estar-informado-a790b19b8ce9>
- Ochoa, C. (2015). *Muestreo probabilístico: muestreo aleatorio simple*. Recuperado de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-muestreo-aleatorio-simple>
- Ortega, F. y Cardeñosa, L. (2011). *Nuevos Medios. Nueva Comunicación*. 1ª edición electrónica. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Ana_Serrano_Telleria/publication/260592820_DEL_DISENO_GRAFICO_Y_AUDIOVISUAL_AL_DISENO_DE_INTERACCION_UN_ESTUDIO SOBRE LOS NODOS INICIALES EN CIBERMEDIOS/links/02e7e531a5dbbd0d88000000.pdf#page=462
- Palacios, A. (2016). *¿Objetividad en el periodismo?* Recuperado del sitio web *ElPaís.gr*, Recuperado de <https://www.elpais.cr/2016/06/02/objetividad-en-el-periodismo/>
- Restrepo, D. (2016). *¿Cómo determinar si el enfoque de una noticia es correcto?* Recuperado el 21 de marzo de 2019, de <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/1567>
- Reyes, A. (2014). *Alcances del “Ciber-Terrorismo” en la sociedad contemporánea*. Tesis para optar al Grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad de Chile. Recuperado de: http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/116821/de-reyes_a.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rivas-Nieto, P. & Plaza, J. (2015). *El régimen informativo del terrorismo: Propuesta de un modelo hermenéutico*. Recuperado de

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852015000200004

Rost, A. (2011). Periodismo y redes sociales: por qué y para qué. Recuperado de: <http://tecnologiaycultura.com.ar/actas2011/doc/rost.pdf>

RPP Noticias (07/08/2017). *¿Qué es el Movadef y cuáles son sus objetivos?* Recuperado de <https://rpp.pe/politica/actualidad/que-es-el-movadef-y-cuales-son-sus-objetivos-noticia-1068851>

Ruiz, R. (2007). *El método científico y sus etapas*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/recursostics/el-mtodo-cientfico-y-sus-etapas-ramn-ruiz-mxico-2007-9039882>

Simón, P. (2013). *La participación política de los jóvenes*. Recuperado de: <https://politikon.es/2013/04/02/la-participacion-politica-de-los-jovenes/>

Smith, K. (2016). *Cómo incrementar las interacciones en redes sociales*. Recuperado de: <https://www.brandwatch.com/es/blog/como-incrementar-interacciones-en-redes-sociales/>

Anexos

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Metodología
¿Cuál es el tratamiento de la noticia en los portales web de los diarios La República y El Comercio en relación a la percepción, acerca de contenidos vinculados al terrorismo, en estudiantes de Ciencias Sociales de la UNMSM, 2018?	Analizar el tratamiento de la noticia los portales web de los diarios La República y El Comercio y la percepción acerca de contenidos vinculados al terrorismo en estudiantes de Ciencias Sociales de la UNMSM, 2018.	Existe relación significativa entre el tratamiento de la noticia acerca de contenidos vinculados al terrorismo en los portales web en los diarios web La República y El Comercio y la percepción de los estudiantes de la UNMSM, 2018.	Variable X Tratamiento de la noticia en medios digitales. Redes Medios Digitales Contenidos Variable Y La percepción de los jóvenes universitarios	Tipo de investigación: Básica, con un tiempo de ocurrencia prospectivo. Nivel de investigación. Descriptivo, con un estudio transversal Diseño de investigación: De diseño no experimental Método de la investigación: Histórico, deductivo, analítico
Problemas específicos ¿De qué manera se relaciona las redes sociales en los portales web de los diarios La República y El Comercio con la percepción del cambio social de los estudiantes de la	Objetivos específicos Conocer la relación de las redes sociales en los portales web de los diarios La República y El Comercio con la percepción del cambio social de los estudiantes de la UNMSM, 2018.	Hipótesis secundarias Existe relación significativa entre las redes sociales en los portales web de los diarios La República y El Comercio y la percepción del cambio social de los estudiantes de la	Percepción del Cambio Social Interacción en Redes Conocimiento del tema	Diseño Muestral: La población está abarcada por 204 jóvenes universitarios, de la Universidad Mayor de San Marcos, de la carrera de Ciencias Sociales que colaboraron voluntariamente.

