



**UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP**  
**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN**

**TESIS**

**EL PERIODISMO Y SU RELACIÓN CON LA PERCEPCIÓN**  
**DE LA NOTICIA SOBRE TEMAS DE CORRUPCIÓN.**  
**DISTRITO DE YAURI, CUSCO- 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTORES:**

**Bach. AGUILAR WAGNER, DELFFOR CELSO**

**Bach. DAVILA PAZ, SANTOS ROSENDO**

**LIMA – PERÚ**

**2022**

**ASESOR DE TESIS**

---

**Dra. TERESA GIOVANNA CHIRINOS GASTELÚ**

**JURADO EXAMINADOR**

---

**Dr. QUIROZ ROSAS JUAN HUMBERTO,  
Presidente**

---

**Dra. FLOR DE MARIA SISNIEGAS LINARES  
Secretario**

---

**Mg. ALFREDO SANTOS HUAMANI GRANADOS  
Vocal**

## **DEDICATORIA**

Con inmenso cariño, a nuestros queridos padres por el tiempo dedicado en la niñez para alcanzar el éxito en nuestras vidas; a la familia, cuyo amor merece mi sacrificio, esfuerzo y superación y, a todos quienes luchan diariamente por ser cada día mejor.

## **AGRADECIMIENTO**

Expresamos nuestro profundo reconocimiento y gratitud a todas las personas que me apoyaron y contribuyeron a la concretización del presente trabajo de investigación; de manera especial, a nuestra asesora Dra. Teresa Giovanna Chirinos Gastelú, quien, con su esfuerzo y sacrificio permanente, nos orientó durante el diseño y desarrollo del presente trabajo de investigación.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “El periodismo y su relación con la percepción de la noticia sobre temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco-2021” cuyo objetivo fue determinar como el periodismo se relaciona con la percepción de la noticia en temas de corrupción en la provincia de espinar de la región Cusco, la metodología que se ha utilizado es de tipo descriptivo correlacional, en razón, que se utilizaron conocimientos de las Ciencias de la Comunicación, que se han empleado para la verificación y comprobación de las hipótesis. El tipo de Investigación es Aplicada con una muestra de 50 personas, ya que la investigación se busca conocer la relación de las variables de estudio; El diseño de investigación es No Experimental Transversal. La técnica fue el encuesta y el instrumento fue el cuestionario, el mismo que fue de 10 ítems para cada variable ambas en la escala de Likert para obtener lo siguiente:

Los resultados estadísticos arrojaron un valor alto y positivo es decir ,896 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: El periodismo SI se relaciona con la percepción de la noticia de temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco - 2021.

**Palabras claves:** periodismo, percepción de la noticia, temas de corrupción.

## ABSTRACT

The present research work entitled "Journalism and its relationship with the perception of the news on corruption issues. District of Yauri, Cusco- 2021 "whose objective was to determine how journalism is related to the perception of the news on corruption issues in the province of Espinar in the Cusco region, the methodology that has been used is descriptive correlational, in reason, that knowledge of Communication Sciences was used, which has been used for the verification and verification of the hypotheses. The type of Research is Applied with a sample of 50 people, since the research seeks to know the relationship of the study variables; The research design is Non-Experimental Transversal. The technique was the questionnaire and the instrument was the questionnaire, the same one that was 10 items for each variable both on the Likert scale to obtain the following: The statistical results showed a high and positive value, that is, 896 and bilateral significance of .000, this has to be less than .005, for this case the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted, which says: Journalism IS related with the perception of the news of corruption issues. Yauri District, Cusco - 2021.

**Keywords:** journalism, news perception, corruption issues.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|   |           |
|---|-----------|
| CARÁTULA .....                                    | i         |
| ASESOR DE TESIS .....                             | ii        |
| JURADO EXAMINADOR.....                            | iii       |
| DEDICATORIA .....                                 | iv        |
| AGRADECIMIENTO .....                              | v         |
| RESUMEN .....                                     | vi        |
| ABSTRACT.....                                     | vii       |
| ÍNDICE DE CONTENIDO.....                          | viii      |
| ÍNDICE DE TABLAS.....                             | x         |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                           | xii       |
| INTRODUCCIÓN .....                                | xiv       |
| <b>I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>         | <b>16</b> |
| 1.1. Planteamiento del Problema. ....             | 16        |
| 1.2. Formulación del problema. ....               | 19        |
| 1.2.1. Problema general. ....                     | 19        |
| 1.2.2. Problemas específicos.....                 | 19        |
| 1.3. Justificación.....                           | 19        |
| 1.3.1. Justificación Teórica. ....                | 20        |
| 1.3.2. Justificación Práctica. ....               | 20        |
| 1.3.3. Justificación Metodológica.....            | 21        |
| 1.3.4. Justificación Social. ....                 | 21        |
| 1.3.5. Justificación Económica.....               | 22        |
| 1.4. Objetivos. ....                              | 22        |
| 1.4.1. Objetivo general.....                      | 22        |
| 1.4.2. Objetivos específicos.....                 | 22        |
| <b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>                     | <b>23</b> |
| 2.1. Antecedentes.....                            | 23        |
| 2.1.1. Antecedentes Nacionales. ....              | 23        |
| <b>1.1.1. Antecedentes Internacionales.....</b>   | <b>26</b> |
| 2.2. Bases Teóricas de las Variables. ....        | 30        |
| 2.2.1. Variable 1: Periodismo.....                | 30        |
| 2.2.2. Variable 2: Percepción de la Noticia. .... | 32        |



|  |           |
|--|-----------|
| 2.3. Definición de Términos Básicos. ....                  | 38        |
| <b>III. MÉTODOS Y MATERIALES. ....</b>                     | <b>42</b> |
| 3.1. Hipótesis.....  | 42        |
| 3.1.1. Hipótesis General. ....                             | 42        |
| 3.1.2. Hipótesis específicas. ....                         | 42        |
| 3.2. Variables. ....                                       | 42        |
| 3.2.1. Definición Conceptual.....                          | 42        |
| 3.2.2. Definición Operacional de las Variables. ....       | 43        |
| 3.3. Tipo y Niveles de Investigación. ....                 | 44        |
| 3.3.1. Tipos de Investigación. ....                        | 44        |
| 3.3.2. Nivel de Investigación.....                         | 44        |
| 3.4. Diseño de Investigación. ....                         | 44        |
| 3.5. Población y Muestra. ....                             | 45        |
| 3.5.1. Población. ....                                     | 45        |
| 3.5.2. Muestra.....  | 45        |
| 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. .... | 46        |
| 3.6.1. Técnicas de recolección de datos.....               | 46        |
| 3.6.2. Instrumentos de recolección de datos. ....          | 46        |
| 3.7. Método de análisis de datos. ....                     | 47        |
| 3.8. Aspectos éticos ....                                  | 47        |
| <b>IV. RESULTADOS ..... 49</b>                             | <b>49</b> |
| 4.1. Resultados descriptivos.....                          | 49        |
| 4.2. Correlación de la hipótesis ....                      | 77        |
| <b>V. DISCUSIÓN ..... 81</b>                               | <b>81</b> |
| 5.1. Análisis de discusión de resultados.....              | 81        |
| <b>VI. CONCLUSIONES ..... 83</b>                           | <b>83</b> |
| <b>VII. RECOMENDACIONES..... 84</b>                        | <b>84</b> |
| <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS ..... 85</b>                 | <b>85</b> |
| <b>ANEXOS ..... 88</b>                                     | <b>88</b> |
| Anexo 1. Matriz de consistencia ....                       | 89        |
| Anexo 2. Operacionalización de la variable ....            | 90        |
| Anexo 3. Instrumento.....                                  | 91        |
| Anexo 4. Validación de juicio de expertos ....             | 93        |
| Anexo 5. Base de datos.....                                | 97        |

## ÍNDICE DE TABLAS

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| Tabla 1.  | Periodismo .....   | 49 |
| Tabla 2.  | Individuo audiencia.....   | 50 |
| Tabla 3.  | ¿Se tiene responsabilidad sobre la noticia en cuanto temas de corrupción?.....                 | 51 |
| Tabla 4.  | ¿Considera que han dado detalles de la noticia sobre tema municipales? .....                   | 52 |
| Tabla 5.  | ¿La publicación es actualizada sobre lo que está sucediendo en la Municipalidad?.....          | 53 |
| Tabla 6.  | ¿Considera que hay nivel de crítica de los diarios de la zona? .....                           | 54 |
| Tabla 7.  | Empresarial .....  | 55 |
| Tabla 8.  | ¿Hay intereses empresariales de por medio detrás de la noticia? .....                          | 56 |
| Tabla 9.  | ¿Existe transparencia en los medios periodísticos?.....  | 57 |
| Tabla 10. | Social.....  | 58 |
| Tabla 11. | ¿La noticia pone énfasis en el área local en temas de corrupción? ....                         | 59 |
| Tabla 12. | ¿La noticia pone énfasis en el área nacional en temas de corrupción? .....                     | 60 |
| Tabla 13. | ¿La noticia se pone énfasis en el área internacional en temas de corrupción?.....              | 61 |
| Tabla 14. | ¿Le gustan las ilustraciones gráficas de los diarios de la zona? .....                         | 62 |
| Tabla 15. | Percepción de la noticia .....   | 63 |
| Tabla 16. | Diagramación .....   | 64 |
| Tabla 17. | ¿Prefiere usted solo el contenido escrito en una lectura? .....                                | 65 |
| Tabla 18. | ¿Cree usted que el contenido visual ayuda a entender más la información? .....                 | 66 |
| Tabla 19. | ¿Considerar el contenido audiovisual resulta ser interesante en la información brindada? ..... | 67 |
| Tabla 20. | ¿Cree usted que la primera frase de un titular indica la noticia que se quiere impartir?.....  | 68 |
| Tabla 21. | Titular .....  | 69 |
| Tabla 22. | ¿Los subtulares son importantes para saber qué temas se tratará? .                             | 70 |

|   |    |
|---|----|
| Tabla 23. ¿Los títulos breves son más entendibles? .....  | 71 |
| Tabla 24. ¿Los titulares deben ser comprensibles a primera vista?.....                            | 72 |
| Tabla 25. Cromatismo .....  | 73 |
| Tabla 26. ¿Una noticia escrita con efecto de color se entiende mejor? .....                       | 74 |
| Tabla 27. ¿Los colores brindan una percepción psicológica en la foto? .....                       | 75 |
| Tabla 28. ¿La nueva tecnología en la información brinda más habilidad en la<br>comunicación?..... | 76 |
| Tabla 29. Correlaciones de Periodismo y Percepción de la Noticia .....                            | 77 |
| Tabla 30. Correlaciones de Individuo audiencia y Percepción de la Noticia .....                   | 78 |
| Tabla 31. Correlaciones Empresarial y Percepción de la Noticia .....                              | 79 |
| Tabla 32. Correlaciones Social y Percepción de la Noticia .....                                   | 80 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1. Diseño de la investigación .....   | 45 |
| Figura 2. Periodismo .....   | 49 |
| Figura 3. Individuo audiencia.....   | 50 |
| Figura 4. ¿Se tiene responsabilidad sobre la noticia en cuanto temas de<br>corrupción?.....                  | 51 |
| Figura 5. ¿Considera que han dado detalles de la noticia sobre tema<br>municipales? .....                    | 52 |
| Figura 6. ¿La publicación es actualizada sobre lo que está sucediendo en la<br>Municipalidad?.....           | 53 |
| Figura 7. ¿Considera que hay nivel de crítica de los diarios de la zona? .....                               | 54 |
| Figura 8. Empresarial .....  | 55 |
| Figura 9. ¿Hay intereses empresariales de por medio detrás de la noticia? .....                              | 56 |
| Figura 10. ¿Existe transparencia en los medios periodísticos? .....  | 57 |
| Figura 11. Social.....   | 58 |
| Figura 12. ¿La noticia pone énfasis en el área local en temas de corrupción? ....                            | 59 |
| Figura 13. ¿La noticia pone énfasis en el área nacional en temas de corrupción?<br>.....                     | 60 |
| Figura 14. ¿La noticia se pone énfasis en el área internacional en temas de<br>corrupción?.....              | 61 |
| Figura 15. ¿Le gustan las ilustraciones gráficas de los diarios de la zona? .....                            | 62 |
| Figura 16. Percepción de la noticia .....  | 63 |
| Figura 17. Diagramación .....  | 64 |
| Figura 18. ¿Prefiere usted solo el contenido escrito en una lectura? .....                                   | 65 |
| Figura 19. ¿Cree usted que el contenido visual ayuda a entender más la<br>información? .....                 | 66 |
| Figura 20. ¿Considerar el contenido audiovisual resulta ser interesante en la<br>información brindada? ..... | 67 |
| Figura 21. ¿Cree usted que la primera frase de un titular indica la noticia que se<br>quiere impartir?.....  | 68 |
| Figura 22. Titular .....   | 69 |

|  |    |
|--|----|
| Figura 23 ¿ Los titulares son importantes para saber qué temas se tratará?                         | 70 |
| Figura 24. ¿Los títulos breves son más entendibles? .....  | 71 |
| Figura 25. ¿Los titulares deben ser comprensibles a primera vista?.....                            | 72 |
| Figura 26. Cromatismo .....  | 73 |
| Figura 27. ¿Una noticia escrita con efecto de color se entiende mejor? .....                       | 74 |
| Figura 28. ¿Los colores brindan una percepción psicológica en la foto? .....                       | 75 |
| Figura 29. ¿La nueva tecnología en la información brinda más habilidad en la<br>comunicación?..... | 76 |

## INTRODUCCIÓN

Hablar del periodismo y su relación con la percepción de la noticia sobre asuntos de corrupción es un tema que genera polémica a nivel mundial, es importante resaltar que el periodismo es trascendental como registro histórico, como expresión de la sociedad, como desarrollo del conocimiento y porque fundamenta la libertad de personas y de sociedades. En nuestro país el periodismo y la percepción de la noticia sobre temas de corrupción debe tener una mirada vigilante y a la vez escudriñadora que permita descubrir y develar situaciones irregulares, impropias, antiéticas e incluso delictivas.

Con la presente investigación se pretende determinar cómo el periodismo se relaciona con la percepción de la noticia en temas de corrupción en el distrito de Yauri, provincia del Espinar, Región Cusco durante el año 2021. El presente trabajo de investigación se desarrolla en 7 Capítulos, como a continuación se detalla:

**Capítulo I:** Problema de investigación: Se desarrolla el planteamiento del problema, Formulación del problema que incluye la pregunta general y preguntas específicas. Justificación del estudio que contiene la Justificación teórica, práctica, social y metodológica. Objetivos de la Investigación que tiene Objetivo general y específicas.

**Capítulo II:** Marco teórico: esto compone los Antecedentes de la Investigación: Nacional e internacional. Bases teóricas de las variables y definición de términos básico, Marco conceptual que serviría para identificar las variables y dimensiones

**Capítulo III:** Detalla la Hipótesis de la Investigación: general y específicos. Variables de estudio: Definición conceptual y Definición operacional.

**Capítulo IV:** Metodología, donde se realiza la metodología de la investigación, tipo de investigación, nivel de investigación, diseño de la investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de procesamiento y análisis de datos y aspectos éticos de la investigación

**Capítulo V:** Resultados, donde se obtendrán el resultado del trabajo de

campo y las tablas y gráficos que brindara información actual y clara de las variables de estudio.

**Capítulo VI:** Discusión, es donde se discute los antecedentes con las hipótesis y los resultados que se tienen para hallar, igualdades, diferencias, etc.

**Capítulo VII:** Conclusiones: En esta parte se coloca la síntesis de la tesis.

## **I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del Problema.**

Ante las dificultades globales, surgen preguntas sobre el rol que deben cumplir los medios de comunicación y los periodistas al momento de informar. Los medios pueden lograr atraer a las personas e informarles de manera responsable sobre lo que está pasando en el mundo y, en particular, sobre los grandes temas globales sin necesidad de cambiar el contenido ni el fondo de la noticia. Cada medio, dependiendo de sus líneas editoriales, actúa de una manera u otra; pero, dentro de la implementación de dichas reglas, los medios deben pensar en los efectos que pueden tener sus decisiones en las personas. Además, otro de los elementos que tienen que considerar es el lenguaje con el que se van a dirigir a sus audiencias. Por otro lado, Montaña (2020). Dice que:

A la percepción de la juventud sobre los medios de comunicación ha tomado nuevos rumbos porque se va dando cuenta y reflexionando que en muchos de los casos se informa de acuerdo a sus propios intereses; por tal motivo va poniendo su mirada en otros medios alternativos como las redes sociales en la que se informe con la verdad y se tome en cuenta sus opiniones.

En América Latina, el periodismo ha sido calificado por muchos como el cuarto poder por su capacidad de llegar a cambiar la percepción de la sociedad sobre determinada realidad que está aconteciendo. Cada vez más los medios de comunicación, sobre todo la televisión, ejercen una influencia cuestionable en la sociedad. Los medios en muchas ocasiones ponen palabras en nuestras bocas, ideas en nuestras mentes y tendencias sobre nuestros cuerpos; a pesar de todas estas tendencias que parecían homogéneas en todo el mundo, y que condicionan el desarrollo social y económico han empezado a ser cuestionadas en aquellas regiones menos favorecidas. Según Gallur (2020) dice que:

En la actualidad es necesario el surgimiento de medios de comunicación alternativos, no sólo en la forma de producir sus noticias, sino en los temas a tratar y en las líneas editoriales, donde no busquen el beneficio económico sino el desarrollo social, para el cual es absolutamente imprescindible la existencia de medios de comunicación críticos que garanticen el derecho



fundamental a la información de la sociedad.

La percepción de la corrupción en el Perú en los últimos años, de acuerdo al Barómetro de las Américas de Latin American Public Opinion Project, Perú fue el país de la región más preocupado por el tema de la corrupción (36%), por encima de otros temas como la economía, la seguridad, la inestabilidad política y otros. La corrupción es, hasta la actualidad, uno de los problemas más preocupantes para la población peruana y afecta directamente la legitimidad de las instituciones públicas. Una manera de medir la incidencia de la corrupción en un país es a través del índice de percepción. Si bien esta medición puede reflejar cierta subjetividad, es importante tenerlo en cuenta; estos datos documentan de manera preocupante que la ciudadanía aún desconfía de ciertas instituciones públicas y evidencia que por delante queda un largo recorrido para fortalecer la legitimidad de las mismas. Es importante que el Estado peruano siga realizando esfuerzos para incluir e involucrar a la ciudadanía como un medio de control contra la corrupción en el sector público del país. Idehpucp (2021).

Asimismo, de acuerdo con la encuesta realizada por Proética en el 2019, el Congreso de la República con 76%, el Poder Judicial con 47% y los partidos políticos con 31% fueron percibidos como las instituciones más corruptas. Así, se ve que ante la ciudadanía las dos primeras instituciones se mantienen como las más corruptas y que incluso ha aumentado el nivel de percepción de corrupción en ambas. Y es particularmente alarmante la cifra relativa al Congreso de la República. Frente a ello, es importante mencionar que las instituciones con un alto porcentaje de percepción de corrupción no son iguales en todas las regiones. Por ejemplo, en la sierra las municipalidades son percibidas como corruptas por el 32%; por otro lado, los gobiernos regionales son percibidos como corruptos por el 31% en la sierra y por el 32% en la selva (Proética, 2020).

Ante esto es importante resaltar el rol que juegan los medios de comunicación, puesto que en muchas oportunidades las noticias son contadas de acuerdo a su conveniencia, manipulando la percepción de la noticia en la población sobre todo en temas de corrupción; sin embargo, la población va despertando cada día más y desconfía en sus instituciones poniendo en tela de juicio la labor periodística de los medios de comunicación. Sin duda la corrupción nos sigue

robando, pero mientras exista el poder mediático y la falta de ética en los medios el problema será cada vez más inmenso y difícil de combatir. Para citar cifras sobre la cruda realidad que estamos atravesando, la percepción de la gente sobre temas de corrupción es evidente y de acuerdo con la encuesta realizada, un total de 26.3% señala haber sido víctima de corrupción. Proética (2019).

Si hablamos de la región Cusco, hasta enero del año pasado, de los trece alcaldes provinciales nueve tenían procesos en marcha. Se trata de los titulares de Cusco, Urubamba, Espinar, Canchis, La Convención, Canas, Quispicanchi, Calca y Chumbivilcas. Tres burgomaestres de este grupo renunciaron a sus cargos para postular a la Presidencia Regional de Cusco. También hay una larga relación de autoridades distritales inmersas en actos de corrupción. Solo en La Convención, cinco burgomaestres están en manos de la justicia.

El presidente de la Comisión Regional Anticorrupción conformada por el Consejo Regional, Policía Nacional, Ministerio Público, Corte Superior de Justicia, Defensoría del Pueblo y presidencia regional, mostró su preocupación por que la corrupción está ganando terreno sin que las autoridades hagan algo. Consideró necesario reforzar el proceso de lucha para evitar que el presupuesto público sea mal utilizado. “Estamos elaborando un plan anticorrupción para sancionar a los corruptos que se aprovechan del dinero público.