<p>UNMSM, 2018?</p> <p>¿Cuál es la relación entre los medios digitales en los portales web de los diarios La República y El Comercio con la interacción en redes de los estudiantes de la UNMSM, 2018?</p> <p>¿De qué manera se relacionan los contenidos en los portales web de los diarios La República y El Comercio con el conocimiento del tema en los estudiantes de la UNMSM, 2018?</p>	<p>Conocer la relación de los medios digitales en los portales web de los diarios La República y El Comercio con la interacción en redes de los estudiantes de la UNMSM, 2018.</p> <p>Conocer la relación de los contenidos en los portales web de los diarios La República y El Comercio con el conocimiento del tema en los estudiantes de la UNMSM, 2018.</p>	<p>UNMSM, 2018.</p> <p>Los medios digitales en los portales web de los diarios La República y El Comercio tienen relación significativa con la interacción en redes de los estudiantes de la UNMSM, 2018.</p> <p>Los contenidos en los portales web de los diarios La República y El Comercio se relacionan significativamente con el conocimiento del tema en los estudiantes de la UNMSM, 2018.</p>		<p>Muestra:</p> <p>La muestra probabilística abarca a 117 jóvenes estudiantes de la carrera de Ciencias Sociales, que fueron seleccionados de la población por ser quienes leían alguno de los medios de estudio y que son de la Carrera de Ciencias Sociales de la UNMSM, que voluntariamente colaboraron con la investigación.</p>
--	--	---	--	---

ANEXO 2: Matriz maestra

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES
V1: TRATAMIENTO DE LA NOTICIA EN MEDIOS DIGITALES Diario La República y El Comercio	REDES SOCIALES	FACEBOOK TWITTER ENFOQUE	1. Considera que Facebook es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional 2. Considera que Twitter es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional 3. El factor que más le llama la atención para detenerse a revisar una noticia acerca del terrorismo en el Perú es: a. El titular b. La imagen c. Párrafo de resumen
	MEDIOS DIGITALES	SMARTPHONE COMPUTADORA	4. Está de acuerdo con que a la mayoría de personas le es más útil obtener información a través del <i>smartphone</i> 5. Cree que la computadora es eficiente para obtener noticias en tiempo real
	CONTENIDOS	OBJETIVIDAD INMEDIATEZ CIRCULACIÓN DISEÑO GRÁFICO	6. En los medios digitales se transmite la noticia de forma imparcial 7. Está de acuerdo con que los medios digitales brindan información al instante 8. Está de acuerdo con que hay mucha circulación de noticias en los medios digitales 9. Considera que el diseño gráfico de las imágenes en la noticia es factor clave para la retención del lector

V2: LA PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS Caso: Terrorismo en el Perú	PERCEPCIÓN DEL CAMBIO SOCIAL	MARCHAS DE PROTESTA DEBATES	10. Ha percibido que hay publicaciones que invitan a participar en protestas a favor de posturas radicales 11. Está de acuerdo con que últimamente se ha propiciado el debate abierto a través de redes 12. Considera que los temas actuales son suficientes para interactuar activamente en redes sociales 13. Considera que los comentarios en redes sociales son una buena vitrina de debate
	INTERACCIÓN EN REDES	COMPARTIMIENTO COMENTARIOS	14. Qué incentiva a compartir noticias acerca de rebrotes del terrorismo en los jóvenes: a. Novedad b. Morbo c. Indignación 15. Las noticias acerca del terrorismo en el Perú y Movadef por las redes sociales generan: a. Consulta b. Opinión c. Debate
	CONOCIMIENTO DEL TEMA	PREVENCIÓN INTERÉS DE INFORMACIÓN	16. La mayor cobertura de noticias, sobre el terrorismo y sus secuelas, ayudaría a los jóvenes a tomar conciencia de su historia, para que ésta no se repita 17. El principal motivo de la aparición y posicionamiento del terrorismo en el Perú, fue: a. Político b. Social c. Criminal 18. Está de acuerdo con que los medios digitales despiertan el interés para acercarse a las noticias sobre el terrorismo en el Perú 19. Las noticias tratadas hoy en día, ¿Despiertan su interés como espectador?