Yauri, ciudad peruana capital del distrito homónimo y de la provincia de Espinar en la región Cuzco, no es ajena a esta realidad; pese a tener uno de sus recursos valiosos como es el cobre, su población sigue viviendo en la pobreza y la desigualdad. Ocho distritos y la provincia de Espinar recibieron casi 1000 millones de soles por canon y regalías mineras solo entre 2005 y 2019. Parte de ese dinero, según denuncias que investiga el Ministerio Público, se perdió en obras sin importancia como un coliseo cerrado gigante en Yauri o “proyectos de desarrollo” que no impulsaron ninguna mejora o favorecieron a empresarios y funcionarios acusados ahora de corruptos. Propuesta Ciudadana (2020).

## **1.2. Formulación del problema.**

### **1.2.1. Problema general.**

PG. ¿Cómo el periodismo se relaciona con la percepción de la noticia sobre temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021?

### **1.2.2. Problemas específicos.**

PE 1. ¿Cómo la dimensión individuo-audiencia se relaciona con la percepción de la noticia sobre temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021?

PE 2. ¿De qué manera la dimensión empresarial se relaciona con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021?

PE 3. ¿Cómo la Dimensión Social se relaciona con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021?

## **1.3. Justificación.**

La presente investigación se realiza con la finalidad de dar a conocer el papel que juega el periodismo y su relación con la percepción de las noticias en temas de corrupción. El periodismo es una herramienta de información útil y necesaria en los medios de comunicación, pero puede ser mal utilizada para apoyar actos de corrupción buscando que dirección la percepción de las personas frente a las noticias. Para los peruanos es necesario combatir la corrupción puesto que hemos sido víctimas de muchos malos gobernantes en la historia republicana, los casos de corrupción presidenciales son un claro ejemplo en la cual se debe trabajar para que no vuelvan a repetirse: desde los abusos de poder, compra de medios de comunicación, crímenes contra la humanidad entre otros. En la actualidad nuestro país ha enfrentado una corrupción estructural, impunidad e inestabilidad política. En menos de cinco años, el país ha rechazado a cuatro presidentes, tres de los cuales están bajo investigación por corrupción.

Dicha investigación es aplicada debido a que busca solucionar problemas concretos como es el caso del periodismo y su relación con la noticia en temas de corrupción y aportar a la ciudadanía de Yauri los conocimientos teóricos necesarios para solucionar los problemas y mejorar su calidad de vida.

Con el presente estudio de investigación se busca determinar la relación que existe entre el periodismo y la percepción de la noticia, porque resulta importante conocer los efectos de este mal manejo de la noticia frente a una población civil que espera y necesita que sus autoridades no caigan en actos de corrupción y mantener de esta manera la ética del periodismo profesional. En este contexto, el rol de los medios periodísticos es relevante.

### **1.3.1. Justificación Teórica.**

El presente estudio es de suma importancia porque aportará a la comunidad investigativa, periodística y población en general; debido a que es un tema relativamente nuevo y que está en auge en la actualidad en nuestro país, hablaremos cómo “El Periodismo se relaciona con la percepción de la noticia sobre temas de corrupción”, teoría que buscará nuevos estándares de calidad en los lectores en especial en la labor periodística que estamos seguros va a ser de gran beneficio para nuestra realidad social.

En la investigación utilizaremos diversas teorías, de autores que realizaron trabajos investigativos relacionados a nuestras variables, que estamos seguros van a contribuir con posteriores investigaciones; esto implica describir, analizar e investigar el rol que cumple el periodismo en nuestros tiempos y cómo está influyendo en el pensamiento y la toma de decisiones de la ciudadanía, sobre todo si de corrupción se refiere.

### **1.3.2. Justificación Práctica.**

Desde el punto de vista práctico, el presente trabajo aportará nuevas ideas y métodos que conlleven a la búsqueda de la verdad periodística sobre temas de corrupción, es decir que cada día la gente establezca una relación de credibilidad con respecto a las noticias que se difunden en diferentes medios. Además, pretende contribuir con una propuesta en la que los medios locales difundan la verdad noticiosa sobre temas de corrupción.

Los mecanismos de estudio ayudarán que la labor del periodismo sea transversal, verás y eficaz, sin utilizar ningún grado de distorsión de tal manera que la población perciba las noticias de manera diferente y sin mal interpretaciones. Las

contribuciones de carácter práctico que se mostrarán en el trabajo de investigación están enfocadas en un objetivo de estudio social con atención en el distrito de Yauri y sociedad peruana en general.

### **1.3.3. Justificación Metodológica.**

Nuestro estudio aportará significativamente con la investigación sobre “El periodismo y su relación con la percepción de la noticia sobre temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco- 2021” puesto que será de gran utilidad para la comunidad científica y periodística, porque presenta un enfoque metodológico de naturaleza social que consistirá en el análisis y sentir de la población sobre las noticias que se difunden sobre temas de corrupción.

El aporte metodológico del trabajo de investigación pretende plantear nuevos métodos y procedimientos del periodismo y su relación con la noticia concernientes al contexto informativo en temas de corrupción; es decir plantear un cuestionario coherente a la percepción de la ciudadanía de tal manera que tengamos la información de primera mano y ponerlo al servicio de la colectividad.

### **1.3.4. Justificación Social.**

Socialmente la investigación es vital importancia porque nos permite determinar cómo el periodismo se relaciona con la percepción de la noticia sobre temas de corrupción. Somos conscientes del papel que cumple el periodismo en el tratamiento de la noticia sin embargo la población percibe que cuando se trata de temas de corrupción especialmente de política y de gestión pública a nivel de gobiernos locales, regionales y nacional se esconde mucha información o se difunde solamente de acuerdo a los intereses del medio de comunicación y de las entidades que lo presionan.

Para la población la corrupción nos sigue robando, es un problema de talla mundial, no solo se siente a nivel de los gobiernos locales sino a nivel de gobierno central; en la actualidad vemos como los grandes presupuestos son mal invertidos, poco o nada beneficiosos para la población. En ese sentido, lo que busca la presente investigación es desarrollar de la mejor manera posible las variables de estudio de una manera clara y precisa para conocer la verdad sobre todas las

cosas.

### **1.3.5. Justificación Económica.**

El presente estudio si bien cierto no es de carácter económico, pero socialmente y aun mediano plazo busca contribuir con información relevante que empodere a la población para que haga valer sus derechos y exija a sus gobernantes cumplir con el proceso de rendición de cuentas, que transparente la gestión para que los ciudadanos puedan ser beneficiados con los presupuestos, que de hecho deben ser invertidos de la mejor manera. Se espera también que los medios de comunicación informen con objetividad para ponerle fin a la corrupción que tanto daño económico está haciendo al país.

## **1.4. Objetivos.**

### **1.4.1. Objetivo general.**

OG. Determinar cómo el periodismo se relaciona con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

### **1.4.2. Objetivos específicos.**

OE 1. Conocer cómo la dimensión Individuo-Audiencia se relaciona con la percepción de noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

OE 2. Identificar cómo la dimensión Empresarial se relaciona con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

OE 3. Determinar cómo la dimensión Social se relaciona con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

## **II. MARCO TEÓRICO.**

### **2.1. Antecedentes.**

#### **2.1.1. Antecedentes Nacionales.**

Ruiz (2019), nos presenta su investigación titulada “El Perfil del periodista de los noticieros televisivos y sus competencias profesionales según la percepción de los televidentes de la Urbanización Los Patricios del distrito de Jesús María, en 2019” de la Universidad Jaime Bausate. Para optar el título profesional de Licenciado en Periodismo; cuyo objetivo es determinar la influencia del perfil del periodista de los noticieros televisivos en la práctica de sus competencias profesionales según la percepción de los televidentes y en lo específico comprobar la influencia del ejercicio integral del periodista de noticieros televisivos en la veracidad de la información según la percepción de los televidentes. El tipo de investigación es aplicada, en tanto que se maneja teorías relacionadas a las variables de estudio, así como los diversos conocimientos generados por otras investigaciones respecto a las variables de estudio en la presente investigación, el nivel de investigación es descriptivo y correlacional y el diseño de investigación es no experimental, porque no se va a manipular las variables de estudio intencionalmente.

El análisis en la que se concluye con la presente investigación es que el perfil del periodista influye en la toma de decisiones según la percepción de los televidentes. En tal sentido se puede entender que en la investigación se ha determinado que, si el profesional ha empoderado sus competencias profesionales, será favorable según la percepción de los televidentes e incidirá directamente en la toma de decisiones de la ciudadanía.

Pellegrino (2019), con su investigación titulada “La posverdad noticiosa incide en el tratamiento periodístico de temas políticos, en el diario El Comercio en el año 2019” de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Para optar el título de Licenciado en Periodismo, cuyo objetivo es describir la incidencia que tiene la posverdad noticiosa en el tratamiento periodístico de temas políticos y en lo específico describir de qué manera la distorsión del hecho noticioso incide en el

tratamiento periodístico de temas políticos, en el diario El Comercio en el año 2019. El Tipo de investigación por sus características es descriptivo porque tratará de clasificar teorías similares y referenciales con la investigación desde otra perspectiva, considerando la teoría de Hernández Sampieri sobre pruebas relacionadas al análisis de comunidades, personas relacionadas con el problema desde una dimensión social y periodística con formas de solucionar el problema concreto e identificado. El Diseño de investigación será no experimental – transversal porque se realizará el estudio de la investigación en un solo momento, sin manipular las variables, observando el fenómeno tal y como se da en su contexto natural para después analizarlo. Esta investigación concluye que el tratamiento periodístico genera una estrecha relación con la verdad difundida desde la forma de seleccionar la información para notas políticas hasta una verdad noticiosa a medias o en otros términos la posverdad noticiosa.

Por tal motivo podemos decir que la presente investigación trata sobre la verdad a medias difundidas por los medios de comunicación, ya detrás de la noticia existen intereses por los llamados grupos de poder; por yanto el tratamiento periodístico está sujeto a una manipulación, atentando claramente con la ética que deben conservar los medios de comunicación.

Méndez (2020), presenta su investigación titulada “Nivel de percepción de los trujillanos sobre la imagen de las conductoras de noticieros televisivos de señal abierta, en el periodo setiembre- octubre de 2020” de la Universidad Privada del Norte, para optar el título profesional de Licenciada en Comunicación y Periodismo, cuyo objetivo es analizar el nivel de percepción de los trujillanos sobre la imagen de las conductoras de noticieros televisivos de señal abierta, en el periodo setiembre- octubre de 2020, el tipo de investigación del presente estudio posee un diseño de investigación no experimental transversal, de carácter descriptivo. Según los resultados encontrados se concluye, de manera general, que los trujillanos perciben como nada importante la imagen física, muy importante la imagen verbal y no verbal de las conductoras de noticieros televisivos de señal abierta. Además, se determinó que el perfil verbal predominante de la conductora de noticias de señal abierta en el Perú es de una conductora que tiene sencillez, conocimiento, brevedad y orden en sus palabras. Esta conductora tiene mediana



representatividad de convicción.

Por tal razón podemos señalar que los estudios sobre la injerencia de estos niveles de percepción sobre la imagen de mujeres en la producción de noticieros televisivos en el Perú influyen considerablemente en la opinión de la ciudadanía, por lo que los medios utilizan más a las mujeres ya que captan mayor audiencia.

Arce & Sebastián (2020), quienes presentan su investigación titulada “Influencia de los medios de comunicación y la percepción de inseguridad en la ciudadanía. El caso de los noticieros en televisión” de la Universidad de Ciencias Aplicadas-UPC. Para optar el grado de Licenciados en Comunicación y Periodismo. Cuyo objetivo es analizar si es que el tratamiento de las noticias emitidas por medios de televisión está desencadenado una distorsionada percepción en la ciudadanía sobre temas de inseguridad ciudadana. El tipo de investigación es pura porque mediante la revisión de teorías y textos ya existentes se logra discutir el análisis y con ello responder a las hipótesis que se plantea sobre el tema a tratar. El diseño de esta investigación con respecto al tipo de datos es cualitativo, debido a que este trabajo se basa en obtener datos que no sean cuantificables.

La conclusión a la que se arribó con la investigación es que se identificaron varias técnicas o características en la que concuerdan y algunas otras en las que estos medios televisivos tratan de diferenciarse. Asimismo, al momento de contrastar estas formas de tratamiento de noticias con las teorías o estudios que existen alrededor de este tema se ha podido identificar que estos pertenecen a una fórmula sensacionalista que se les da a las noticias con la finalidad de impactar o lograr impresiones del público.

Por lo tanto, se deduce que, con respecto a la percepción del público, se puede concluir que sí existe una influencia directa de los medios hacia la ciudadanía al momento de difundir noticias sobre inseguridad ciudadana. Asimismo, las personas se van dando cuenta que mediante las noticias que ven diariamente a través de los programas periodísticos les crea una sensación de miedo y temor de caminar libremente por las calles de la ciudad; por lo que los medios si influyen de manera directa en su percepción sobre determinado tema.

Castro (2021), con su investigación titulada “Periodismo de investigación y

libertad de prensa en el diario el comercio. Caso: cuellos blancos del puerto” de la Universidad de San Martín de Porres, para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Cuyo objetivo es describir el periodismo de investigación y la libertad de prensa en el diario El Comercio en el caso Cuellos Blancos del Puerto, y en lo específico describir las características del periodismo de investigación y la libertad de prensa. El nivel de investigación es descriptivo pues tiene como objetivo exponer lo observado, más no responde a sus causas como el estudio explicativo y el diseño es cualitativo elegido y adaptado para la presente tesis es el fenomenológico pues se desea identificar y conocer lo esencial para la investigación de la experiencia del trabajo de las personas autoras de la muestra.

La investigación concluye que El Periodismo de Investigación tiene como característica “No se apoya en las fuentes de información oficiales” pues estas podrían ocultar información y/o solo brindarla conforme a su conveniencia. Es por esto que el PI recurre a fuentes personales que sí les brinde información de interés social y les dé mayores luces, como especifica la característica “Investiga más allá de la simple apariencia de las 216 cosas”. En el caso CNM Audios, los periodistas contaron con este tipo de fuentes que les permitió entablar entrevistas con los presuntos implicados y acceder a documentos de diversas instituciones.

En tal sentido resulta trascendente precisar que El Periodismo de Investigación es aquel tipo de periodismo que resalta por el compromiso del periodista desde el inicio hasta el fin, sin cambiar ni la forma ni el fondo para que siempre sea objetivo y verás. Hoy en día las fuentes oficiales se han convertido en poco confiables porque hay muchos intereses que denigran la libertad de prensa, por lo que es necesario un cambio total de mentalidad por parte de quienes lo dirigen, hablamos señores de las grandes empresas o medios de comunicación.

#### **1.1.1. Antecedentes Internacionales.**

Taco (2017), con su investigación titulada “El periodismo investigativo y el contenido del noticiero estelar de unimax canal 34 del cantón Ambato”. Universidad Técnica de Ambato-Ecuador. Para optar el título profesional de Licenciada en Comunicación Social. Cuyo objetivo de analizar la aplicación del periodismo investigativo en la producción del noticiero estelar de UNIMAX canal 34 durante el

año 2017 y en lo específico determinar el manejo del periodismo investigativo en el medio de comunicación. La presente investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo. El nivel o tipo de investigación es descriptivo ya que tiene como objetivo la descripción de los fenómenos a investigar.

La investigación concluye que la población ambateña quiere que UNIMAX TV en su contenido estelar presente notas de investigación, y más si son temas de interés como por ejemplo notas sobre el desempleo, lo social, drogas, corrupción, entre otros, la sociedad busca que el noticiero estelar sea más investigativo.

Por tal razón de acuerdo a la investigación y de acuerdo a la percepción de la ciudadanía, la información que se brinde en determinado noticiero debe ser de carácter investigativo y no de meros comentarios o noticias volátiles que hacen daño a personas, organizaciones e instituciones en general.

León & Rivera (2018), presentan la Investigación titulada “Influencia del periodismo digital en nuestra Sociedad actual” de la Universidad Estatal de Milagro del Ecuador. Para optar el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación social. Cuyo objetivo es analizar de qué manera influye el periodismo digital en nuestra sociedad actual. El nivel de investigación es descriptivo. La conclusión de la investigación es que la televisión es uno de los medios de comunicación más consumidos por las personas, debido a que informa y al mismo tiempo entretiene al público; la ventaja del periodismo digital sobre aquella es que permite que no solo podamos enterarnos de las noticias el día que ocurrieron, sino que volvamos a verlas cada vez que queramos ingresando al sitio web de los medios de comunicación.

Por tal razón todos los medios de comunicación de masas como lo son radio, televisión y prensa están apostando por una nueva forma de hacer periodismo mediante la creación de sitios web para poder satisfacer las necesidades de nuestra sociedad actual, la cual está sumergida en el mundo de la tecnología. Sin embargo, se espera que la comunicación y periodismo no se traduzca en una forma nefasta de conducir la noticia.

Sánchez (2019), presenta la investigación titulada “Análisis del impacto del periodismo ciudadano de diario el universo, ‘testigo móvil’ sobre la percepción del

quehacer periodístico en la población adulta de la parroquia carbo-concepción” de la Universidad de Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, para optar el título de Licenciado en Periodismo. El objetivo es analizar el impacto del periodismo ciudadano de diario El Universo sobre la percepción del quehacer periodístico en la población adulta de la parroquia Carbo-Concepción. El tipo de investigación es descriptivo-explicativa ya que seleccionan una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas en forma independiente.

La investigación concluye en el grado de incidencia del testigo móvil dando a conocer varios problemas que se generan en Guayaquil, siendo de gran utilidad para los ciudadanos, así hagan llegar sus denuncias de una manera más rápida a las autoridades competentes. Incidiendo de manera positiva en la ciudadanía porque a través de esta ventana virtual la gente está más cerca de las autoridades y así los entes municipales y estatales pueden darles una solución eficaz a sus denuncias. Además, la ciudadanía confía en la profesionalidad en que Ddiario El Universo trata cada una de la información que reciben.

En ese sentido posemos comentar que el trabajo periodístico que realizan determinados diarios debe estar basado en mostrar las denuncias bajo una verificación previa para conocer la veracidad y objetividad de la noticia y sobre todo cuando haya situaciones de corrupción de promedio; de esta manera cumplir responsablemente con la publicación de notas verificadas éticamente sin caer en la manipulación.

Barrutia (2021), en su tesis denomina “Deontología Jurídica del Periodismo. Aproximaciones éticas y soluciones para una nueva narrativa basadas en la extranjería” para optar el título doctoral en Comunicación por la Universidad de Sevilla, año 2020. Cuyo objetivo principal es la realización de un manual de consulta a nivel teórico y, desde un punto de vista práctico, un análisis para la construcción de una nueva narrativa periodística. Respecto a la metodología aplicada es preciso mencionar el análisis de contenido cualitativo y cuantitativo. Las conclusiones de la investigación responden a diversas perspectivas relacionadas con la extranjería que forman un compendio multidisciplinar de apreciaciones. Entre ellas, cabe destacar, la clara mercantilización del extranjero a nivel político-periodístico y económico.

En tal sentido podemos decir que el presente trabajo presenta un carácter multidisciplinar y transversal dentro de varias ramas de las Ciencias Sociales. Por un lado, la Comunicación y el Periodismo, como origen de la interpretación de conceptos y contenidos complejos. Por otro, el Derecho, pues no son las dos anteriores sin esta ciencia. Todo ello, en conexión con la línea matemática de la Estadística y en estrecho vínculo con Sociología, la Psicología y la Antropología Sociales.

Delgado (2021), en su tesis titulada “Curación de contenidos en el periodismo digital. Conceptualización y propuesta de un sistema para la evaluación de la curación en medios de comunicación digitales” para optar el título de doctorado en comunicación por la Universitat Pompeu Fabra, 2021. El objetivo de esta investigación es estudiar la curación de contenidos en el ámbito del periodismo, desarrollar un sistema de análisis para evaluar su uso y analizar su implementación en medios de comunicación digitales. El nivel de investigación es descriptivo. Su conclusión tiene que ver con la contribución y generación de conocimiento en los ámbitos de la Comunicación digital, a través del estudio de la curación de contenidos en el periodismo, una investigación que se encuentra en un estadio inicial a nivel mundial, y en la que esta tesis espera realizar aportaciones que puedan ser consideradas de interés y relevancia y que se inserten en la discusión académica internacional actual en torno a la curación periodística.

El presente trabajo quiere contribuir a la generación de conocimiento en los ámbitos de la Comunicación digital y la Documentación digital, a través del estudio de la especialidad de la curación de contenidos en el sector del periodismo, una investigación que se encuentra en un estadio inicial a nivel mundial, y en la que esta tesis espera realizar aportaciones que puedan ser consideradas de interés y relevancia y que se inserten plenamente en la discusión académica actual en torno a la curación periodística.

## **2.2. Bases Teóricas de las Variables.**

### **2.2.1. Variable 1: Periodismo.**

#### **2.2.1.1. Definición**

##### *2.2.1.1.1. El periodismo*

Con respecto al periodismo, los autores Leñero & Marín (2017). Mencionan que:

Es una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público. Sin el periodismo el hombre conocería su realidad únicamente por medio de versiones orales e históricas. El periodismo resuelve de manera periódica, oportuna y verosímil la necesidad que tiene el hombre de saber que pasa en su ciudad.

Hoy en día opinar sobre la situación del periodismo, podría resultar fácil para la ciudadanía puesto que únicamente requiere la intención de expresar ideas y acceso a plataformas públicas. En cambio, hablar con datos y matices demanda trabajo, tiempo y recursos económicos. A pesar de estudios recientes, solo hay información limitada que permite comprender aspectos centrales del periodismo, tales como el contexto laboral y las creencias individuales y colectivas, y que permite entender su funcionamiento, especialmente en perspectiva regional y local.

En el mundo la discusión gira en torno a los periodistas y su relación con los medios de comunicación. Se ha puesto en debate, porque la gente cada vez más se va dando cuenta que la información no es clara o se ve empañada por intereses económicos, grandes conglomerados mediáticos privados y hasta por los mismos gobiernos de turno. Para la Revista Chasqui (2020). Dice que:

El periodismo en América Latina, enfrenta enormes retos y compromisos frente a la corrupción, el crimen organizado, la devastación del medio ambiente, los modelos mercantilistas y otros graves problemas. Nuestra región requiere de un periodismo que contribuya a formar un público informado y consciente, que canalice la indignación ciudadana y que estimule actitudes y acciones para proteger y consolidar los aún débiles

procesos de desarrollo.

### **2.2.1.2. Dimensiones.**

#### *2.2.1.2.1. Dimensión Individuo-Audiencia.*

Hablar de individuo-audiencia es hablar de un determinado público que interactúa con un medio de comunicación. Los diferentes tipos de audiencias dependen de ciertas características tanto sociológicas como psicológicas del individuo como, por ejemplo: el grado de participación, edad, sexo, nivel socioeconómico, hábitos individuales, horarios, aficiones, signos de identidad, rol social, etc. Franco (2020).

Es importante precisar que el comportamiento de la audiencia está condicionado por el medio de comunicación, para el caso de la televisión, se trata de un público más heterogéneo, ya que es un medio doméstico y gratuito, por lo tanto, de acceso fácil y cómodo. Estas audiencias en muchas ocasiones son pasivas puesto que el receptor cree en todo lo que manifiesta los medios podrían denominarse "pasivas" ya que se cree que el receptor no inter, sin pensar que la información podría estar siendo direccionada.

#### *2.2.1.2.2. Dimensión Empresarial.*

La dimensión empresarial corresponde a un tipo muy particular de organización, es muy a menudo hablar de las empresas periodístico-publicitaria con fines de influencia y lucro. Las condiciones de empleado en este caso de determinado medio empresarial no tienen poder de decisión puesto que las columnas o notas editoriales siempre estarán referidas a los grandes intereses capitalistas. Franco (2020).

No es novedad que las empresas se rijan por motivos o principios netamente económicos, es allí donde nacen las empresas informativas que son libremente dirigidas por los empresarios, concebida por sus promotores para crear, editar, vender y difundir ideas y juicios de valor derivados directamente de un trabajo profesional aplicado sobre la noticia, con el objeto que ésta verdaderamente se difunda, para obtener así el beneficio máximo a sus intereses.

### 2.2.1.2.3. *Dimensión Social.*

La dimensión social que me implica como individuo y como miembro de una organización en la conversación colectiva que da forma a la agenda de la coexistencia a la escala local, nacional y mundial. En este contexto, la ética de los periodistas se mide a su capacidad sistemática de evitar la celebridad. En la sociedad, el periodista debe trabajar duramente para volverse útil y todavía más difícil para no caer en la vanidad de creer en el poder. Franco (2020).

El derecho a la información es la dimensión social de la libertad de expresión; nos habilita a conocer perspectivas diferentes, discutirlos y actuar en consecuencia. La democracia se fundamenta en nuestra capacidad de tomar decisiones para participar en la vida pública y estas elecciones se hacen con base en la información que tenemos disponible. De ahí que el periodismo es crucial en la formación de sociedades libres, ya que persigue la difusión de información de interés público, bajo estándares de rigor y profesionalismo. Nos permite mirar críticamente las acciones de las personas que nos gobiernan; nos faculta para determinar su continuidad o su alternancia. Flores (2021).

En tiempos difíciles como la que estamos viviendo, la labor de labor del periodismo debe ser como pieza fundamental para la consolidación de sociedades plurales. En la diversidad de pensamiento se basa la capacidad de diálogo, conciliación y disenso que requiere una vida democrática real. Sin embargo, la corrupción en el periodismo puede tener diversas magnitudes. Hay unos casos donde se habla de recompensas millonarias y otros donde hay coacción o temor de por medio. Unos que sí son reconocidos como corrupción y otros que se consideran prácticas normales. Están los casos escandalosos y los que normalmente pasan desapercibidos. Revista Chasqui (2020).

## **2.2.2. Variable 2: Percepción de la Noticia.**

### **2.2.2.1. *La percepción***

Es el mecanismo individual que realizan los seres humanos que consiste en recibir, interpretar y comprender las señales que provienen desde el exterior, codificándolas a partir de la actividad sensitiva. Se trata de una serie de datos que



son captados por el cuerpo a modo de información bruta, que adquirirá un significado luego de un proceso cognitivo que también es parte de la propia percepción. La percepción refiere a una imagen mental formada a partir de la experiencia humana, que incluye su forma de organización, su cultura y sus necesidades. Concepto (2021).

### **2.2.2.2. *Etapas de la Percepción.***

#### **2.2.2.2.1. *Detección / Exposición***

Como se dijo, los individuos solo perciben una porción pequeña de los estímulos que están a su alcance. Sin embargo, esta selección que se realiza no se hace de forma consciente, pero tampoco de forma aleatoria. Por el contrario, hay ciertos criterios que hacen un estímulo sea percibido con mayor facilidad.

#### **2.2.2.2.2. *Atención / Organización.***

La asignación de un significado a lo que está percibiendo también ha sido materia de análisis. Los individuos organizan los estímulos diferenciando concretamente la figura y el fondo, agrupan los estímulos de acuerdo a su proximidad, vinculando a las cosas que están en continuado. En los casos de secuencias no completas, se busca completar y cerrarlas, para contribuir a la proporcionalidad y el equilibrio en el que nos manejamos.

#### **2.2.2.2.3. *Interpretación.***

La parte final del proceso será la que les dará contenido a los estímulos que previamente se seleccionaron y se organizaron. Aquí ya entra mucho más en juego la individualidad de cada persona, con su experiencia previa y sus valores personales. Se han establecido, sin embargo, comportamientos habituales a la hora de este proceso, como son la creación de estereotipos, la proyección de las características propias en los demás, o las pocas disposiciones a lo que no se conoce mucho.

#### **2.2.2.2.4. *La Noticia.***

Una noticia es un tipo de texto periodístico, tanto escrito como auditivo o audiovisual, que consiste en una narración objetiva de algún evento novedoso,

actual y de interés público. Hay quien la distingue de la nota periodística, argumentando que la noticia es el relato contado en sí, mientras que la nota es el texto a través del cual se la cuenta. La noticia es fruto de la recopilación de información por parte de uno o varios periodistas, ya sea porque estuvieron presente en el lugar de los hechos, o porque consultaron a quienes lo estuvieron, o bien porque consultaron documentación al respecto. La noticia se diferencia de otras formas de comunicación periodística en que debe transmitirse de la manera más objetiva posible, sin dar cabida a subjetividades ni datos autorreferenciales del periodista. Concepto (2021).

Una noticia sirve para informar al público de uno o varios eventos en un ámbito determinado. Es decir, es una fuente de datos, acontecimientos o novedades de interés para la opinión pública. Al mismo tiempo, cumple con el rol social de divulgar y hacer de público conocimiento los eventos por los que se interesa, lo cual mantiene bajo la lupa a las instancias de poder dentro de la sociedad. Este es un rol vital para sostener una democracia saludable, y por eso los regímenes dictatoriales censuran la prensa y controlan qué noticias se publican, y cuáles no.

Para los periodistas la palabra noticia significa fidelidad a los hechos sobre los que se informa. Pero otro es el sentido que le da a la palabra noticia porque carece en muchos casos de veracidad y objetividad. "La tarea primordial del periodista es la de servir el derecho a una información verídica y auténtica; a fin de que el público reciba un material apropiado que le permita formarse una imagen precisa y coherente del mundo, donde el origen, naturaleza y esencia de los acontecimientos sean comprendidos de la manera más objetiva posible". Blázquez (2018).

### **2.2.2.3. Dimensiones.**

#### **2.2.2.3.1. Dimensión Diagramación.**

La diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia). Estos elementos pueden estar en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas. Estrictamente, el acto de maquetear

tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión), prensa (impresión) y post-prensa (acabados). Sin embargo, usualmente todo el aspecto gráfico de la actividad editorial y periodística se conoce por el término de diagramación o maquetación. Martin (2019).

#### 2.2.2.3.2. *Dimensión Titular.*

El titular es el elemento más importante de la noticia, pues gran parte de los usuarios se contentarán con su lectura. El titular contiene los datos básicos de la información. Ha de ser lo suficientemente atractivo para suscitar el interés del usuario y lo bastante descriptivo como para que los buscadores de internet puedan encontrarlo. Debemos, por tanto, usar los titulares más creativos en las portadas sin caer en el amarillismo y los puramente descriptivos en el interior de las noticias. El titular tiene que contener siempre el o los elementos más importantes de la información, debe entenderse por sí mismo, debe huir de equívocos, aportar datos exactos y no jugar al engaño con el lector. El titular irá cambiando a medida que se vayan conociendo más datos de la información, pero en cualquier caso no deberá perderse la esencia de la noticia para poder enlazarla más adelante. rtve.es (2021).

Es importante resaltar que un titular puede conseguir algo más que simplemente captar la atención. El titular ideal también puede comunicar un mensaje completo al público deseado, y por supuesto debe atraer al lector hacia el cuerpo del texto.

#### 2.2.2.3.3. *Dimensión Cromatismo.*

Este término literalmente significa "efecto del color", y es usado tanto en música como en pintura. En la primera, cromatismo es la técnica que establece como necesario el uso de las notas intermedias de la escala, o semitonos que, en la música diatónica, permanecen al margen de la configuración normativa. Este término literalmente significa "efecto del color", y es usado tanto en música como en pintura. En la primera, cromatismo es la técnica que establece como necesario el uso de las notas intermedias de la escala, o semitonos que, en la música

diatónica, permanecen al margen de la configuración normativa. Gonzales (2021).

Es importante precisar que el cromatismo se relaciona con el color, percepción psicológica influyente que evoluciona con los modos de vida, la moda, la edad, etc. Hay que tenerlo en cuenta el impacto cromático, debido a su relación estrecha con la psicología. Este factor desempeña un papel importante que importa en las publicidades. También podemos decir que es la capacidad para comprender la producción informativa o comunicativa, escrita o multimedia, basada en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.

Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).

#### *2.2.2.3.4. La corrupción.*

En términos simples, la corrupción es "el abuso de poder público para obtener beneficio particular 1. Sin embargo, las definiciones de corrupción y su impacto varían. No se puede suponer que la corrupción siempre signifique la misma cosa o que tenga el mismo impacto o motivación. Rowland (2018).

#### *2.2.2.3.5. La corrupción en el Perú.*

La corrupción generalmente reduce la efectividad y calidad de las políticas económicas y la calidad de las mismas, distorsiona el diseño y la aplicación de las regulaciones, y entorpece y ensucia el accionar de la justicia por lo que el periodismo decente tiene que entrar a tallar de manera significativa, sin vacíos y ambigüedades.

El sistema político y judicial en Perú tiene un historial de crisis de corrupción sin precedentes, decenas de funcionarios y empresarios implicados y una ciudadanía que no cree en la institucionalidad vigente. Pero el sistema neoliberal en el Perú se instaló en la década de los 90, el gobierno dictatorial de Alberto Fujimori impuso una nueva constitución que se adaptó a los intereses del gran capital, se eliminaron derechos básicos como el acceso a los derechos a la educación y salud gratuitas y de calidad; se recortaron derechos laborales y se promovieron leyes a favor del poder económico, desde entonces hasta la fecha todos los

gobiernos acentuaron las políticas neoliberales, mientras que llenaban los bolsillos de algunos cuantos y los suyos.

Fue el caso Lava Jato que desenmascaró todo este sistema de corrupción enquistado en nuestro país, las pruebas que Odebrecht entregó a la justicia peruana sobre las coimas y financiamiento de campañas electorales con dinero ilícito ocasionaron que PPK renunciara a la presidencia, Ollanta Humala y Keiko Fujimori pasen unos meses en prisión preventiva mientras se resuelve la sentencia, Alejandro Toledo huye a Estados Unidos y Alan García intenta un asilo en Uruguay que fue finalmente denegado.

Todos los líderes políticos del Perú y gobernantes de los últimos 30 años envueltos en corrupción. La actual constitución que rige desde 1993 se adaptó al sistema neoliberal que beneficia a los grandes grupos de poder, mientras se eliminan los derechos básicos de la población. Los escándalos de corrupción no solo desnudaron a la clase política peruana, también se reveló como la dirigencia empresarial estuvo coludida en este sistema delincencial protegido por un marco legal.

Ante las evidencias del sistema corrupto la población protestó en las calles durante el 2018, el suplente de PPK Martín Vizcarra convocó a un referéndum donde más de 95% de la ciudadanía votó por un cambio en el sistema político y de justicia. Posteriormente la crisis política se agudiza y el Perú instala más de 4 presidentes en menos de 5 años. Telesur (2018).

La Contraloría General de la República ha elaborado un estudio en el que se ha calculado que el Perú habría perdido 22,059 millones de soles por efectos de la corrupción e inconducta funcional en el 2020 y esa cantidad de recursos hubiera permitido reducir en un determinado período la pobreza monetaria en el país, que afecta a nueve millones de peruanos. Contraloría General de la República (2021).

“Si en lugar de perder ese dinero lo hubiéramos usado para dar un bono a estas personas, pues habríamos elevado su consumo por encima del nivel de pobreza y teóricamente no existirían pobres en el Perú”, comentó durante una jornada informativa con medios de comunicación.

#### 2.2.2.3.6. *Corrupción y medios de comunicación.*

Se dice que el periodismo es el cuarto poder del estado, aquel que nos mantiene informado para estar al tanto de lo que sucede a nuestro alrededor. Sin embargo, a lo largo de los años, la prensa (la mayoría) se vendió al poder para informar solo lo que le convenía a los grandes empresarios y gobernantes. En la actualidad y según la percepción de la gente la prensa aún está en el poder de la corrupción, sin lugar a dudas la prensa en el Perú es un negocio, no una profesión, esto no nos debería afectar, el problema es que omite casos de corrupción que no se publica, la mayoría de peruanos ignoran el robo de la clase política en el País. IIP (2018).

### 2.3. Definición de Términos Básicos.

**Periodismo.** - Profesión que comprende el conjunto de actividades relacionadas con la recogida, elaboración y difusión de información actual o de interés para transmitirla al público a través de la prensa, la radio o la televisión. Oxford (2021).

**Percepción.** - La percepción es la forma en la que el cerebro interpreta las sensaciones que recibe a través de los sentidos para formar una impresión inconsciente o consciente de la realidad física de su entorno. Google Académico (2021).

**Noticia.** - Información sobre un hecho o un conjunto de hechos que, dentro de una comunidad, sociedad o ámbito específico, resulta relevante, novedosa o inusual. Coelho (2021).

**Corrupción.** - Acción y efecto de corromper o corromperse. En las organizaciones, especialmente en las públicas, práctica consistente en la utilización indebida o ilícita de las funciones de aquellas en provecho de sus gestores. RAE (2021).

**Individuo.** - Persona considerada independientemente de las demás. Ser vivo, animal o vegetal, perteneciente a una especie o género. RAE (2021).

**Audiencia.** - Conjunto de personas que están presentes en un espectáculo público o que siguen un programa de radio o televisión. RAE (2021).

**Empresarial.** - Es hacer referencia a elementos o individuos que componen a una

empresa, así como también para caracterizar a situaciones o momentos que se dan dentro del espacio de una empresa o compañía. Definiciones ABC (2021).

**Social.** - Es aquello perteneciente o relativo a la sociedad. Recordemos que se entiende por sociedad al conjunto de individuos que comparten una misma cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad. ABC (2021).

**Diagramación.** - Es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas. Google Académico (2021).

**Titular.** - Enunciado que anuncia y encabeza una información o una noticia y resume de forma sucinta el contenido de la misma. RAE (2021).

**Cromatismo.** - Abundancia de colores, especialmente en obras de arte siempre he admirado el cromatismo y en las publicaciones; usado también en la composición musical. Dictionary (2021).

**Expresión.** - Especificación o declaración de una cosa para dar a entender, también, el término expresión es palabra o locución, un gesto o movimiento corporal. Google Académico (2021).

**Interpretación.** - La interpretación es el hecho de que un contenido material, ya dado e independiente del intérprete, sea “comprendido” o “traducido” a una nueva forma de expresión. RAE (2021).

**Dimensión.** - Magnitud que, junto con otras, sirve para definir un fenómeno físico; especialmente, magnitud o magnitudes que se consideran en el espacio para determinar el tamaño de las cosas. Oxford (2021).

**Exposición.** - Es la acción y efecto de exponer algo para que sea visto, oído y apreciado por otras personas. RAE (2021).

**Variable.** - Constituye todo aquello que se mide, la información que se colecta o los datos que se recaban con la finalidad de responder las preguntas de investigación, las cuales se especifican en los objetivos. RAE (2021).

**Social.** - Es aquello perteneciente o relativo a la sociedad, se entiende por sociedad

al conjunto de individuos que comparten una misma cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad. Google Académico (2021).

**Avance.** - Hace referencia al acto y el resultado de avanzar: desplazarse hacia adelante; anticipar, aumentar o mejorar algo. En algunos países, avance también se utiliza como sinónimo de avance. ABC (2021).

**Atributo.** - Cualidad o característica propia de una persona o una cosa, especialmente algo que es parte esencial de su naturaleza. RAE (2021).

**Auditoría.** - Una evaluación independiente de la validez de las estadísticas utilizadas en anuncios, periódicos, etc. Google Académico (2021).

**Blog.** - Un comentario o diario en línea escrito a menudo por individuos sobre pasatiempos o áreas de especial interés. Los blogs suelen permitir comentarios debajo de las entradas y se publican en orden cronológico inverso. Google Académico (2021).

**Copia de aprobación.** - Una fuente o entrevistador que solicita ver el texto de un artículo antes de la publicación. Google Académico (2021).

**Redacción publicitaria.** - Creación del texto para un anuncio, es contenido generado para vender. Es decir, son textos cuya intención no es informar u opinar, sino convencer a un potencial cliente para que compre un producto o servicio. Google Académico (2021).

**Portada.** - Primera página de un libro, en que se pone el título completo, el nombre del autor y, a menudo, el pie de imprenta. RAE (2021).

**Kit de medios.** - Es una subpágina dentro de tu página que contiene todos los materiales y recursos para tu negocio o marca. RAE (2021).

**Ciudadanía.** - Condición que reconoce a una persona una serie de derechos políticos y sociales que le permiten intervenir en la política de un país determinado. Oxford (2021).

**Poder.** - Capacidad o potestad para hacer algo, ser capaz, dominar algo o jurisdicción que tiene alguien para ordenar algo. RAE (2021).

**Transparencia.** - Conducta positiva de los individuos. Se dice que una persona es



transparente cuando es sincera, responsable, asume las consecuencias de sus actos, no miente ni tiene secretos. Google Académico (2021).

**Opinión.** - Juicio o valoración que se forma una persona respecto de algo o de alguien. Sentir o estimación en que coincide la generalidad de las personas acerca de asuntos determinados. RAE (2021).

**Imparcialidad.** - La imparcialidad, en su concepto estricto, significa estar libre de prejuicios, es decir, abstraerse de consideraciones subjetivas y centrarse en la objetividad de un asunto, al realizar un juicio. Google Académico (2021).

**Objetividad.** - Es la cualidad de lo objetivo, de tal forma que es perteneciente o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir que pueda tener cualquier sujeto que lo observe o considere. RAE (2021).

**Ética.** - Es una disciplina de la filosofía que estudia el comportamiento humano y su relación con las nociones del bien y del mal, los preceptos morales, el deber, la felicidad y el bienestar común. Oxford (2021).

**Política.** - Ciencia que trata del gobierno y la organización de las sociedades humanas, especialmente de los estados. Actividad de los que gobiernan o aspiran a gobernar los asuntos que afectan a la sociedad o a un país. Google Académico (2021).

### **III. MÉTODOS Y MATERIALES.**

#### **3.1. Hipótesis.**

##### **3.1.1. Hipótesis General.**

HG. El periodismo se relaciona de manera significativa con la percepción de la noticia en temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco - 2021.