ANEXO 3: Instrumentos

Cuestionario

Te informas de noticias mediante diarios web: SI _____ No _____

Prefiere la versión web del diario:

El Comercio _____ La República _____ Otro _____

El presente cuestionario tiene como finalidad conocer las preferencias de los jóvenes universitarios, con respecto a la obtención de noticias en las plataformas web.

Lugar de residencia: _____ edad: _____ sexo: _____

Las respuestas van como siguen:

1 = Totalmente en desacuerdo 2 = Desacuerdo 3 = Ni en acuerdo, ni desacuerdo 4 = Acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo

N°	ÍTEM	1	2	3	4	5
1	Considera que Facebook es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional	1	2	3	4	5
2	Considera que Twitter es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional	1	2	3	4	5
3	Las noticias tratadas hoy en día, ¿Despiertan su interés como espectador?	1	2	3	4	5
4	Está de acuerdo con que a la mayoría de personas le es más útil obtener información a través del <i>smartphone</i>	1	2	3	4	5
5	Cree que la computadora es eficiente para obtener noticias en tiempo real	1	2	3	4	5
6	En los medios digitales se transmite la noticia de forma imparcial	1	2	3	4	5
7	Está de acuerdo con que los medios digitales brindan información al instante	1	2	3	4	5
8	Está de acuerdo con que hay mucha circulación de noticias en los medios digitales	1	2	3	4	5
9	Considera que el diseño gráfico de las imágenes en la noticia es factor clave para la retención del lector	1	2	3	4	5

10	Ha percibido que hay publicaciones que invitan a participar en protestas a favor de posturas radicales	1	2	3	4	5
11	Está de acuerdo con que últimamente se ha propiciado el debate abierto a través de redes	1	2	3	4	5
12	Considera que los temas actuales son suficientes para interactuar activamente en redes sociales	1	2	3	4	5
13	Considera que los comentarios en redes sociales son una buena vitrina de debate	1	2	3	4	5
14	La mayor cobertura de noticias, sobre el terrorismo y sus secuelas, ayudaría a los jóvenes a tomar conciencia de su historia, para que ésta no se repita	1	2	3	4	5
15	Está de acuerdo con que los medios digitales despiertan el interés para acercarse a las noticias	1	2	3	4	5

16. El factor que más le llama la atención para detenerse de revisar una noticia acerca de terrorismo en el Perú es:

- A. El titular
- B. La imagen
- C. Párrafo de resumen

17. Qué incentiva a compartir noticias acerca de rebrotes del terrorismo en los jóvenes:

- A. Novedad
- B. Morbo
- C. Indignación

18. El principal motivo de la aparición y posicionamiento del terrorismo en el Perú, fue:

- A. Político
- B. Social
- C. Criminal

19. Las noticias acerca del terrorismo en el Perú y Movadef por las redes sociales generan:

- A. Consulta
- B. Opinión
- C. Debate

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

ANEXO 4: Noticia de ataque terrorista en medios españoles



Ilustración 1. El Mundo: presenta el atentado en Barcelona (2017)

Fuente: El Mundo (18/08/2017).



Ilustración 2. El País: presenta el atentado en Barcelona (2017)

Fuente: El País (18/08/2017).



A propósito de capturas, qué es el Movadef y qué pretende

Brazo político de Sendero plantea la amnistía para Abimael Guzmán y su ingreso a la vida política. ¿Cuál es su estrategia?



A propósito de capturas, qué es el Movadef y qué pretende

Redacción EC
10.04.2014 / 03:33 pm

movistar

- Samsung Galaxy A20
Plan Elige más S/ 85.90
18 cuotas de S/ 18
COMPRAR
- Huawei P Smart 2019
Plan Elige más S/ 69.90
18 cuotas de S/ 18
COMPRAR
- Samsung Galaxy A50
Plan Elige más S/ 85.90

Ilustración 3. El Comercio: acerca del Caso Perseo (2014)

Fuente: El Comercio (10/04/2014).

<http://larepublica.pe/politica/784783-detienen-a-24-dirigentes-de-movadef-en-lima-y-provincias/>

POLÍTICA ECONOMÍA SOCIEDAD MUNDO DEPORTES ESPECTÁCULOS TENDENCIAS TEMAS REGIONES RTV SUSCRÍBETE

POLÍTICA

Detienen a 24 dirigentes de Movadef en Lima y provincias

Compartir en Facebook | Compartir en Twitter

Redacción: **Plataforma_Gir**
9 Apr. 2014 | 18:30h

Por terrorismo. Entre ellos figuran Alfredo Crespo y Humberto Fajardo, quienes patrocinaron a Abimael Guzmán, así como Walter Humala, primo del jefe del Estado.