##### **3.1.2. Hipótesis específicas.**

HE 1. La dimensión Individuo-Audiencia se relaciona significativamente con la percepción de noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

HE 2. La dimensión Empresarial se relaciona significativamente con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

HE 3. La dimensión Social se relaciona significativamente con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

#### **3.2. Variables.**

##### **3.2.1. Definición Conceptual.**

###### **Variable 1 (x): Periodismo.**

Es una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público. Sin el periodismo el hombre conocería su realidad únicamente por medio de versiones orales e históricas. El periodismo resuelve de manera periódica, oportuna y verosímil la necesidad que tiene el hombre de saber que pasa en su ciudad. Leñero & Marín (2017).

**Definición operacional.** - Será la variable que al ser una herramienta de información puede influir en la percepción y asimilación de las personas referente a temas de corrupción.

###### **Variable 2 (y): Percepción.**

Es el mecanismo individual que realizan los seres humanos que consiste en recibir, interpretar y comprender las señales que provienen desde el exterior,

codificándolas a partir de la actividad sensitiva. Se trata de una serie de datos que son captados por el cuerpo a modo de información bruta, que adquirirá un significado luego de un proceso cognitivo que también es parte de la propia percepción. La percepción refiere a una imagen mental formada a partir de la experiencia humana, que incluye su forma de organización, su cultura y sus necesidades. Concepto (2021).

**Definición operacional.** - Es la forma como recepción y se motivan, preocupan o alteran al tener leer una noticia que ha sido dado énfasis por el periodismo.

### 3.2.2. Definición Operacional de las Variables.

#### Operacionalización de las variables.

| Variables                       | Definición operacional   | Dimensiones               | Indicadores  |
|---------------------------------|--|---------------------------|--|
| <b>Periodismo</b>               | Será la variable que al ser una herramienta de información puede influir en la percepción y asimilación de las personas referente a temas de corrupción. | Individuo-<br>audiencia   | Responsabilidad<br>Detalle<br>Publicación<br>Crítica             |
|                                 |  | Empresarial<br><br>Social | Rigor<br>Transparencia<br>Local<br>Nacional<br>Global            |
| <b>Percepción de la noticia</b> | Es la forma como recepción y se motivan, preocupan o alteran al tener leer una noticia que ha sido dado énfasis por el periodismo.                       | Diagramación              | Ilusión óptica<br>Codificación<br>Primera frase<br>Segunda frase |
|                                 |  | Titular<br><br>Cromatismo | Brevedad<br>Comprensión<br>Realismo<br>Atención<br>Psicología    |

Fuente: Elaboración propia de tesistas.

### **3.3. Tipo y Niveles de Investigación.**

#### **3.3.1. Tipos de Investigación.**

El tipo de Investigación es Aplicada, ya que la investigación se busca conocer la relación de las variables de estudio; el Periodismo y la Percepción de la noticia de temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco - 2021. La meta principal de la investigación es la formulación y la demostración de teorías; utilizando la lógica o razonamiento deductivo.

La investigación aplicada permite solucionar problemas reales. Además, se apoya en la investigación básica para conseguirlo. Esta le aporta los conocimientos teóricos necesarios para resolver problemas o mejorar la calidad de vida. El método científico permite explicar el mundo que nos rodea. Los conocimientos teóricos son necesarios para descubrir leyes generales, pero deben aplicarse a la realidad. Así, esto es lo que hace que mejoren nuestras vidas. Economipedia (2021).

#### **3.3.2. Nivel de Investigación.**

El nivel del presente estudio de investigación por sus características y metodología se define como descriptivo correlacional, en razón, que se utilizaron conocimientos de las Ciencias de la Comunicación, que se han empleado para la verificación y comprobación de las hipótesis como: El periodismo si se relaciona con la percepción de la noticia de temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco - 2021.

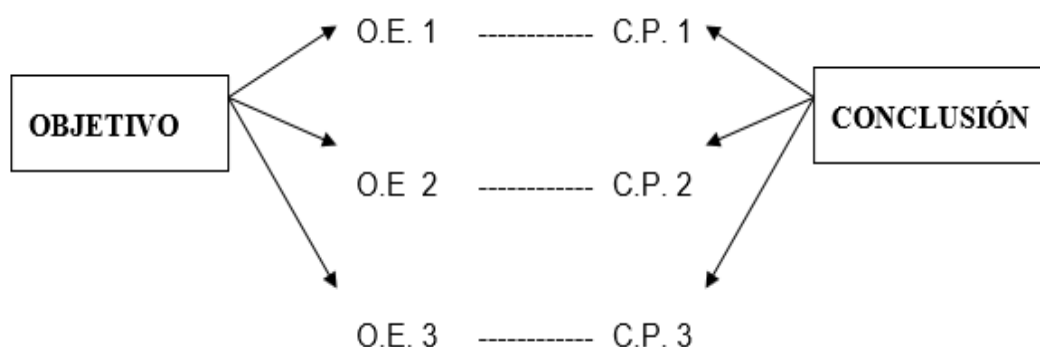
### **3.4. Diseño de Investigación.**

El diseño de investigación de la presente es No Experimental Transversal, porque en nuestra investigación no se manipulan las variables Periodismo y Percepción de la noticia, por lo tanto, fueron medidas en su estado natural, además se realizó una sola medición en un momento dado. Economipedia (2021).

La investigación no experimental cuantitativa podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variable. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la

investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos.

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.



**Figura 1.** Diseño de la investigación  
Fuente: Elaboración propia de tesistas.

### 3.5. Población y Muestra.

#### 3.5.1. Población.

Según Polaría, Cardona, Castañeda, Vargas, Calvache y Abanto (2020, p. 45) indican que la población “es el conjunto total de casos que tienen las mismas características para el estudio”. para este estudio la población estuvo conformada por las personas mayores de edad de entre 18 a 50 años del distrito de Yauri (36 mil habitantes). Son principalmente sociedad civil que vive en la zona céntrica del distrito de Yauri.

#### 3.5.2. Muestra.

Para los autores Polaría et al (2020, p. 46) para la muestra no probabilística por conveniencia del autor dicen que: “Es todo lo contrario del muestreo probabilístico, es decir los sujetos no tienen la misma posibilidad de salir elegidos”. Para este caso la muestra está conformada por 50 personas vecinas del distrito de Yauri.

### **3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

#### **3.6.1. Técnicas de recolección de datos.**

Para obtener los datos, se aplicará, en la presente investigación, la técnica de la encuesta, la cual, señalan Palella, S. & Martins, F. (2012, p.123), es un proceso en el cual se obtiene los resultados de las personas que sirven para la investigación.

#### **3.6.2. Instrumentos de recolección de datos.**

En este aspecto, en la investigación, se utilizará como instrumento, el cuestionario en escala de Likert. Según, Hernández, R. et al. (2014, p.217), el cuestionario es, “un grupo de interrogantes, relacionadas con una o más variables que serán medidas”. Asimismo, es de escala Likert, pues como continúa señalando el mismo autor (ob. cit. p. 238):

Consiste en un conjunto de ítems, presentado en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los encuestados, es decir, se presenta cada afirmación y se solicita a la persona que, externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala.

El método de inferencia estadística, será el utilizado en la presente investigación, el cual según Ñaupas, H. et al. (2018, p.345), consiste en, extraer conclusiones de una población y obtener resultados por medio de información que proporcionará una muestra representativa de la misma, mediante el uso de tabulaciones, gráficas y operaciones estadísticas, aspectos, serán aplicados en el presente estudio, luego de recopilar los datos.

#### **Validación mediante juicio de expertos**

El instrumento que se aplicó se validó mediante juicio de expertos según se detalla a continuación:

| <b>Experto</b>                        | <b>Opinión</b> |
|---------------------------------------|----------------|
| Mg. María Elena Gamio Vergara         | Favorable      |
| Dra. Teresa Giovanna Chirinos Gastelu | Favorable      |

## Confiabilidad y fiabilidad del instrumento mediante Alfa de Cronbach

Para la confiabilidad y fiabilidad del instrumento, este se realizó mediante el programa estadístico SPSS, método Alfa de Cronbach en la que se obtuvo los siguientes resultados:

### Estadísticas de confiabilidad y fiabilidad de la variable Periodismo

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,766             | 10             |

### Estadísticas de confianza y fiabilidad de la variable Percepción de la noticia

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,905             | 10             |

### 3.7. Método de análisis de datos.

Bajo la premisa de la conducta ética, en el presente estudio investigativo, se indicarán las referencias de los autores consultados y citados, de esta manera, se respetarán los derechos de propiedad intelectual y autoría. A la misma vez, se garantiza la autenticidad del mismo, evitando el plagio. Toda la información recabada, se obtendrán tal y como es, sin ser manipulada por el investigador, a la vez que, el mismo, respetará, tanto el anonimato de los informantes, como los resultados que se obtengan del análisis de la información recabada.

### 3.8. Aspectos éticos

La presente investigación se desarrolló bajo las estrictas normas de la Universidad, cumpliendo con el reglamento establecido para el desarrollo de la tesis, además de cumplir con las normas APA, para evitar el plagio y respetar los derechos de autor, por otro lado para el desarrollo de la investigación se tuvo a las fuentes primarias de información, de modo que los resultados presentados sean

reales, confiables y verídicos, los cuales pueden ser utilizados por la comunidad estudiantil y personas interesadas en estos temas.

Entre los principales principios éticos, se mencionan los siguientes: Integridad, Responsabilidad, Competencia, Honestidad y Reconocimiento a los autores que han antecedido en la presente tesis señalo que todo lo que se expresa es veraz y aplica la objetividad de un tratamiento de opiniones y resultados.

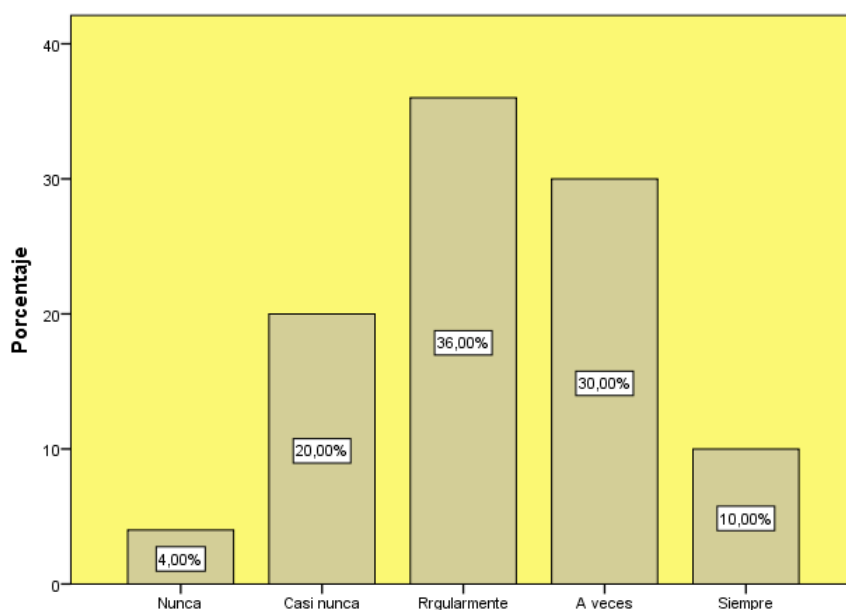


## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados descriptivos

**Tabla 1.**  
*Periodismo*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0                  | 4,0                     |
|        | Casi nunca   | 10         | 20,0       | 20,0                 | 24,0                    |
|        | Regularmente | 18         | 36,0       | 36,0                 | 60,0                    |
|        | A veces      | 15         | 30,0       | 30,0                 | 90,0                    |
|        | Siempre      | 5          | 10,0       | 10,0                 | 100,0                   |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0                |                         |

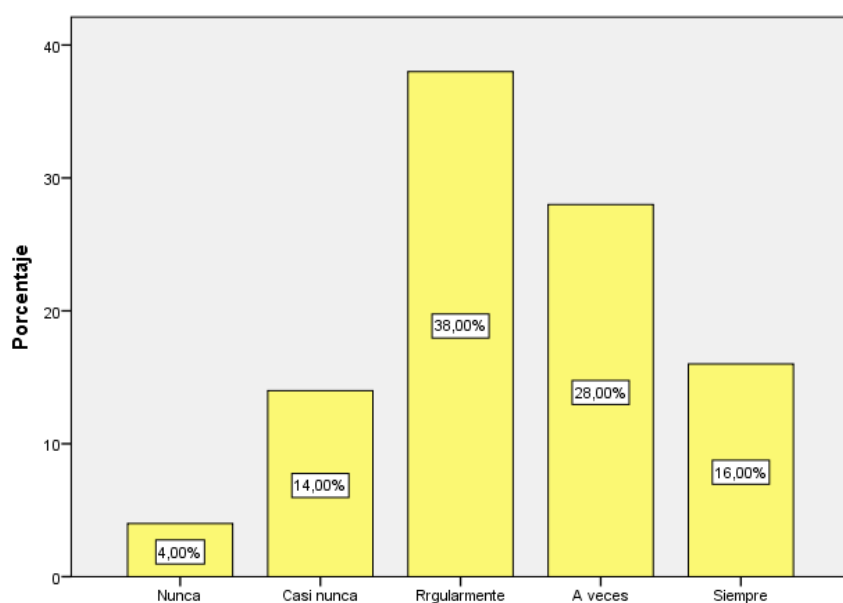


**Figura 2.** Periodismo  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le evaluó la variable Periodismo y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 20.00%, Regularmente 36.00%, A veces 30.00% y Siempre 10.00%.

**Tabla 2.**  
*Individuo audiencia*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0                  | 4,0                     |
|        | Casi nunca   | 7          | 14,0       | 14,0                 | 18,0                    |
|        | Regularmente | 19         | 38,0       | 38,0                 | 56,0                    |
|        | A veces      | 14         | 28,0       | 28,0                 | 84,0                    |
|        | Siempre      | 8          | 16,0       | 16,0                 | 100,0                   |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0                |                         |

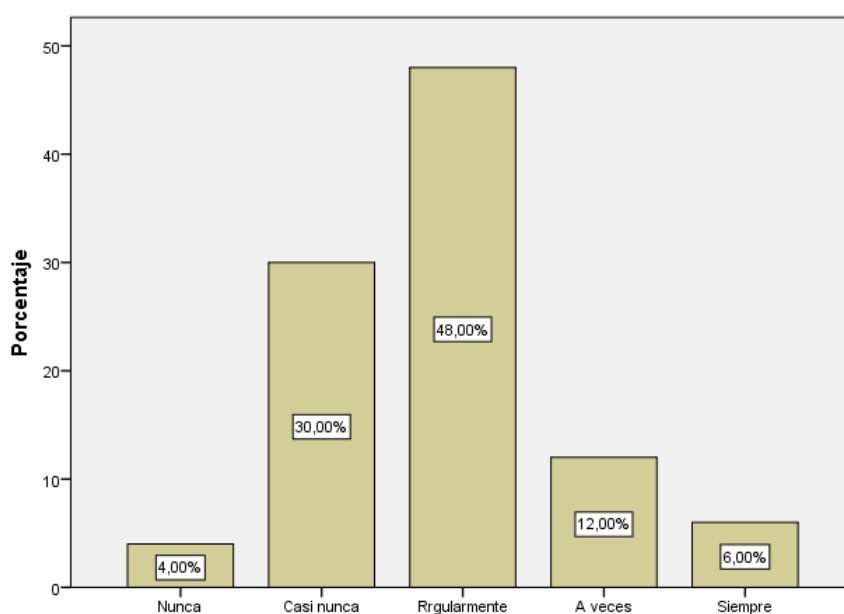


**Figura 3.** Individuo audiencia  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le evaluó la dimensión Individuo audiencia y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 14.00%, Regularmente 38.00%, A veces 28.00% y Siempre 16.00%.

**Tabla 3.***¿Se tiene responsabilidad sobre la noticia en cuanto temas de corrupción?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0                  | 4,0                     |
|        | Casi nunca   | 15         | 30,0       | 30,0                 | 34,0                    |
|        | Regularmente | 24         | 48,0       | 48,0                 | 82,0                    |
|        | A veces      | 6          | 12,0       | 12,0                 | 94,0                    |
|        | Siempre      | 3          | 6,0        | 6,0                  | 100,0                   |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0                |                         |

**Figura 4.** *¿Se tiene responsabilidad sobre la noticia en cuanto temas de corrupción?*

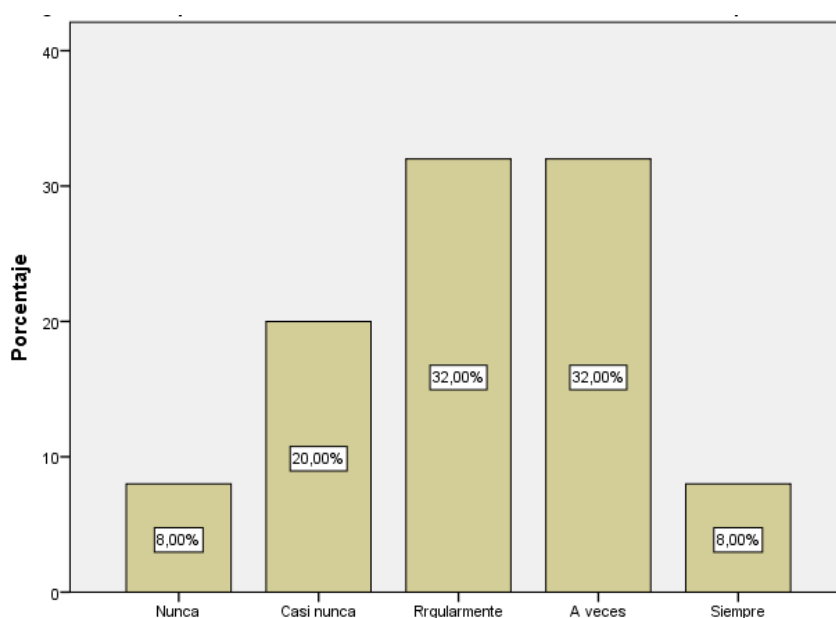
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto *¿Se tiene responsabilidad sobre la noticia en cuanto temas de corrupción?* y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 30.00%, Regularmente 48.00%, A veces 12.00% y Siempre 6.00%.

**Tabla 4.**

*¿Considera que han dado detalles de la noticia sobre tema municipales?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 4          | 8,0        | 8,0               | 8,0                  |
|        | Casi nunca   | 10         | 20,0       | 20,0              | 28,0                 |
|        | Regularmente | 16         | 32,0       | 32,0              | 60,0                 |
|        | A veces      | 16         | 32,0       | 32,0              | 92,0                 |
|        | Siempre      | 4          | 8,0        | 8,0               | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |



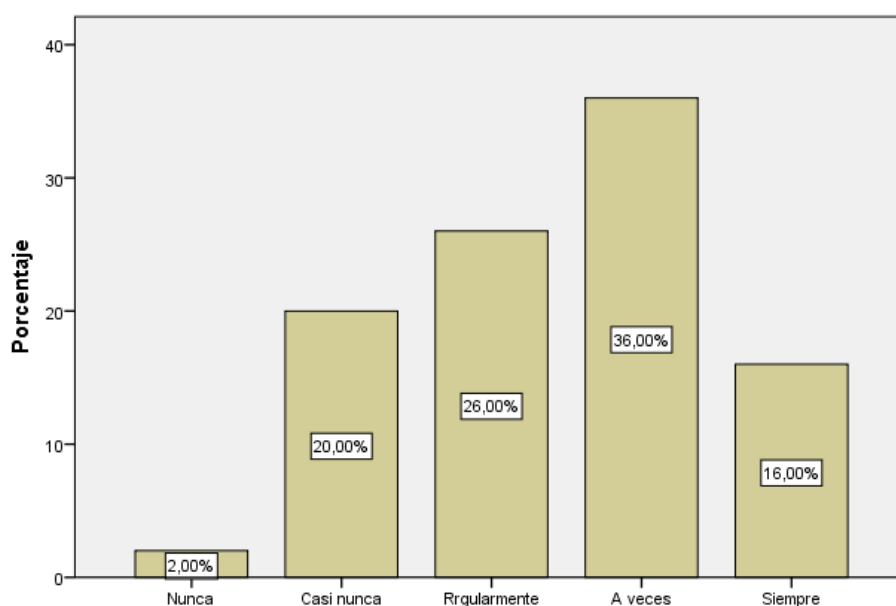
**Figura 5.** *¿Considera que han dado detalles de la noticia sobre tema municipales?*  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto *¿Considera que han dado detalles de la noticia sobre tema municipales?* y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 8.00%, Casi nunca 20.00%, Regularmente 32.00%, A veces 32.00% y Siempre 8.00%.

**Tabla 5.**

*¿La publicación es actualizada sobre lo que está sucediendo en la Municipalidad?*

|        |              |    |       | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|--------------|----|-------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Nunca        | 1  | 2,0   | 2,0                  | 2,0                     |
|        | Casi nunca   | 10 | 20,0  | 20,0                 | 22,0                    |
|        | Regularmente | 13 | 26,0  | 26,0                 | 48,0                    |
|        | A veces      | 18 | 36,0  | 36,0                 | 84,0                    |
|        | Siempre      | 8  | 16,0  | 16,0                 | 100,0                   |
|        | Total        | 50 | 100,0 | 100,0                |                         |



**Figura 6.** ¿La publicación es actualizada sobre lo que está sucediendo en la Municipalidad?

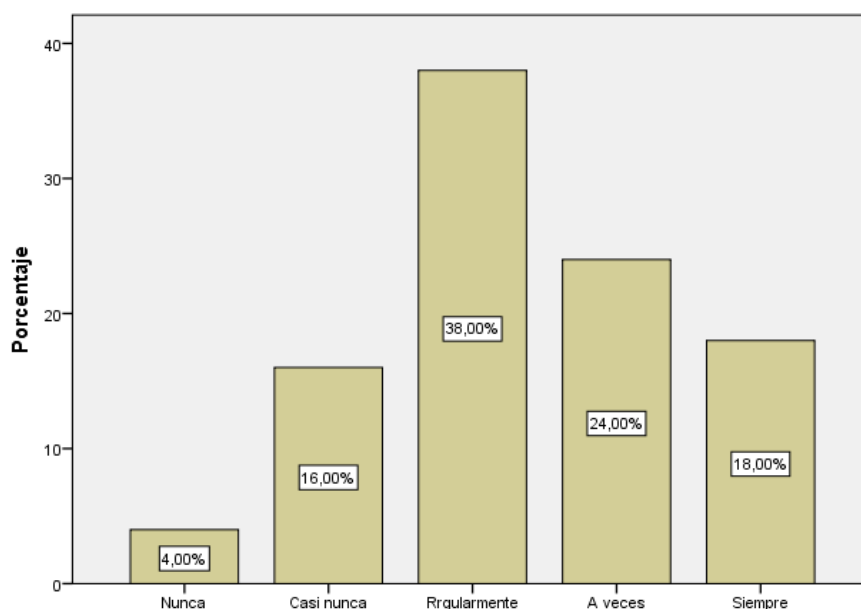
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según gráfico que a la población se le preguntó ¿Considera que han dado detalles de la noticia sobre tema municipales? y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 2.00%, Casi nunca 20.00%, Regularmente 26.00%, A veces 36.00% y Siempre 16.00%

**Tabla 6.**

*¿Considera que hay nivel de crítica de los diarios de la zona?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|        | Casi nunca   | 8          | 16,0       | 16,0              | 20,0                 |
|        | Regularmente | 19         | 38,0       | 38,0              | 58,0                 |
|        | A veces      | 12         | 24,0       | 24,0              | 82,0                 |
|        | Siempre      | 9          | 18,0       | 18,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |



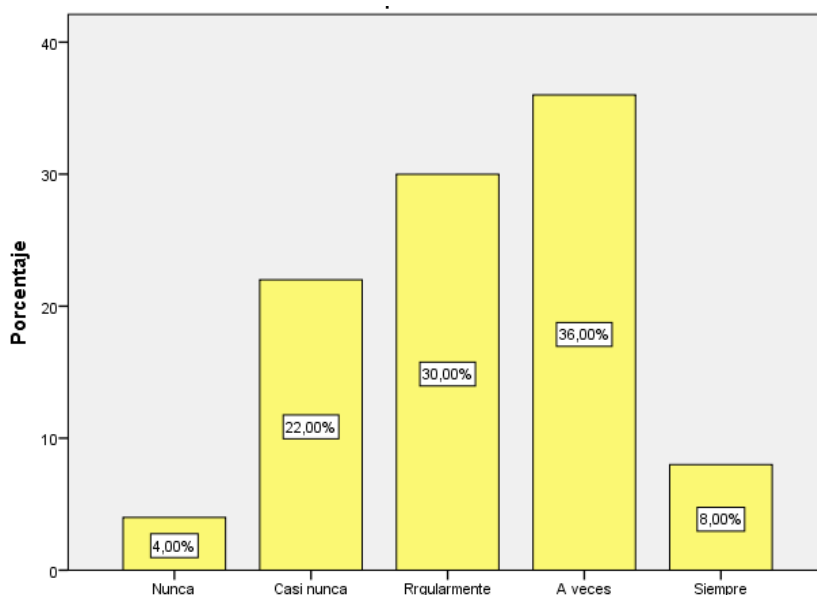
**Figura 7.** *¿Considera que hay nivel de crítica de los diarios de la zona?*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto *¿Considera que hay nivel de crítica de los diarios de la zona?* y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 16.00%, Regularmente 38.00%, A veces 24.00% y Siempre 18.00%.

**Tabla 7.**  
*Empresarial*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0                  | 4,0                     |
|        | Casi nunca   | 11         | 22,0       | 22,0                 | 26,0                    |
|        | Regularmente | 15         | 30,0       | 30,0                 | 56,0                    |
|        | A veces      | 18         | 36,0       | 36,0                 | 92,0                    |
|        | Siempre      | 4          | 8,0        | 8,0                  | 100,0                   |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0                |                         |

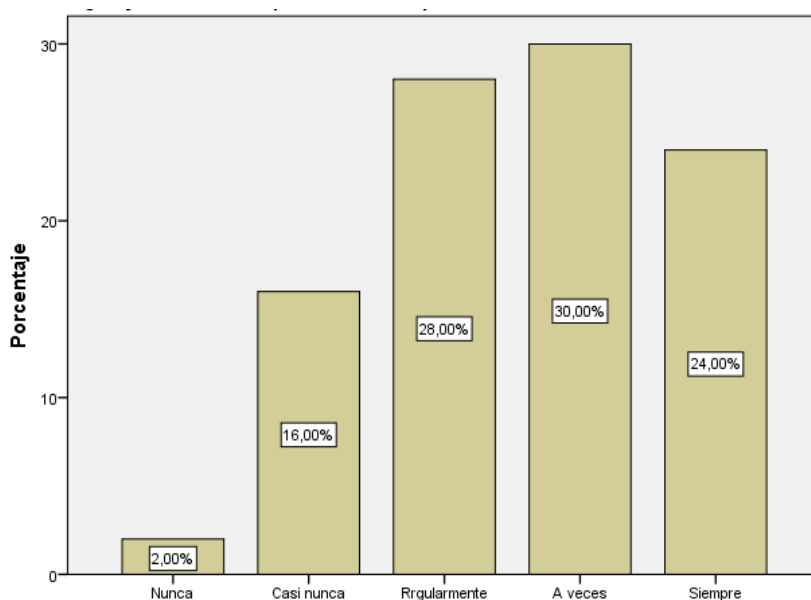


**Figura 8.** Empresarial  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según gráfico que a la población se le evaluó la dimensión Empresarial y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 22.00%, Regularmente 30.00%, A veces 36.00% y Siempre 8.00%.

**Tabla 8.***¿Hay intereses empresariales de por medio detrás de la noticia?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0               | 2,0                  |
|        | Casi nunca   | 8          | 16,0       | 16,0              | 18,0                 |
|        | Regularmente | 14         | 28,0       | 28,0              | 46,0                 |
|        | A veces      | 15         | 30,0       | 30,0              | 76,0                 |
|        | Siempre      | 12         | 24,0       | 24,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

**Figura 9.** ¿Hay intereses empresariales de por medio detrás de la noticia?

Fuente: Elaboración propia

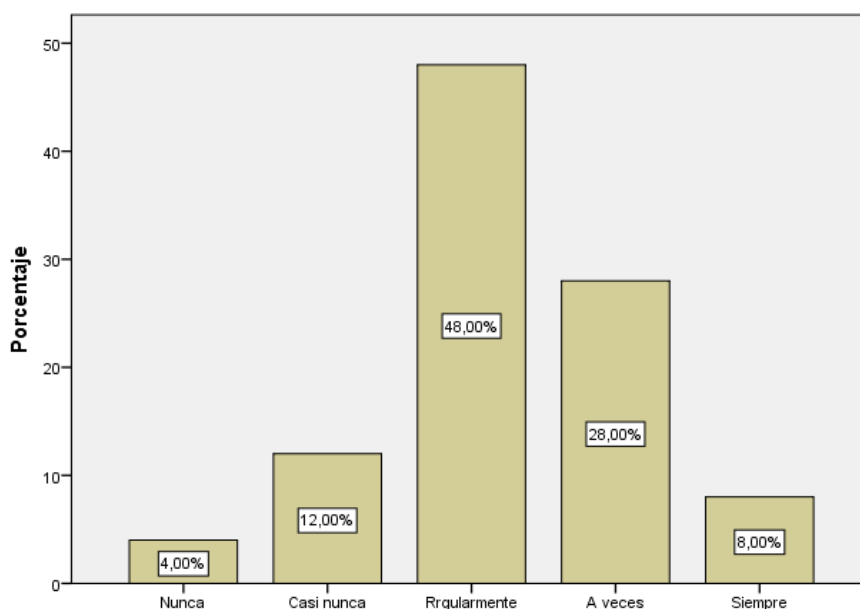
Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto ¿Hay intereses empresariales de por medio detrás de la noticia? y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 2.00%, Casi nunca 16.00%, Regularmente 28.00%, A veces 30.00% y Siempre 24.00%.



**Tabla 9.**

*¿Existe transparencia en los medios periodísticos?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|        | Casi nunca   | 6          | 12,0       | 12,0              | 16,0                 |
|        | Regularmente | 24         | 48,0       | 48,0              | 64,0                 |
|        | A veces      | 14         | 28,0       | 28,0              | 92,0                 |
|        | Siempre      | 4          | 8,0        | 8,0               | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |



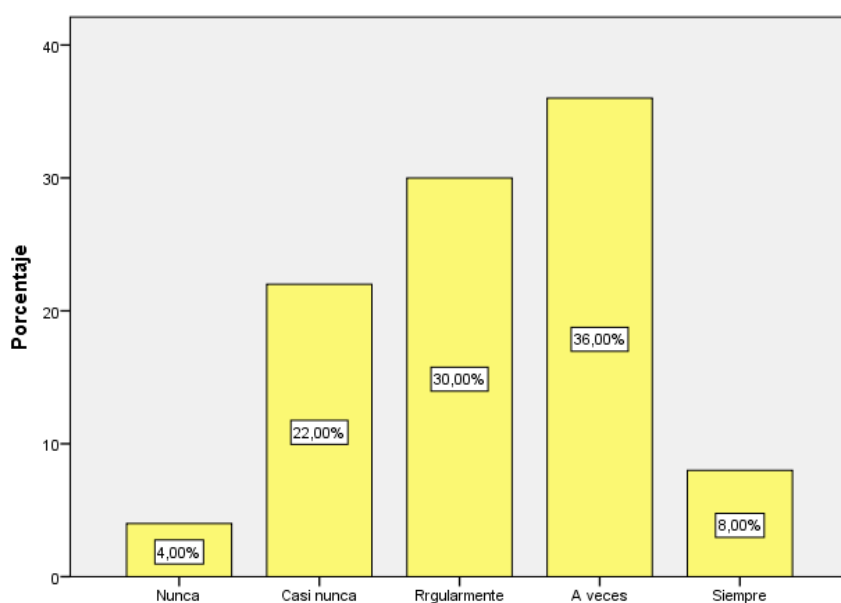
**Figura 10.** *¿Existe transparencia en los medios periodísticos?*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto *¿Existe transparencia en los medios periodísticos?* y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 12.00%, Regularmente 48.00%, A veces 28.00% y Siempre 8.00%.

**Tabla 10.**  
*Social*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0                  | 4,0                     |
|        | Casi nunca   | 11         | 22,0       | 22,0                 | 26,0                    |
|        | Regularmente | 15         | 30,0       | 30,0                 | 56,0                    |
|        | A veces      | 18         | 36,0       | 36,0                 | 92,0                    |
|        | Siempre      | 4          | 8,0        | 8,0                  | 100,0                   |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0                |                         |



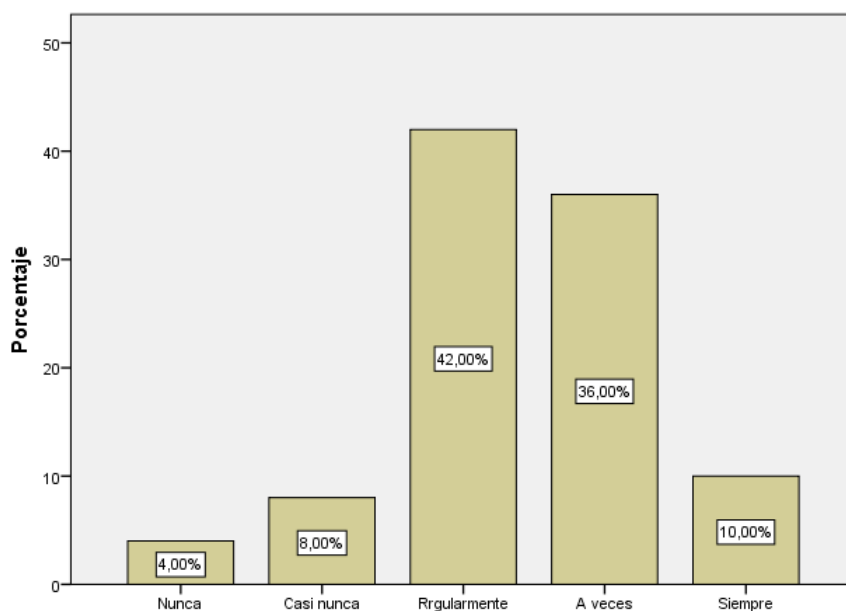
**Figura 11.** Social  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le evaluó la dimensión Social y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 22.00%, Regularmente 30.00%, A veces 36.00% y Siempre 8.00%.

**Tabla 11.**

*¿La noticia pone énfasis en el área local en temas de corrupción?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|        | Casi nunca   | 4          | 8,0        | 8,0               | 12,0                 |
|        | Regularmente | 21         | 42,0       | 42,0              | 54,0                 |
|        | A veces      | 18         | 36,0       | 36,0              | 90,0                 |
|        | Siempre      | 5          | 10,0       | 10,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |



**Figura 12.** *¿La noticia pone énfasis en el área local en temas de corrupción?*

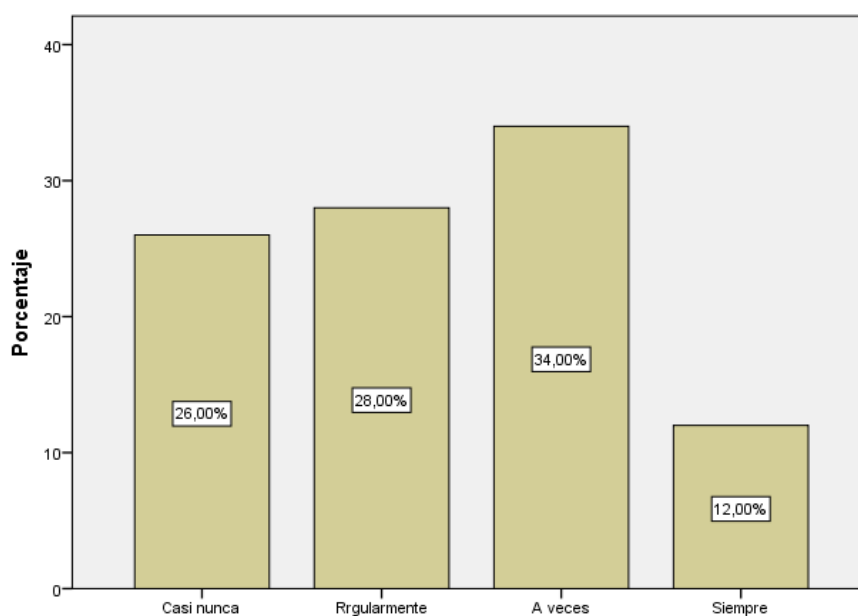
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto ¿La noticia pone énfasis en el área local en temas de corrupción? y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 8 .00%, Regularmente 42.00%, A veces 36.00% y Siempre 10.00%.

**Tabla 12.**

*¿La noticia pone énfasis en el área nacional en temas de corrupción?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Casi nunca   | 13         | 26,0       | 26,0              | 26,0                 |
|        | Regularmente | 14         | 28,0       | 28,0              | 54,0                 |
|        | A veces      | 17         | 34,0       | 34,0              | 88,0                 |
|        | Siempre      | 6          | 12,0       | 12,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

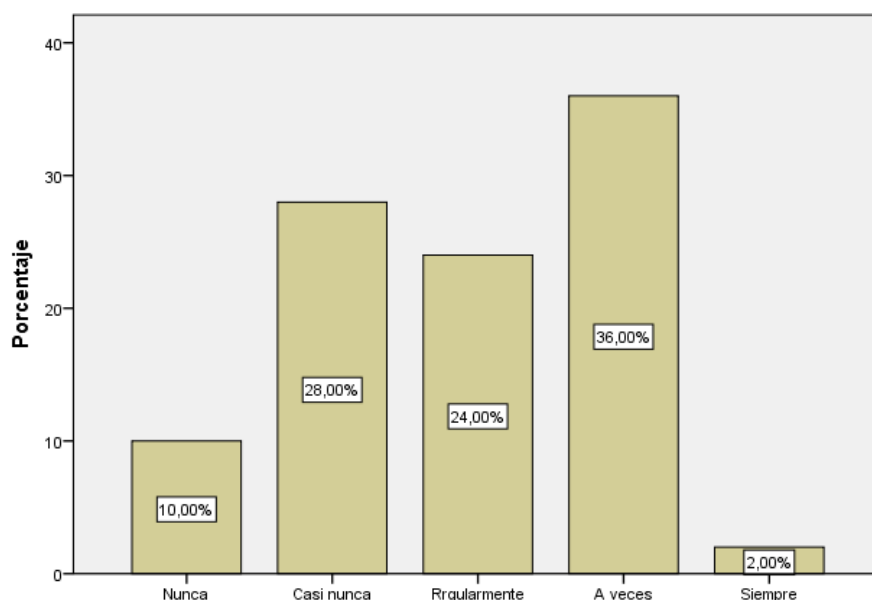


**Figura 13.** *¿La noticia pone énfasis en el área nacional en temas de corrupción?*  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según gráfico que a la población se le preguntó ¿La noticia pone énfasis en el área nacional en temas de corrupción? y se obtuvieron los siguientes resultados: Casi nunca 26 .00%, Regularmente 28.00%, A veces 34.00% y Siempre 12.00%.

**Tabla 13.***¿La noticia se pone énfasis en el área internacional en temas de corrupción?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Nunca        | 5          | 10,0       | 10,0                 | 10,0                    |
|        | Casi nunca   | 14         | 28,0       | 28,0                 | 38,0                    |
|        | Regularmente | 12         | 24,0       | 24,0                 | 62,0                    |
|        | A veces      | 18         | 36,0       | 36,0                 | 98,0                    |
|        | Siempre      | 1          | 2,0        | 2,0                  | 100,0                   |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0                |                         |



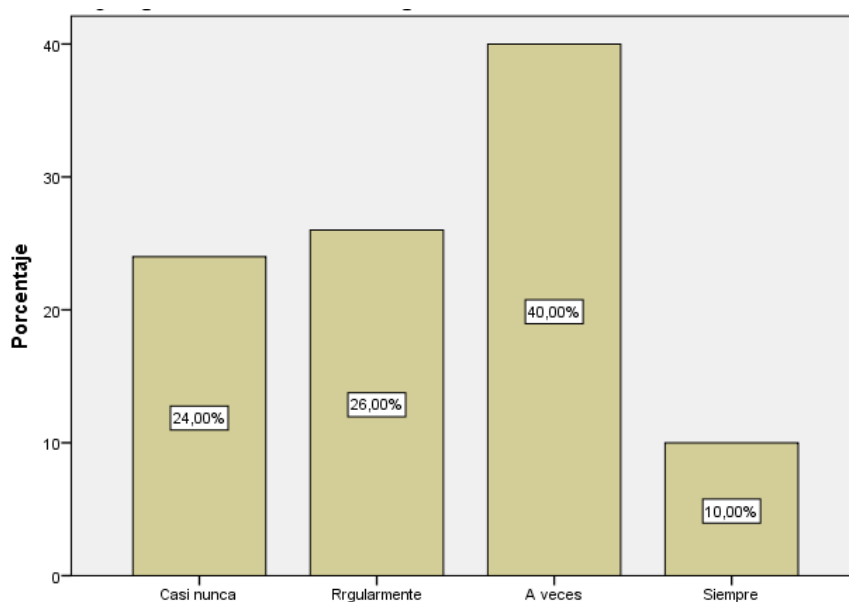
**Figura 14.** *¿La noticia se pone énfasis en el área internacional en temas de corrupción?*  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según gráfico que a la población se le preguntó ¿La noticia se pone énfasis en el área internacional en temas de corrupción? y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 10.00%, Casi nunca 28 .00%, Regularmente 24.00%, A veces 36.00% y Siempre 2.00%.