Un operativo combinado de la Policía Nacional del Perú y las Fuerzas Armadas, en coordinación con el Ministerio Público, se llevó a cabo en Lima y cinco regiones del país. En él se capturó a 24 dirigentes del Movimiento Por la Amnistía y Derechos Fundamentales (Movadef), entre ellos su líder fundador y subsecretario general, Alfredo Crespo Bragayrac.

También fue arrestado Manuel Fajardo Cavero, secretario general de dicha agrupación vinculada al grupo terrorista Sendero Luminoso, confirmó desde Canadá el presidente Ollanta Humala, quien aseguró que hoy, en conferencia de prensa, se dará más detalles de la "Operación Perseo 2014".

Al cierre de esta edición, tanto Crespo –también abogado del cabecilla terrorista Abimael Guzmán– como Fajardo permanecían en las instalaciones de la Dirección contra el Terrorismo (Dirctote).

En esta dependencia policial también está recluso el guitarrista ayacuchoano Walter Humala Lema, primo del presidente Humala, por su cercanía con Movadef.

BELIA CASARETILLO

TAZONES POPCORN
x6 PIEZAS

A partir de **S/ 9.90** | **CLIC & AQUÍ**

Bazar

PAGO CONTRAENTREGA
993-587-571

Cup & Unidad.pe

¡Don't Worry! Cup & Unidad.pe para de esta gran oferta desde el 10 de Julio al 11 de Agosto!

Ilustración 4. Nota virtual del diario La República: caso Perseo

Fuente: La República (10/04/2014).

ANEXO 5: Informe de Juicio de expertos



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Quispe Serrano Mario Orlando
 1.2. Grado Académico: Magister en Periodismo y Comunicación Multimedia
 1.3. Institución donde labora: USMP y UPN
 1.4. Especialidad del validador: Periodismo Digital
 1.5. Título de la investigación: "El tratamiento de la noticia digital sobre el terrorismo en Perú en percepción de los jóvenes universitarios, en el 2018"
 1.6. Autor del Instrumento: Paz Goñez, Valeria María
 1.7. Instrumento: Cuestionario tipo Likert

1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1: TRATAMIENTO DE LA NOTICIA EN MEDIOS DIGITALES

Ítems	Escala	50 – 60% Probablemente no pertenece	61-80% Probablemente si pertenece	81-100% SI pertenece	Observaciones
REDES					
1. Considera que Facebook es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional				X	
2. Considera que Twitter es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional				X	
3. El factor que más le llama la atención para detenerse a revisar una noticia acerca del terrorismo en el Perú es:				X	
MEDIOS DIGITALES					
4. Está de acuerdo con que a la mayoría de personas le es más útil obtener información a través del <i>smartphone</i>				X	
5. Cree que la computadora es eficiente para obtener noticias en tiempo real				X	
CONTENIDOS					
6. En los medios digitales se transmite la noticia de forma imparcial				X	
7. Está de acuerdo con que los medios digitales brindan información al instante				X	
8. Está de acuerdo con que hay mucha circulación de noticias en los medios digitales				X	
9. Considera que el diseño gráfico de las imágenes en la noticia es factor clave para la retención del lector				X	

Ilustración 5. Informe del Magister en Periodismo y Comunicación Multimedia Mario Orlando Quispe Serrano.



**1.8.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2: LA PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES
UNIVERSITARIOS**