**Tabla 14.**

*¿Le gustan las ilustraciones gráficas de los diarios de la zona?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Casi nunca   | 12         | 24,0       | 24,0              | 24,0                 |
|        | Regularmente | 13         | 26,0       | 26,0              | 50,0                 |
|        | A veces      | 20         | 40,0       | 40,0              | 90,0                 |
|        | Siempre      | 5          | 10,0       | 10,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |



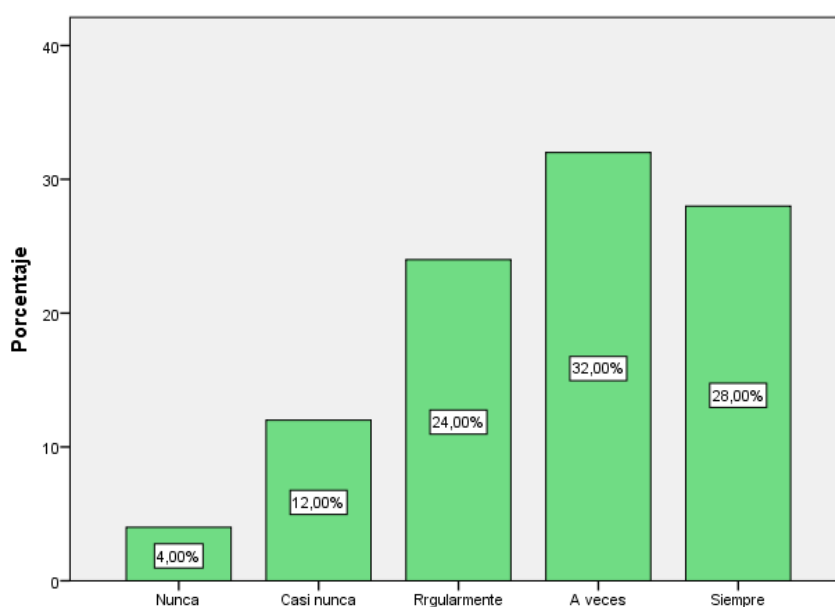
**Figura 15.** *¿Le gustan las ilustraciones gráficas de los diarios de la zona?*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto ¿Le gustan las ilustraciones gráficas de los diarios de la zona? y se obtuvieron los siguientes resultados: Casi nunca 24 .00%, Regularmente 26.00%, A veces 40.00% y Siempre 10.00%.

**Tabla 15.**  
*Percepción de la noticia*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|        | Casi nunca   | 6          | 12,0       | 12,0              | 16,0                 |
|        | Regularmente | 12         | 24,0       | 24,0              | 40,0                 |
|        | A veces      | 16         | 32,0       | 32,0              | 72,0                 |
|        | Siempre      | 14         | 28,0       | 28,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

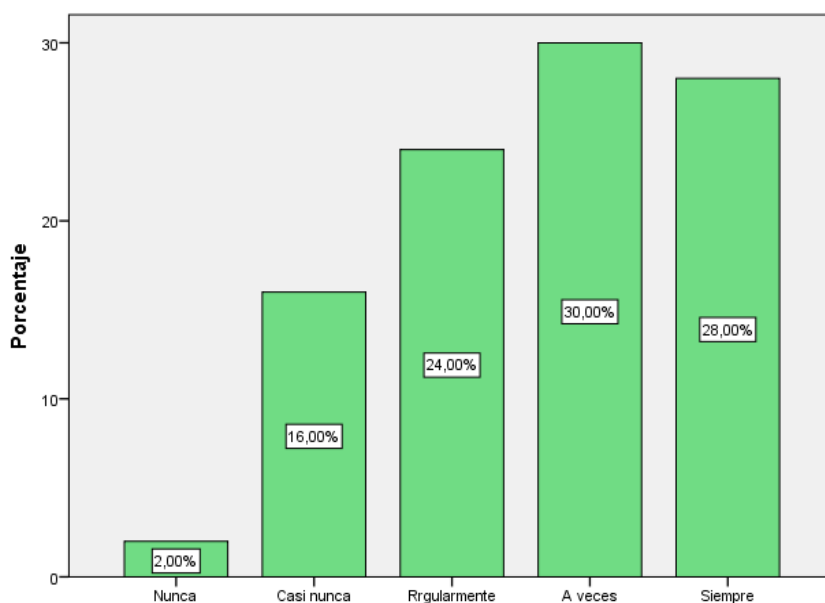


**Figura 16.** Percepción de la noticia  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según gráfico que a la población se le evaluó la variable Percepción de la noticia y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 12.00%, Regularmente 24.00%, A veces 32.00% y Siempre 28.00%.

**Tabla 16.**  
*Diagramación*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0                  | 2,0                     |
|        | Casi nunca   | 8          | 16,0       | 16,0                 | 18,0                    |
|        | Regularmente | 12         | 24,0       | 24,0                 | 42,0                    |
|        | A veces      | 15         | 30,0       | 30,0                 | 72,0                    |
|        | Siempre      | 14         | 28,0       | 28,0                 | 100,0                   |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0                |                         |



**Figura 17.** Diagramación  
Fuente: Elaboración propia

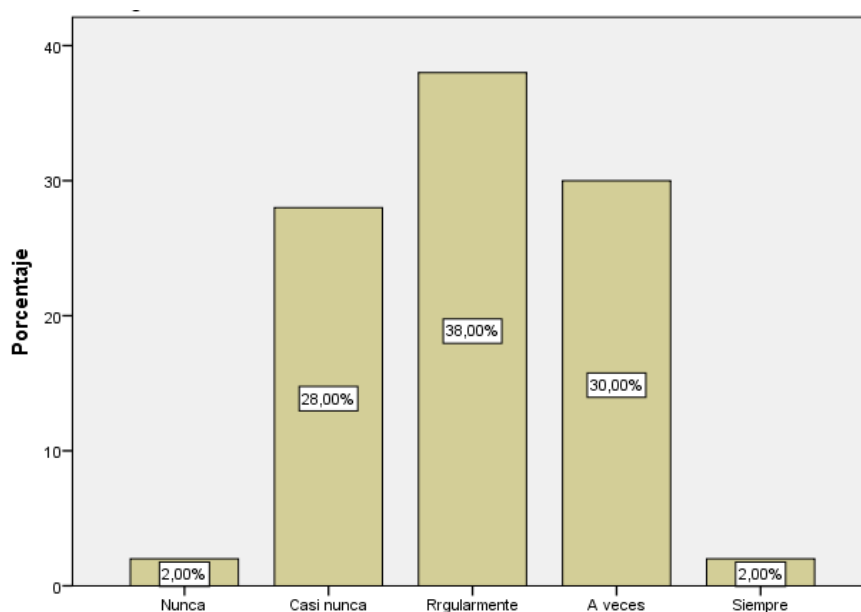
Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le evaluó la dimensión Diagramación y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 2.00%, Casi nunca 16.00%, Regularmente 24.00%, A veces 30.00% y Siempre 28.00%.



**Tabla 17.**

*¿Prefiere usted solo el contenido escrito en una lectura?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0               | 2,0                  |
|        | Casi nunca   | 14         | 28,0       | 28,0              | 30,0                 |
|        | Regularmente | 19         | 38,0       | 38,0              | 68,0                 |
|        | A veces      | 15         | 30,0       | 30,0              | 98,0                 |
|        | Siempre      | 1          | 2,0        | 2,0               | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |



**Figura 18.** *¿Prefiere usted solo el contenido escrito en una lectura?*

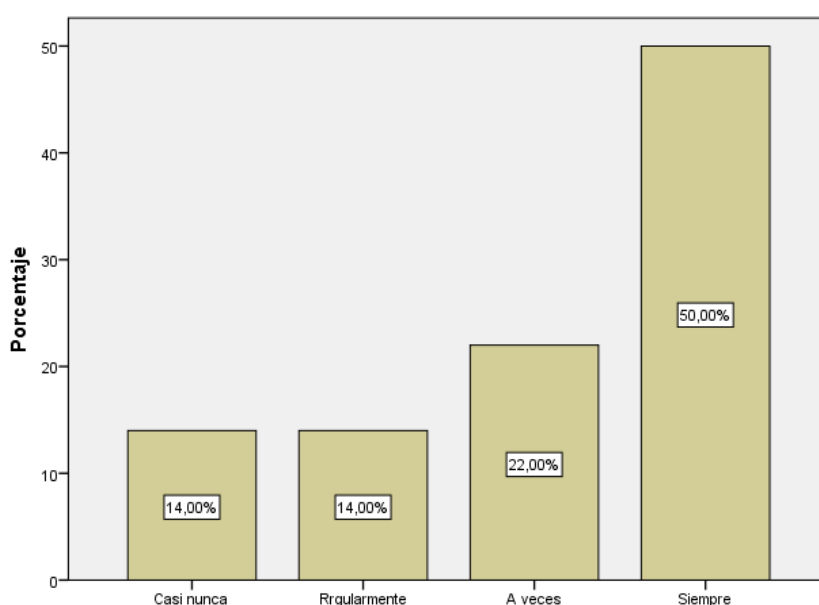
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto *¿Prefiere usted solo el contenido escrito en una lectura?* y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 2.00%, Casi nunca 28 .00%, Regularmente 38.00%, A veces 30.00% y Siempre 2.00%.

**Tabla 18.**

*¿Cree usted que el contenido visual ayuda a entender más la información?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Casi nunca   | 7          | 14,0       | 14,0              | 14,0                 |
|        | Regularmente | 7          | 14,0       | 14,0              | 28,0                 |
|        | A veces      | 11         | 22,0       | 22,0              | 50,0                 |
|        | Siempre      | 25         | 50,0       | 50,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |



**Figura 19.** *¿Cree usted que el contenido visual ayuda a entender más la información?*

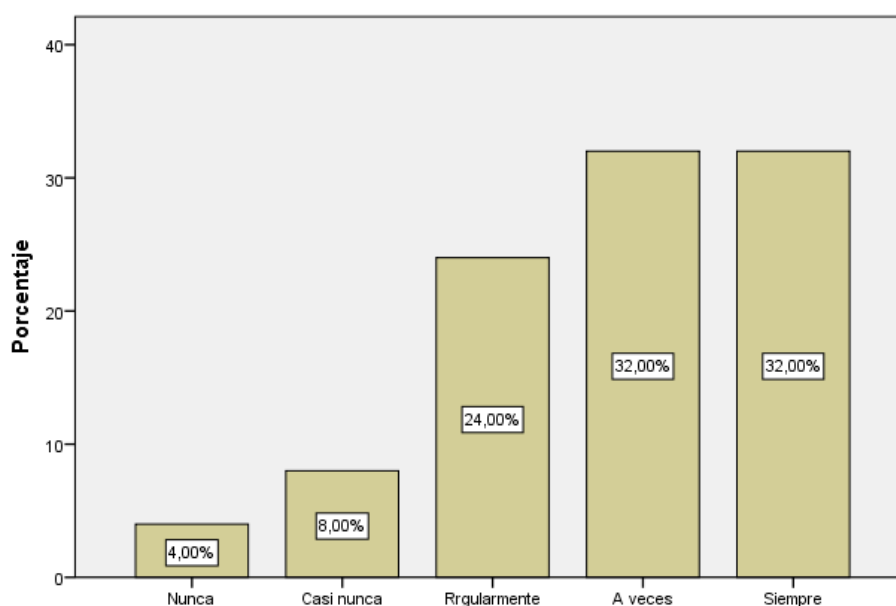
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según gráfico que a la población se le preguntó *¿Cree usted que el contenido visual ayuda a entender más la información?* y se obtuvieron los siguientes resultados: Casi nunca 14 .00%, Regularmente 14.00%, A veces 22.00% y Siempre 50.00%.

**Tabla 19.**

*¿Considerar el contenido audiovisual resulta ser interesante en la información brindada?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|        | Casi nunca   | 4          | 8,0        | 8,0               | 12,0                 |
|        | Regularmente | 12         | 24,0       | 24,0              | 36,0                 |
|        | A veces      | 16         | 32,0       | 32,0              | 68,0                 |
|        | Siempre      | 16         | 32,0       | 32,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |



**Figura 20.** *¿Considerar el contenido audiovisual resulta ser interesante en la información brindada?*

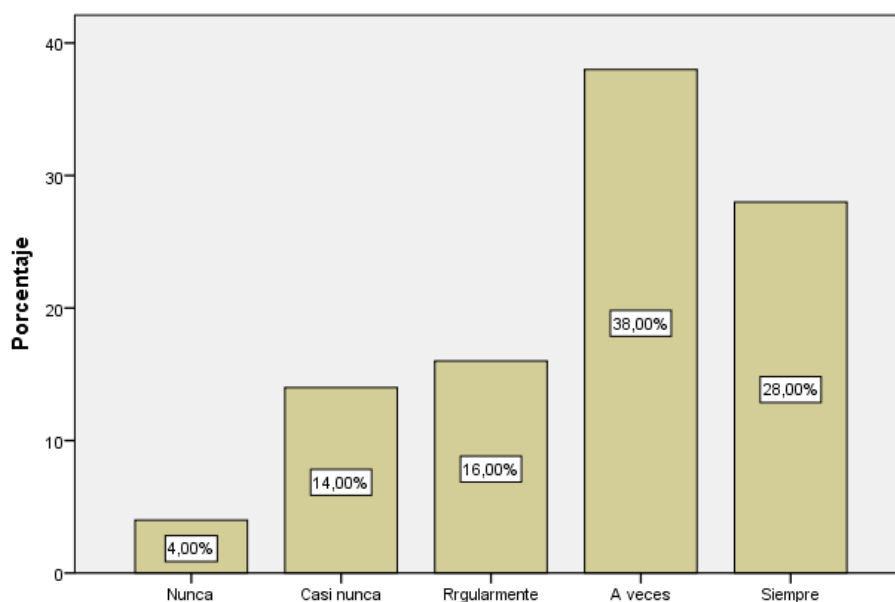
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según gráfico que a la población se le preguntó *¿Considerar el contenido audiovisual resulta ser interesante en la información brindada?* y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 8.00%, Regularmente 24.00%, A veces 32.00% y Siempre 32.00%.

**Tabla 20.**

*¿Cree usted que la primera frase de un titular indica la noticia que se quiere impartir?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|        | Casi nunca   | 7          | 14,0       | 14,0              | 18,0                 |
|        | Regularmente | 8          | 16,0       | 16,0              | 34,0                 |
|        | A veces      | 19         | 38,0       | 38,0              | 72,0                 |
|        | Siempre      | 14         | 28,0       | 28,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |



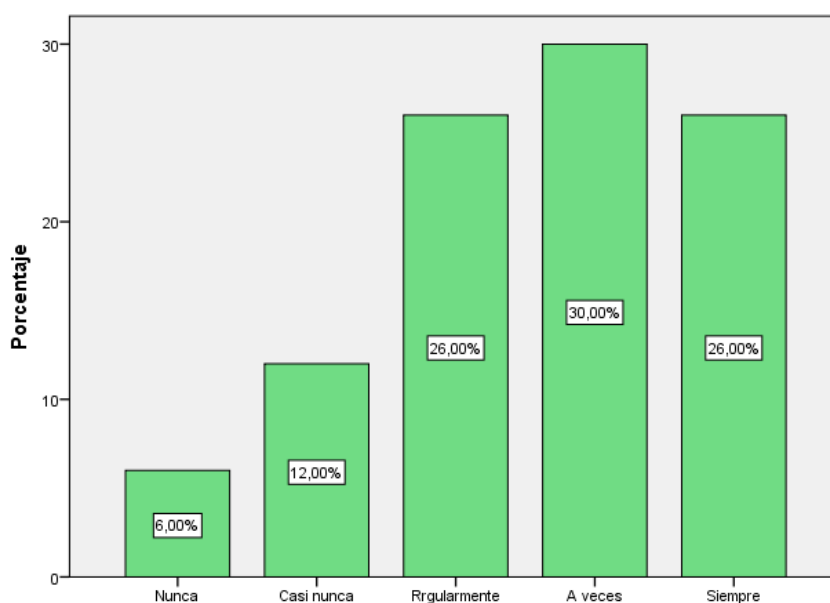
**Figura 21.** *¿Cree usted que la primera frase de un titular indica la noticia que se quiere impartir?*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto ¿Cree usted que la primera frase de un titular indica la noticia que se quiere impartir? y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 14.00%, Regularmente 16.00%, A veces 38.00% y Siempre 28.00%

**Tabla 21.**  
*Titular*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Nunca        | 3          | 6,0        | 6,0                  | 6,0                     |
|        | Casi nunca   | 6          | 12,0       | 12,0                 | 18,0                    |
|        | Regularmente | 13         | 26,0       | 26,0                 | 44,0                    |
|        | A veces      | 15         | 30,0       | 30,0                 | 74,0                    |
|        | Siempre      | 13         | 26,0       | 26,0                 | 100,0                   |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0                |                         |



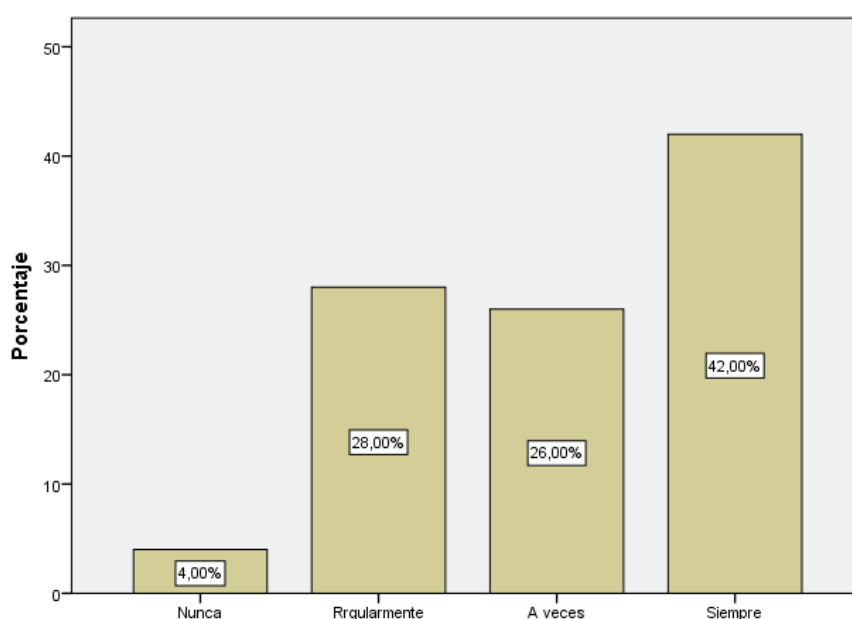
**Figura 22.** Titular  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le evaluó la dimensión Titular y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 9.00%, Casi nunca 12.00%, Regularmente 26.00%, A veces 30.00% y Siempre 26.00%.

**Tabla 22.**

*¿Los subtítulos son importantes para saber qué temas se tratará?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|        | Regularmente | 14         | 28,0       | 28,0              | 32,0                 |
|        | A veces      | 13         | 26,0       | 26,0              | 58,0                 |
|        | Siempre      | 21         | 42,0       | 42,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

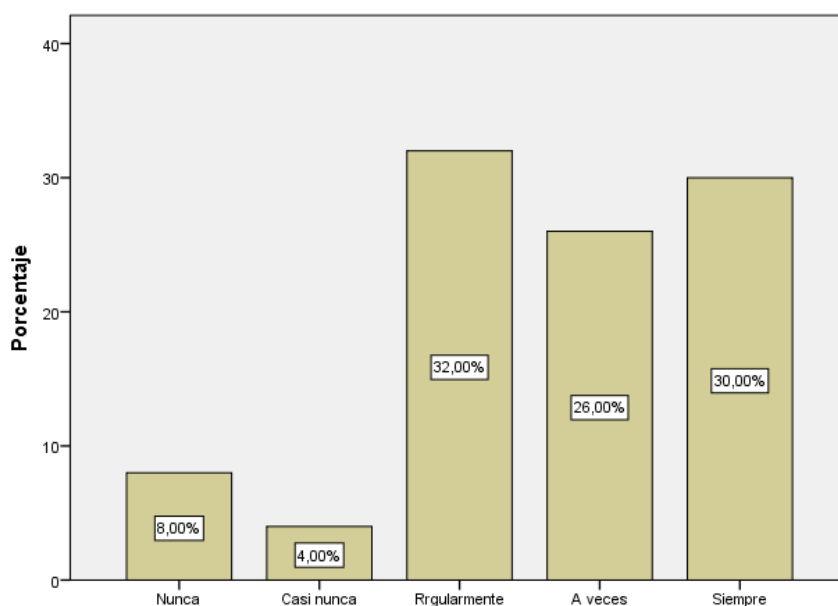


**Figura 23** *¿ Los subtítulos son importantes para saber qué temas se tratará?*  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto *¿Los subtítulos son importantes para saber qué temas se tratará?* y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Regularmente 28.00%, A veces 26.00% y Siempre 42.00%

**Tabla 23.***¿Los títulos breves son más entendibles?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 4          | 8,0        | 8,0               | 8,0                  |
|        | Casi nunca   | 2          | 4,0        | 4,0               | 12,0                 |
|        | Regularmente | 16         | 32,0       | 32,0              | 44,0                 |
|        | A veces      | 13         | 26,0       | 26,0              | 70,0                 |
|        | Siempre      | 15         | 30,0       | 30,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

**Figura 24.** ¿Los títulos breves son más entendibles?

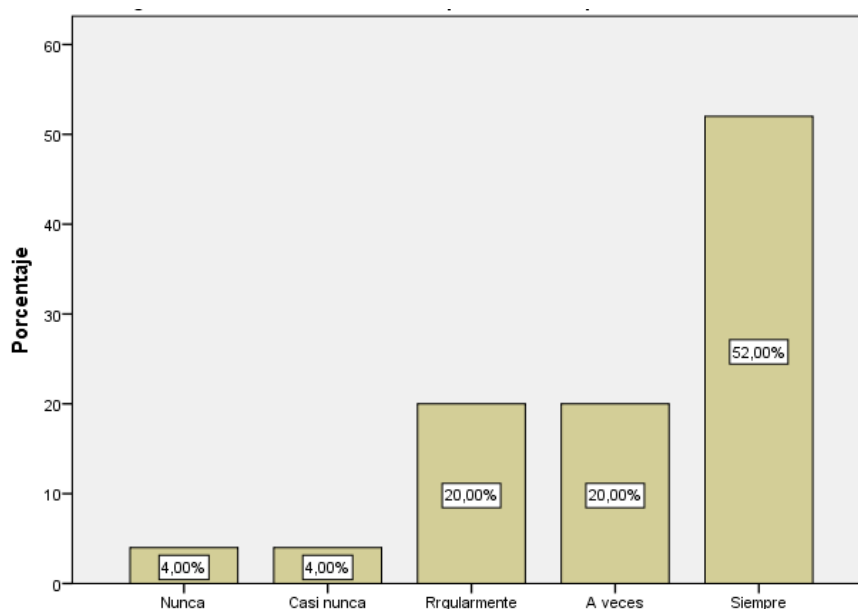
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según gráfico que a la población se le preguntó ¿Los títulos breves son más entendibles? y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 8.00%, Casi nunca 4.00%, Regularmente 32.00%, A veces 26.00% y Siempre 30.00%

**Tabla 24.**

*¿Los titulares deben ser comprensibles a primera vista?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|        | Casi nunca   | 2          | 4,0        | 4,0               | 8,0                  |
|        | Regularmente | 10         | 20,0       | 20,0              | 28,0                 |
|        | A veces      | 10         | 20,0       | 20,0              | 48,0                 |
|        | Siempre      | 26         | 52,0       | 52,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |



**Figura 25.** *¿Los titulares deben ser comprensibles a primera vista?*

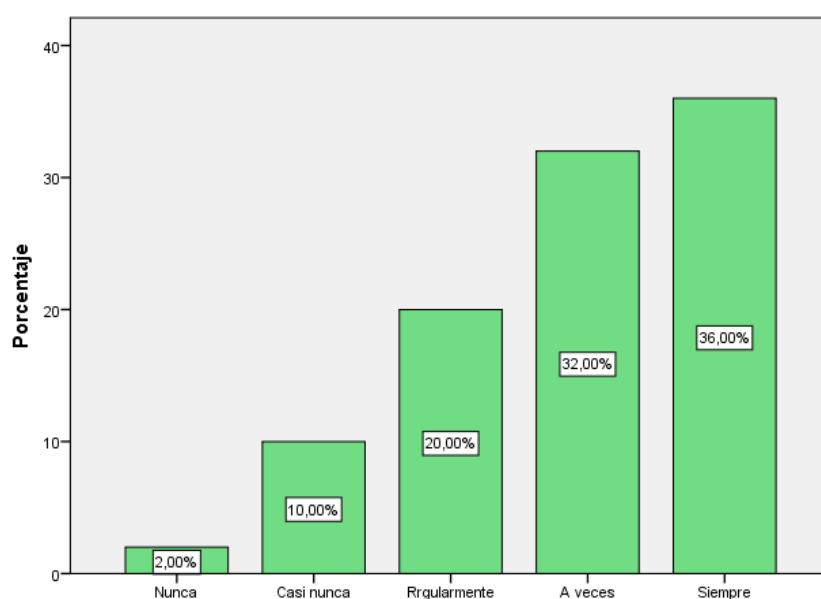
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto ¿Los titulares deben ser comprensibles a primera vista? y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 4.00%, Regularmente 20.00%, A veces 20.00% y Siempre 52.00%



**Tabla 25.**  
*Cromatismo*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0                  | 2,0                     |
|        | Casi nunca   | 5          | 10,0       | 10,0                 | 12,0                    |
|        | Regularmente | 10         | 20,0       | 20,0                 | 32,0                    |
|        | A veces      | 16         | 32,0       | 32,0                 | 64,0                    |
|        | Siempre      | 18         | 36,0       | 36,0                 | 100,0                   |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0                |                         |

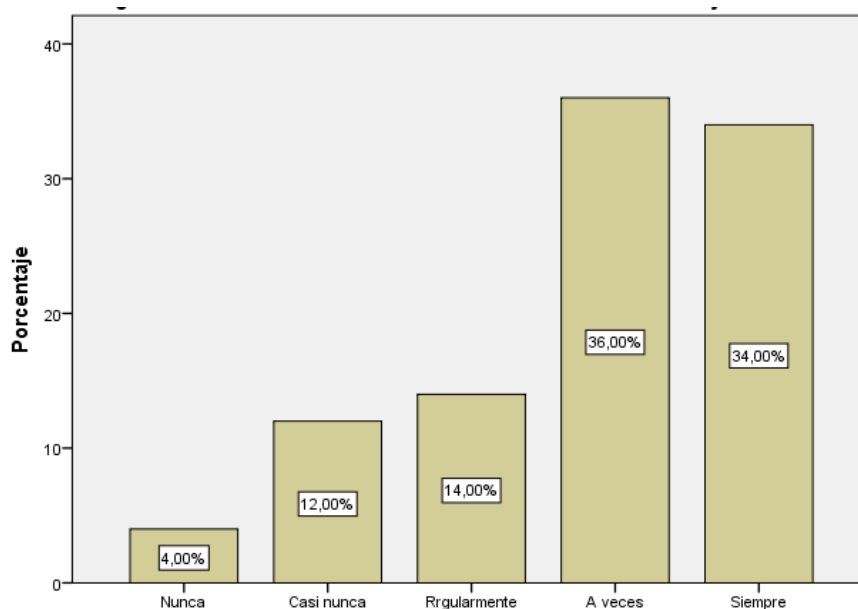


**Figura 26.** Cromatismo  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le evaluó la dimensión Cromatismo y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 2.00%, Casi nunca 10.00%, Regularmente 20.00%, A veces 32.00% y Siempre 36.00%.

**Tabla 26.***¿Una noticia escrita con efecto de color se entiende mejor?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|        | Casi nunca   | 6          | 12,0       | 12,0              | 16,0                 |
|        | Regularmente | 7          | 14,0       | 14,0              | 30,0                 |
|        | A veces      | 18         | 36,0       | 36,0              | 66,0                 |
|        | Siempre      | 17         | 34,0       | 34,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

**Figura 27.** *¿Una noticia escrita con efecto de color se entiende mejor?*

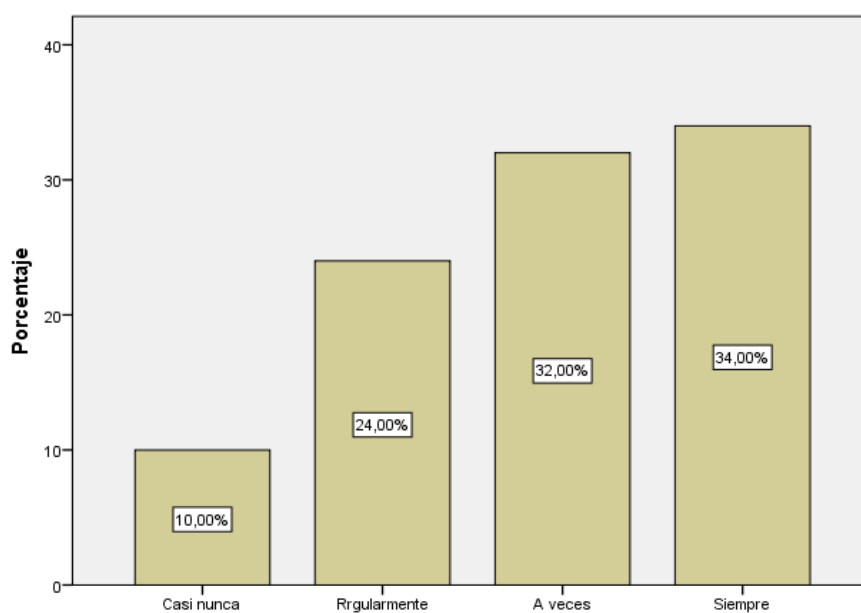
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto ¿Una noticia escrita con efecto de color se entiende mejor? y se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 4.00%, Casi nunca 12.00%, Regularmente 14.00%, A veces 36.00% y Siempre 34.00%

**Tabla 27.**

*¿Los colores brindan una percepción psicológica en la foto?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Casi nunca   | 5          | 10,0       | 10,0              | 10,0                 |
|        | Regularmente | 12         | 24,0       | 24,0              | 34,0                 |
|        | A veces      | 16         | 32,0       | 32,0              | 66,0                 |
|        | Siempre      | 17         | 34,0       | 34,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |



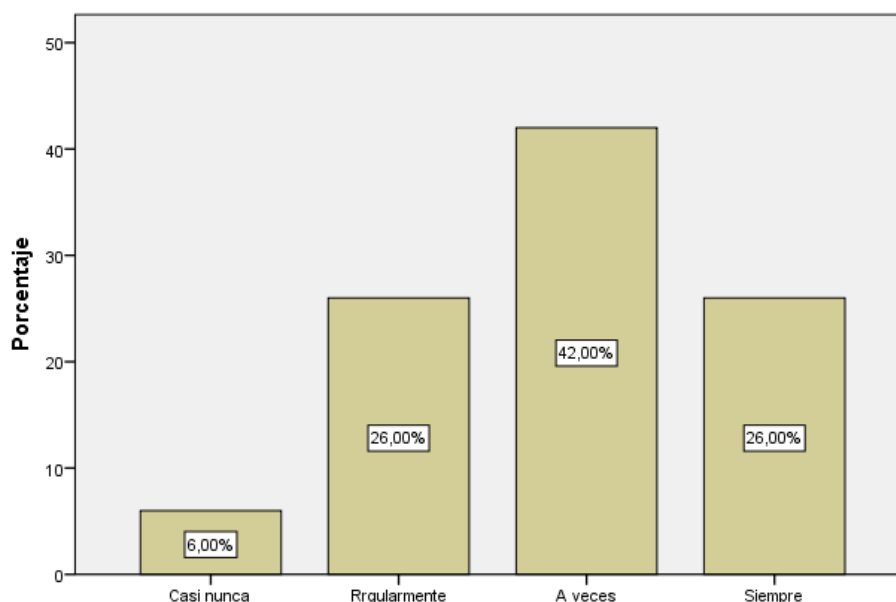
**Figura 28.** *¿Los colores brindan una percepción psicológica en la foto?*  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según grafico que a la población se le pregunto ¿Los colores brindan una percepción psicológica en la foto? y se obtuvieron los siguientes resultados: Casi nunca 10.00%, Regularmente 24.00%, A veces 32.00% y Siempre 34.00%

**Tabla 28.**

*¿La nueva tecnología en la información brinda más habilidad en la comunicación?*

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Casi nunca   | 3          | 6,0        | 6,0               | 6,0                  |
|        | Regularmente | 13         | 26,0       | 26,0              | 32,0                 |
|        | A veces      | 21         | 42,0       | 42,0              | 74,0                 |
|        | Siempre      | 13         | 26,0       | 26,0              | 100,0                |
|        | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |



**Figura 29.** ¿La nueva tecnología en la información brinda más habilidad en la comunicación?

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede apreciar según gráfico que a la población se le preguntó ¿La nueva tecnología en la información brinda más habilidad en la comunicación? y se obtuvieron los siguientes resultados: Casi nunca 6.00%, Regularmente 26.00%, A veces 42.00% y Siempre 26.00%

## 4.2. Correlación de la hipótesis

### Hipótesis general

HG. El periodismo si se relaciona con la percepción de la noticia de temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco - 2021.

Planeamiento hipotético

Ho: El periodismo NO se relaciona con la percepción de la noticia de temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco - 2021.

H1: El periodismo SI se relaciona con la percepción de la noticia de temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco - 2021.

**Tabla 29.**

*Correlaciones de Periodismo y Percepción de la Noticia*

|                          |                        | Periodismo | Percepción de la noticia |
|--------------------------|------------------------|------------|--------------------------|
| Periodismo               | Correlación de Pearson | 1          | ,896**                   |
|                          | Sig. (bilateral)       |            | ,000                     |
|                          | N                      | 50         | 50                       |
| Percepción de la noticia | Correlación de Pearson | ,896**     | 1                        |
|                          | Sig. (bilateral)       | ,000       |                          |
|                          | N                      | 50         | 50                       |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Los resultados estadísticos arrojaron un valor alto y positivo es decir ,896 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: El periodismo SI se relaciona con la percepción de la noticia de temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco - 2021.

### Hipótesis específica 1

HE. La dimensión Individuo-Audiencia se relaciona significativamente con la percepción de noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

Planeamiento hipotético

Ho: La dimensión Individuo-Audiencia NO se relaciona significativamente con la percepción de noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

H1: La dimensión Individuo-Audiencia SI se relaciona significativamente con la percepción de noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

**Tabla 30.**

*Correlaciones de Individuo audiencia y Percepción de la Noticia*

|                             |                        | <b>Individuo<br/>audiencia</b> | <b>Percepción<br/>de la noticia</b> |
|-----------------------------|------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|
| Individuo<br>audiencia      | Correlación de Pearson | 1                              | ,913**                              |
|                             | Sig. (bilateral)       |                                | ,000                                |
|                             | N                      | 50                             | 50                                  |
| Percepción<br>de la noticia | Correlación de Pearson | ,913**                         | 1                                   |
|                             | Sig. (bilateral)       | ,000                           |                                     |
|                             | N                      | 50                             | 50                                  |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Los resultados estadísticos arrojaron un valor alto y positivo es decir ,913 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: La dimensión Individuo-Audiencia SI se relaciona significativamente con la percepción de noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

## Hipótesis específica 2

La dimensión Empresarial se relaciona significativamente con la percepción empresarial de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

Planeamiento Hipotético

Ho: La dimensión Empresarial NO se relaciona significativamente con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco-2021.

H1: La dimensión Empresarial SI se relaciona significativamente con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco-2021.

**Tabla 31.**  
*Correlaciones Empresarial y Percepción de la Noticia*

|                          |                        | Empresarial | Percepción de la noticia |
|--------------------------|------------------------|-------------|--------------------------|
| Empresarial              | Correlación de Pearson | 1           | ,896**                   |
|                          | Sig. (bilateral)       |             | ,000                     |
|                          | N                      | 50          | 50                       |
| Percepción de la noticia | Correlación de Pearson | ,896**      | 1                        |
|                          | Sig. (bilateral)       | ,000        |                          |
|                          | N                      | 50          | 50                       |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Los resultados estadísticos arrojaron un valor alto y positivo es decir ,896 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: La dimensión Empresarial SI se relaciona significativamente con la percepción empresarial de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

### Hipótesis específica 3

La dimensión Social se relaciona significativamente con la percepción social de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

#### Planeamiento Hipotético

Ho: La dimensión Social NO se relaciona significativamente con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

H1: La dimensión Social SI se relaciona significativamente con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

**Tabla 32.**  
*Correlaciones Social y Percepción de la Noticia*

|                          |                        | Social | Percepción de la noticia |
|--------------------------|------------------------|--------|--------------------------|
| Social                   | Correlación de Pearson | 1      | ,896**                   |
|                          | Sig. (bilateral)       |        | ,000                     |
|                          | N                      | 50     | 50                       |
| Percepción de la noticia | Correlación de Pearson | ,896** | 1                        |
|                          | Sig. (bilateral)       | ,000   |                          |
|                          | N                      | 50     | 50                       |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Los resultados estadísticos arrojaron un valor alto y positivo es decir ,896 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: La dimensión Social SI se relaciona significativamente con la percepción social de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.



## V. DISCUSIÓN

### 5.1. Análisis de discusión de resultados

Según Ruiz Balarezo (2019) menciona que los resultados en que el análisis en la que se concluye con la presente investigación es que el perfil del periodista influye en la toma de decisiones según la percepción de los televidentes. En tal sentido se puede entender que en la investigación se ha determinado que, si el profesional ha empoderado sus competencias profesionales, será favorable según la percepción de los televidentes e incidirá directamente en la toma de decisiones de la ciudadanía. Esto se relaciona con la Hipótesis General que dice: El periodismo SI se relaciona con la percepción de la noticia de temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco - 2021. Los resultados estadísticos arrojaron un valor alto y positivo es decir ,896 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: El periodismo SI se relaciona con la percepción de la noticia de temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco - 2021.

Según Pellegrino Carranza (2019) menciona que los resultados del tratamiento periodístico generan una estrecha relación con la verdad difundida desde la forma de seleccionar la información para notas políticas hasta una verdad noticiosa a medias o en otros términos la posverdad noticiosa. Por tal motivo podemos decir que la presente investigación trata sobre la verdad a medias difundidas por los medios de comunicación, ya detrás de la noticia existen intereses por los llamados grupos de poder; por yanto el tratamiento periodístico está sujeto a una manipulación, atentando claramente con la ética que deben conservar los medios de comunicación. Esto se relaciona con la Hipótesis Especifica 1 que dice: La dimensión Individuo-Audiencia SI se relaciona significativamente con la percepción de noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021. Los resultados estadísticos arrojaron un valor alto y positivo es decir ,913 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: La dimensión Individuo-Audiencia SI se relaciona significativamente con la percepción de noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

Según Taco Velasco (2017) menciona que los resultados concluyen que la población ambateña quiere que UNIMAX TV en su contenido estelar presente notas de investigación, y más si son temas de interés como por ejemplo notas sobre el desempleo, lo social, drogas, corrupción, entre otros, la sociedad busca que el noticiero estelar sea más investigativo. Por tal razón de acuerdo a la investigación y de acuerdo a la percepción de la ciudadanía, la información que se brinde en determinado noticiero debe ser de carácter investigativo y no de meros comentarios o noticias volátiles que hacen daño a personas, organizaciones e instituciones en general. Esto se relaciona con la Hipótesis Específica 2 que dice: La dimensión Empresarial SI se relaciona significativamente con la percepción empresarial de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021. Los resultados estadísticos arrojaron un valor alto y positivo es decir ,896 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: La dimensión Empresarial SI se relaciona significativamente con la percepción empresarial de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

Según León & Rivera (2018) mencionan que los resultados La conclusión de la investigación es que la televisión es uno de los medios de comunicación más consumidos por las personas, debido a que informa y al mismo tiempo entretiene al público; la ventaja del periodismo digital sobre aquella es que permite que no solo podamos enterarnos de las noticias el día que ocurrieron, sino que volvamos a verlas cada vez que queramos ingresando al sitio web de los medios de comunicación. Por tal razón todos los medios de comunicación de masas como lo son radio, televisión y prensa están apostando por una nueva forma de hacer periodismo mediante la creación de sitios web para poder satisfacer las necesidades de nuestra sociedad actual, la cual está sumergida en el mundo de la tecnología. Sin embargo, se espera que la comunicación y periodismo no se traduzca en una forma nefasta de conducir la noticia. Esto se relaciona con la Hipótesis Específica 3 que dice: La dimensión Social SI se relaciona significativamente con la percepción social de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021. Los resultados estadísticos arrojaron un valor alto y positivo es decir ,896 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: La dimensión Social SI se relaciona significativamente con la percepción social de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

## VI. CONCLUSIONES

- 1) Sobre el periodismo y las noticias de corrupción, los resultados estadísticos arrojaron un valor alto y positivo es decir ,896 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: El periodismo SI se relaciona con la percepción de la noticia de temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco - 2021.
- 2) Para el objetivo Individuo-Audiencia, la estadística arrojó un valor alto y positivo es decir ,913 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: La dimensión Individuo-Audiencia SI se relaciona significativamente con la percepción de noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.
- 3) Para el objetivo empresarial, los resultados estadísticos arrojaron un valor alto y positivo es decir ,896 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: La dimensión Empresarial SI se relaciona significativamente con la percepción empresarial de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.
- 4) Y finalmente en cuanto a lo social, los resultados estadísticos arrojaron un valor alto y positivo es decir ,896 y Significancia bilateral de ,000 este tiene que ser menor a ,005, para este caso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: La dimensión Social SI se relaciona significativamente con la percepción social de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.