Ítems	Escala	50 – 60% Probablemente no pertenece	61-80% Probablemente si pertenece	81-100% SI pertenece	Observaciones
PERCEPCIÓN DEL CAMBIO SOCIAL					
10. Ha percibido que hay publicaciones que invitan a participar en protestas a favor de posturas radicales				X	
11. Está de acuerdo con que últimamente se ha propiciado el debate abierto a través de redes				X	
12. Considera que los comentarios en redes sociales son una buena vitrina de debate				X	
INTERACCIÓN EN REDES					
13. Considera que los temas actuales son suficientes para interactuar activamente en redes sociales				X	
14. Qué incentiva a compartir noticias acerca de rebrotes del terrorismo en los jóvenes:				X	
15. Las noticias acerca del terrorismo en el Perú y Movadef por las redes sociales generan:				X	
CONOCIMIENTO DEL TEMA					
16. La mayor cobertura de noticias, sobre el terrorismo y sus secuelas, ayudaría a los jóvenes a tomar conciencia de su historia, para que ésta no se repita				X	
17. El principal motivo de la aparición y posicionamiento del terrorismo en el Perú, fue:				X	
18. Está de acuerdo con que los medios digitales despiertan el interés para acercarse a las noticias sobre el terrorismo en el Perú				X	
19. Las noticias tratadas hoy en día, ¿Despiertan su interés como espectador?				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN:%.

Quispe S

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 40265781

Teléfono N° 939286364

Ilustración 6. Informe del Magister en Periodismo y Comunicación Multimedia Mario Orlando Quispe Serrano.



1.8.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Media 50-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.			X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.			X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias			X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos			X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.			X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico			X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.			X

PROMEDIO DE VALORACIÓN:%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

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

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 40265781

Teléfono N° 939286364

Ilustración 7. Informe del Magister en Periodismo y Comunicación Multimedia
Mario Orlando Quispe Serrano.



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: *Quiroz Pacheco Yulvitz Ramón*
- 1.2. Grado Académico: *Maestría en Periodismo y Comunicación Multimedia*
- 1.3. Institución donde labora: *Universidad de San Martín de Porres*
- 1.4. Especialidad del validador: *Periodista*
- 1.5. Título de la investigación: "El tratamiento de la noticia digital sobre el terrorismo en Perú en percepción de los jóvenes universitarios, en el 2018"
- 1.6. Autor del Instrumento: Paz Goñez, Valeria María
- 1.7. Instrumento: Cuestionario tipo Likert

1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1: TRATAMIENTO DE LA NOTICIA EN MEDIOS DIGITALES

Items	Escala	Escala de Pertenece			Observaciones
		50 – 60% Probablemente no pertenece	61-80% Probablemente si pertenece	81-100% Si pertenece	
REDES					
1. Considera que Facebook es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional				X	
2. Considera que Twitter es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional				X	
3. El factor que más le llama la atención para detenerse a revisar una noticia acerca del terrorismo en el Perú es:				X	
MEDIOS DIGITALES					
4. Está de acuerdo con que a la mayoría de personas le es más útil obtener información a través del <i>smartphone</i>				X	
5. Cree que la computadora es eficiente para obtener noticias en tiempo real				X	
CONTENIDOS					
6. En los medios digitales se transmite la noticia de forma imparcial			X		
7. Está de acuerdo con que los medios digitales brindan información al instante				X	
8. Está de acuerdo con que hay mucha circulación de noticias en los medios digitales				X	
9. Considera que el diseño gráfico de las imágenes en la noticia es factor clave para la retención del lector				X	

Ilustración 8. Informe del Doctor en Periodismo y Comunicación Multimedia Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco.



1.8.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2: LA PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS

Ítems	Escala	50 - 60% Probablemente no pertenece	61-80% Probablemente sí pertenece	81-100% Sí pertenece	Observaciones
PERCEPCIÓN DEL CAMBIO SOCIAL					
10. Ha percibido que hay publicaciones que invitan a participar en protestas a favor de posturas radicales			X		
11. Está de acuerdo con que últimamente se ha propiciado el debate abierto a través de redes				X	
12. Considera que los comentarios en redes sociales son una buena vitrina de debate				X	
INTERACCIÓN EN REDES					
13. Considera que los temas actuales son suficientes para interactuar activamente en redes sociales				X	
14. Qué incentiva a compartir noticias acerca de rebrotes del terrorismo en los jóvenes:				X	
15. Las noticias acerca del terrorismo en el Perú y Movadef por las redes sociales generan:				X	
CONOCIMIENTO DEL TEMA					
16. La mayor cobertura de noticias, sobre el terrorismo y sus secuelas, ayudaría a los jóvenes a tomar conciencia de su historia, para que ésta no se repita				X	
17. El principal motivo de la aparición y posicionamiento del terrorismo en el Perú, fue:				X	
18. Está de acuerdo con que los medios digitales despiertan el interés para acercarse a las noticias sobre el terrorismo en el Perú				X	
19. Las noticias tratadas hoy en día, ¿Despiertan su interés como espectador?				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95%.

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 47.72.9432

Teléfono N° 997.50.2058

Ilustración 9. Informe del Doctor en Periodismo y Comunicación Multimedia Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco.



1.8.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Media 50-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.		X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.			X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.		X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.			X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos.			X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.			X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.			X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.			X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95 %

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Firma del Experto Informante.

DNI. Nº 42119432

Teléfono Nº 991502058

Ilustración 10. Informe del Doctor en Periodismo y Comunicación Multimedia Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco.



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: PATIÑO BOTTINO, Luis Miguel
 1.2. Grado Académico: Licenciado en Ciencias de la Comunicación
 1.3. Institución donde labora: USMP / Diario LA INDUSTRIA
 1.4. Especialidad del validador: PERIODISMO ESCRITO
 1.5. Título de la investigación: "El tratamiento de la noticia digital sobre el terrorismo en Perú en percepción de los jóvenes universitarios, en el 2018"
 1.6. Autor del Instrumento: Paz Goñez, Valeria María
 1.7. Instrumento: Cuestionario tipo Likert

1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1: TRATAMIENTO DE LA NOTICIA EN MEDIOS DIGITALES

Ítems	Escala	50 – 60% Probablemente no pertenece	61-80% Probablemente sí pertenece	81-100% Sí pertenece	Observaciones
REDES					
1. Considera que Facebook es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional				X	
2. Considera que Twitter es una eficaz plataforma para obtener noticias de índole político nacional				X	
3. El factor que más le llama la atención para detenerse a revisar una noticia acerca del terrorismo en el Perú es:				X	
MEDIOS DIGITALES					
4. Está de acuerdo con que a la mayoría de personas le es más útil obtener información a través del <i>smartphone</i>				X	
5. Cree que la computadora es eficiente para obtener noticias en tiempo real				X	
CONTENIDOS					
6. En los medios digitales se transmite la noticia de forma imparcial				X	
7. Está de acuerdo con que los medios digitales brindan información al instante				X	
8. Está de acuerdo con que hay mucha circulación de noticias en los medios digitales				X	
9. Considera que el diseño gráfico de las imágenes en la noticia es factor clave para la retención del lector				X	

Ilustración 11. Informe del Magíster en Periodismo Miguel Patiño Bottino.



1.8.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2: LA PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS

Ítems	Escala	50 – 60% Probablemente no pertenece	61-80% Probablemente si pertenece	81-100% Si pertenece	Observaciones
PERCEPCIÓN DEL CAMBIO SOCIAL					
10. Ha percibido que hay publicaciones que invitan a participar en protestas a favor de posturas radicales				X	
11. Está de acuerdo con que últimamente se ha propiciado el debate abierto a través de redes				X	
12. Considera que los comentarios en redes sociales son una buena vitrina de debate				X	
INTERACCIÓN EN REDES					
13. Considera que los temas actuales son suficientes para interactuar activamente en redes sociales				X	
14. Qué incentiva a compartir noticias acerca de rebrotes del terrorismo en los jóvenes:				X	
15. Las noticias acerca del terrorismo en el Perú y Movadef por las redes sociales generan:				X	
CONOCIMIENTO DEL TEMA					
16. La mayor cobertura de noticias, sobre el terrorismo y sus secuelas, ayudaría a los jóvenes a tomar conciencia de su historia, para que ésta no se repita				X	
17. El principal motivo de la aparición y posicionamiento del terrorismo en el Perú, fue:				X	
18. Está de acuerdo con que los medios digitales despiertan el interés para acercarse a las noticias sobre el terrorismo en el Perú				X	
19. Las noticias tratadas hoy en día, ¿Despiertan su interés como espectador?				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN:%.

Miguel Patino Bottino
 Firma del Experto Informante.
 DNI. N°...07572029
 Teléfono N°...992055898

Ilustración 12. Informe del Magíster en Periodismo Miguel Patiño Bottino.



1.8.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Media 50-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.		X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.		X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias		X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos			X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.		X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico			X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.			X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: %

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

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


 Firma del Experto Informante.
 DNI. N° 05572029
 Teléfono N° 992055898

Ilustración 13. Informe del Magister en Periodismo Miguel Patiño Bottino.