## **VII. RECOMENDACIONES.**

- 1) Se recomienda para el periodismo y las noticias de corrupción que las noticias sean basadas en hechos reales con datos puntuales que brinde a la población de la veracidad de la noticia.
- 2) Se recomienda para el objetivo Individuo-Audiencia considerar dentro de estas a toda la población en general por lo que las noticias se pueden matizar en el día y en la noche para respetar la sensibilidad de las personas.
- 3) Se recomienda para el objetivo empresarial, que esta tiene que ser considerando valores, ideas, editar, crear sobre determinadas noticias empresarial que está ligada al comercio y a lo económico.
- 4) Finalmente se recomienda en cuanto a lo social, considerar la ética de los periodistas se mide a su capacidad sistemática de evitar la celebridad. En la sociedad, el periodista debe trabajar duramente para volverse útil y todavía más difícil para no caer en la vanidad de creer en el poder.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arce & Sebastián (2020), Influencia de los medios de comunicación y la percepción de inseguridad en la ciudadanía. El caso de los noticieros en televisión” de la Universidad de Ciencias Aplicadas-UPC.
- Barrutia Navarrete, M. (2021), “Deontología Jurídica del Periodismo. Aproximaciones éticas y soluciones para una nueva narrativa basadas en la extranjería” Universidad de Sevilla, año 2020.
- Castro (2021), Periodismo de investigación y libertad de prensa en el diario el comercio. Caso: cuellos blancos del puerto” de la Universidad de San Martín de Porres.
- Chasqui (2020), El periodismo en América Latina. Ciespal. Edición 146. 2020. pp.10.
- Concepto (2021). La percepción. Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/percepcion/>
- Contraloría General de la República (2021).
- Definiciones ABC (2021). Tu diccionario hecho fácil. Pp. 140.
- Definiciones de Oxford (2020) Languages - Más información. pp. 259.
- Delgado (2021), “Curación de contenidos en el periodismo digital. Conceptualización y propuesta de un sistema para la evaluación de la curación en medios de comunicación digitales”. Universitat Pompeu Fabra, 2021.
- Dictionary (2021). Gran Diccionario de la Lengua Española. Larousse Editorial, S.L.
- Dictionary (2021). Gran Diccionario de la Lengua Española. Larousse Editorial, S.L.
- Economipedia (2021), haciendo fácil la ECONOMIA.
- Fabián Coelho (2021) el significado de las palabras.
- Flores (2021). El periodismo y la dimensión social de la libertad de expresión. Anahuac. <https://www.anahuac.mx/puebla/el-periodismo-y-la-dimension-social-la-libertad-expresion>
- Franco (2020) dimensiones del periodismo. Fundación Gabo.

- Gallur Santorum (2020), "Hacia dónde va el periodismo en América Latina: un estado de la cuestión crítico", en Contribuciones a las Ciencias Sociales, Junio 2020.
- González (2021), el cromatismo. El portal del arte.  
<http://www.portaldearte.cl/terminos/cromatis.htm>
- Google académico (2021). La percepción y su significado. Pp. 127
- Hernández, R. et al. (2016). Metodología de la Investigación. (6ª ed.). México D.F.: Ediciones McGRAW-HILL.
- Idehpucp (2021), La percepción de la corrupción en el Perú en los últimos años.  
<https://idehpucp.pucp.edu.pe/analisis1/la-percepcion-de-la-corrupcion-en-el-peru-en-los-ultimos-anos/>
- IIP (2018). Instituto de investigación del Perú. <https://medium.com/@iiperu/la-prensa-en-el-peru-es-complice-de-la-corrupcion-ff84cd7972af>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2020). Perú: Percepción Ciudadana sobre Gobernabilidad, Democracia y Confianza en las Instituciones (Informe Técnico Julio – Diciembre 2019). Instituto Nacional de Estadística e Informática. [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin\\_gobernabilidad\\_febrero2020.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_gobernabilidad_febrero2020.pdf)
- Ipp (2020). La diagramación y su importancia en el diseño.  
<https://www.ipp.edu.pe/blog/diagramacion/>
- Leñero & Marín (2017). Manual del periodismo (pp. 17-18).
- León & Rivera (2018), "Influencia del periodismo digital en nuestra Sociedad actual" de la Universidad Estatal de Milagro del Ecuador.
- Méndez Sandoval (2020), Nivel de percepción de los trujillanos sobre la imagen de las conductoras de noticieros televisivos de señal abierta, en el periodo setiembre- octubre de 2020". Universidad Privada del Norte.
- Montaño Rozo (2020), Matrimonio entre ciencia y periodismo: clave para informar en tiempos de crisis. Pesquisa Javeriana de Colombia.  
<https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/tag/medios-de-comunicacion/>

- Palella, S. & Martins, F. (2012). Metodología de la investigación cuantitativa. FEDUPEL. Caracas, Venezuela.
- Pellegrino Carranza (2019), La posverdad noticiosa incide en el tratamiento periodístico de temas políticos, en el diario El Comercio en el año 2019.
- Proética (2019). XI Encuesta nacional anual sobre percepciones de corrupción. Proética. <https://www.proetica.org.pe/contenido/xi-encuesta-nacional-sobre-percepciones-de-la-corrupcion-en-el-peru-2019/>
- Propuesta Ciudadana (2020), Propuesta Ciudadana orientado a conocer y manejar las herramientas de vigilancia ciudadana. Grupo propuesta ciudadana. P. 19.
- Polaría, C., Cardona, F., Castañeda, G., Vargas, I., Calvache, O. y Abanto, W. (2020) Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa, aspectos conceptuales y prácticos para la aplicación en niveles de educación superior. Perú.
- RAE (2021) Glosario de términos gramaticales. <https://dle.rae.es/titularrtve.es> (2021), manual de estilo rtve. <http://manualdeestilo.rtve.es/directrices-para-los-profesionales-de-los-medios-interactivos/4-5-la-estructura-de-la-noticia/>
- Ruiz Balarezo (2019), El Perfil del periodista de los noticieros televisivos y sus competencias profesionales según la percepción de los televidentes de la Urbanización Los Patricios del distrito de Jesús María, en 2019". Universidad Jaime Bausate.
- Sánchez Correa (2019), "Análisis del impacto del periodismo ciudadano de diario el universo, 'testigo móvil' sobre la percepción del quehacer periodístico en la población adulta de la parroquia carbo-concepción" de la Universidad de Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- Taco Velasco (2017), "El periodismo investigativo y el contenido del noticiero estelar de unimax canal 34 del cantón Ambato". Universidad Técnica de Ambato-Ecuador.
- Telesur (2018). Impacto global. Tve.

## **ANEXOS**



## Anexo 1. Matriz de consistencia

| Problema   | Objetivos   | Hipótesis  | Variables   | Metodología  |
|--|---|--|---|--|
| <p><b>Problema General:</b><br/>¿Cómo el periodismo se relaciona con la percepción de la noticia sobre temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021?</p> <p><b>Problemas Específicos</b><br/>¿Cómo la dimensión individuo-audiencia se relaciona con la percepción de la noticia sobre temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021?</p> <p>¿De qué la dimensión empresarial se relaciona con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021?</p> <p>¿Cómo la Dimensión Social se relacionan con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021?</p> | <p><b>Objetivo General</b><br/>Determinar cómo el periodismo se relaciona con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b><br/>Conocer cómo la dimensión Individuo-Audiencia se relaciona con la percepción de noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.</p> <p>Identificar cómo la dimensión Empresarial se relaciona con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.</p> <p>Determinar cómo la dimensión Social se relaciona con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.</p> | <p><b>Hipótesis General</b><br/>El periodismo se relaciona de manera significativa con la percepción de la noticia en temas de corrupción. Distrito de Yauri, Cusco - 2021.</p> <p><b>Hipótesis Específicas</b><br/>La dimensión Individuo-Audiencia se relaciona significativamente con la percepción de noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.</p> <p>La dimensión Empresarial se relaciona significativamente con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.</p> <p>La dimensión Social se relaciona significativamente con la percepción de la noticia en temas de corrupción, distrito de Yauri, Cusco- 2021.</p> | <p>Variable (X)<br/>1<br/>Periodismo.<br/><br/>Individuo-audiencia<br/><br/>Empresarial<br/><br/>Social</p> <p>Variable (Y)<br/>2<br/>Percepción de la noticia</p> <p>Diagramación<br/><br/>Titular<br/><br/>Cromatismo</p> | <p><b>Tipo de la investigación</b><br/>Aplicada</p> <p><b>Nivel de la investigación</b><br/>Descriptivo correlacional</p> <p><b>Diseño de la Investigación</b><br/>No experimental</p> <p><b>Enfoque de la Investigación</b><br/>Cuantitativa</p> <p><b>Muestra</b><br/>50 personas</p> <p>Técnica<br/>Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b><br/>Cuestionario</p> <p><b>Análisis estadístico</b><br/>SPSS</p> |

Fuente: Elaboración propia de tesistas.

## Anexo 2. Operacionalización de la variable

| VARIABLES                       | DIMENSIONES         | INDICADORES  | ÍTEMS   | ESCA-LAS | RANGO                   |
|---------------------------------|---------------------|--|---|----------|-------------------------|
| <b>Periodismo</b>               | Individuo-audiencia | Responsabilidad<br>Detalle<br>Publicación                        | ¿Se tiene responsabilidad sobre la noticia?<br>¿Considera que han dado detalles de la noticia?<br>¿La publicación es actualizada?   | Likert   | Nunca<br><br>Casi Nunca |
|                                 | Empresarial         | Crítica<br>Rigor<br>Transparencia                                | ¿Considera que hay nivel de crítica?<br>¿Hay intereses empresariales de por medio?<br>¿Existe transparencia en los medios?<br>¿La noticia se pone énfasis en el área local? |          |                         |
|                                 | Social              | Local<br>Nacional<br>Global                                      | ¿La noticia se pone énfasis en el área nacional?<br>¿La noticia se pone énfasis en el área internacional?   |          | Regularmente            |
| <b>Percepción de la noticia</b> | Diagramación        | Ilusión óptica<br>Codificación<br>Primera frase<br>Segunda frase | ¿Le gustan las ilustraciones gráficas?<br>¿Entiende las palabras técnicas?<br>¿Los titulares son exagerados?  | Likert   | A veces<br><br>Siempre  |
|                                 | Titular             | Brevedad<br>Comprensión  | ¿Los titulares son importantes?<br>¿Los titulares son breves?<br>¿Comprende los titulares?  |          |                         |
|                                 | Cromatismo          | Realismo<br>Atención<br>Psicología                               | ¿Considera que la noticia es real?<br>¿Informan cosas importantes?<br>¿Se motiva o preocupa al ver esta noticia?  |          |                         |

## Anexo 3. Instrumento

### CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Querido ciudadano, te invitamos a participar del presente estudio denominado:

**EL PERIODISMO Y SU RELACIÓN CON LA PERCEPCIÓN DE LA NOTICIA SOBRE TEMAS DE CORRUPCIÓN. DISTRITO DE YAURI, CUSCO-2021.**

**TU RESPUESTA ES IMPORTANTE:**

**¡Lee atentamente la pregunta y marca con un aspa la respuesta que usted crea conveniente! Su información es confidencial y debe ser verídica.**

**CUESTIONARIO.**

**VARIABLE PERIODISMO**

**Individuo audiencia**

1. **¿Se tiene responsabilidad sobre la noticia en cuanto temas de corrupción?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
2. **¿Considera que han dado detalles de la noticia sobre tema municipales?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
3. **¿La publicación es actualizada sobre lo que está sucediendo en la Municipalidad?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
4. **¿Considera que hay nivel de crítica de los diarios de la zona?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre

**Empresarial**

5. **¿Hay intereses empresariales de por medio detrás de la noticia?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
6. **¿Existe transparencia en los medios periodísticos?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre

**Social**

7. **¿La noticia pone énfasis en el área local en temas de corrupción?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
8. **¿La noticia pone énfasis en el área nacional en temas de corrupción?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre

9. **¿La noticia se pone énfasis en el área internacional en temas de corrupción?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
10. **¿Le gustan las ilustraciones gráficas de los diarios de la zona?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre

## **PERCEPCIÓN DE LA NOTICIA**

### **Diagramación**

11. **¿Prefiere usted solo el contenido escrito en una lectura?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
12. **¿Cree usted que el contenido visual ayuda a entender más la información?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
13. **¿Considerar el contenido audiovisual resulta ser interesante en la información brindada?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
14. **¿Cree usted que la primera frase de un titular indica la noticia que se quiere impartir?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre

### **Titular**

15. **¿Los subtítulos son importantes para saber que temas se tratará?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
16. **¿Los títulos breves son más entendibles?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
17. **¿Los titulares deben ser comprensibles a primera vista?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre

### **Cromatismo**

18. **¿Una noticia escrita con efecto de color se entiende mejor?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
19. **¿Los colores brindan una percepción psicológica en la foto?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre
20. **¿La nueva tecnología en la información brinda más habilidad en la comunicación?**  
a) Nunca b) Casi Nunca c) Regularmente d) A veces e) Siempre

**¡Gracias por tu Colaboración!**

#### Anexo 4. Validación de juicio de expertos

| Nº  | DIMENSIONES / ITEMS  | Pertinencia |    | Relevancia |    | Claridad |    | Sugerencias |
|---|--|-------------|----|------------|----|----------|----|-------------|
|   |  | SI          | NO | SI         | NO | SI       | NO |             |
| <b>Variable Independiente: Periodismo</b>             |  |             |    |            |    |          |    |             |
| <b>Dimensión: Individuo audiencia</b>                 |  |             |    |            |    |          |    |             |
| 1   | ¿Se tiene responsabilidad sobre la noticia en cuanto temas de corrupción?                | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 2   | ¿Considera que han dado detalles de la noticia sobre tema municipales?                   | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 3   | ¿La publicación es actualizada sobre lo que está sucediendo en la Municipalidad?         | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 4   | ¿Considera que hay nivel de crítica de los diarios de la zona?                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| <b>Dimensión: Empresarial</b>                         |  |             |    |            |    |          |    |             |
| 5   | ¿Hay intereses empresariales de por medio detrás de la noticia?                          | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 6   | ¿Existe transparencia en los medios periodísticos?                                       | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| <b>Dimensión: Social</b>                              |  |             |    |            |    |          |    |             |
| 7   | ¿La noticia pone énfasis en el área local en temas de corrupción?                        | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 8   | ¿La noticia pone énfasis en el área nacional en temas de corrupción?                     | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 9   | ¿La noticia se pone énfasis en el área internacional en temas de corrupción?             | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 10  | ¿Le gustan las ilustraciones gráficas de los diarios de la zona?                         | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| <b>Variable Dependiente: PERCEPCIÓN DE LA NOTICIA</b> |  |             |    |            |    |          |    |             |
| <b>Dimensión: Diagramación</b>                        |  |             |    |            |    |          |    |             |
| 11  | ¿Prefiere usted solo el contenido escrito en una lectura?                                | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 12  | ¿Cree usted que el contenido visual ayuda a entender más la información?                 | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 13  | ¿Considerar el contenido audiovisual resulta ser interesante en la información brindada? | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 14  | ¿Cree usted que la primera frase de un titular indica la noticia que se quiere impartir? | X           |    | X          |    | X        |    |             |

| <b>Dimensión Titular</b>    |   |   |  |   |  |   |  |
|-----------------------------|---|---|--|---|--|---|--|
| 15                          | ¿Los subtítulos son importantes para saber qué temas se tratará?                | X |  | X |  | X |  |
| 16                          | ¿Los títulos breves son más entendibles?  | X |  | X |  | X |  |
| 17                          | ¿Los titulares deben ser comprensibles a primera vista?                         | X |  | X |  | X |  |
| <b>Dimensión Cromatismo</b> |   |   |  |   |  |   |  |
| 18                          | ¿Una noticia escrita con efecto de color se entiende mejor?                     | X |  | X |  | X |  |
| 19                          | ¿Los colores brindan una percepción psicológica en la foto?                     | X |  | X |  | X |  |
| 20                          | ¿La nueva tecnología en la información brinda más habilidad en la comunicación? | X |  | X |  | X |  |

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA.**

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ( X ) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

**Apellidos y nombres del Juez evaluador. Dr. /Mg:**

**Mg. María Elena Gamio Vergara**

**DNI: 09960732**

**Especialidad del evaluador: Licenciada en Comunicación Social-UNMSM y Magister en Marketing-ESAN-**

.....  
**Firma del Experto Informante.**

| Nº  | DIMENSIONES / ITEMS  | Pertinencia |    | Relevancia |    | Claridad |    | Sugerencias |
|---|--|-------------|----|------------|----|----------|----|-------------|
|   |  | SI          | NO | SI         | NO | SI       | NO |             |
| <b>Variable Independiente: Periodismo</b>             |  |             |    |            |    |          |    |             |
| <b>Dimensión: Individuo audiencia</b>                 |  |             |    |            |    |          |    |             |
| 1   | ¿Se tiene responsabilidad sobre la noticia en cuanto temas de corrupción?                | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 2   | ¿Considera que han dado detalles de la noticia sobre tema municipales?                   | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 3   | ¿La publicación es actualizada sobre lo que está sucediendo en la Municipalidad?         | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 4   | ¿Considera que hay nivel de crítica de los diarios de la zona?                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| <b>Dimensión: Empresarial</b>                         |  |             |    |            |    |          |    |             |
| 5   | ¿Hay intereses empresariales de por medio detrás de la noticia?                          | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 6   | ¿Existe transparencia en los medios periodísticos?                                       | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| <b>Dimensión: Social</b>                              |  |             |    |            |    |          |    |             |
| 7   | ¿La noticia pone énfasis en el área local en temas de corrupción?                        | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 8   | ¿La noticia pone énfasis en el área nacional en temas de corrupción?                     | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 9   | ¿La noticia se pone énfasis en el área internacional en temas de corrupción?             | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 10  | ¿Le gustan las ilustraciones gráficas de los diarios de la zona?                         | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| <b>Variable Dependiente: PERCEPCIÓN DE LA NOTICIA</b> |  |             |    |            |    |          |    |             |
| <b>Dimensión: Diagramación</b>                        |  |             |    |            |    |          |    |             |
| 11  | ¿Prefiere usted solo el contenido escrito en una lectura?                                | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 12  | ¿Cree usted que el contenido visual ayuda a entender más la información?                 | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 13  | ¿Considerar el contenido audiovisual resulta ser interesante en la información brindada? | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 14  | ¿Cree usted que la primera frase de un titular indica la noticia que se quiere impartir? | X           |    | X          |    | X        |    |             |

| <b>Dimensión Titular</b>    |   |   |  |   |  |   |  |  |
|-----------------------------|---|---|--|---|--|---|--|--|
| 15                          | ¿Los subtítulos son importantes para saber qué temas se tratará?                | X |  | X |  | X |  |  |
| 16                          | ¿Los títulos breves son más entendibles?  | X |  | X |  | X |  |  |
| 17                          | ¿Los titulares deben ser comprensibles a primera vista?                         | X |  | X |  | X |  |  |
| <b>Dimensión Cromatismo</b> |   |   |  |   |  |   |  |  |
| 18                          | ¿Una noticia escrita con efecto de color se entiende mejor?                     | X |  | X |  | X |  |  |
| 19                          | ¿Los colores brindan una percepción psicológica en la foto?                     | X |  | X |  | X |  |  |
| 20                          | ¿La nueva tecnología en la información brinda más habilidad en la comunicación? | X |  | X |  | X |  |  |

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA**

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ( X ) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

**Apellidos y nombres del Juez evaluador. Dr. /Mg:**

**DRA. TERESA GIOVANNA CHIRINOS GASTELU.**

**DNI: 07971242.**

**Especialidad del evaluador: DRA. EN EDUCACIÓN - METODÓLOGA**

.....  
**Firma del Experto Informante.**

**Metodóloga**



## Anexo 5. Base de datos.

BASE DE DATOS DELFFOR Y PAZ SANTOS.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

|    | Nombre | Tipo       | Anchura | Decimales | Etiqueta   | Valores       | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida  | Rol     |
|----|--------|------------|---------|-----------|--|---------------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 1  | P1     | N Numérico | 8       | 0         | ¿Se tiene responsabilidad sobre la noticia en cuanto temas de corrupción?                | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 2  | P2     | N Numérico | 8       | 0         | ¿Considera que han dado detalles de la noticia sobre tema municipales?                   | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 3  | P3     | N Numérico | 8       | 0         | ¿La publicación es actualizada sobre lo que está sucediendo en la Municipalidad?         | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 4  | P4     | N Numérico | 8       | 0         | ¿Considera que hay nivel de crítica de los diarios de la zona?                           | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 5  | P5     | N Numérico | 8       | 0         | ¿Hay intereses empresariales de por medio detrás de la noticia?                          | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 6  | P6     | N Numérico | 8       | 0         | ¿Existe transparencia en los medios periodísticos?                                       | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 7  | P7     | N Numérico | 8       | 0         | ¿La noticia pone énfasis en el área local en temas de corrupción?                        | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 8  | P8     | N Numérico | 8       | 0         | ¿La noticia pone énfasis en el área nacional en temas de corrupción?                     | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 9  | P9     | N Numérico | 8       | 0         | ¿La noticia se pone énfasis en el área internacional en temas de corrupción?             | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 10 | P10    | N Numérico | 8       | 0         | ¿Le gustan las ilustraciones gráficas de los diarios de la zona?                         | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 11 | PN1    | N Numérico | 8       | 0         | ¿Prefiere usted solo el contenido escrito en una lectura?                                | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 12 | PN2    | N Numérico | 8       | 0         | ¿Cree usted que el contenido visual ayuda a entender más la información?                 | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 13 | PN3    | N Numérico | 8       | 0         | ¿Considerar el contenido audiovisual resulta ser interesante en la información brindada? | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 14 | PN4    | N Numérico | 8       | 0         | ¿Cree usted que la primera frase de un titular indica la noticia que se quiere impartir? | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 15 | PN5    | N Numérico | 8       | 0         | ¿Los titulares son importantes para saber que temas se tratará?                          | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 16 | PN6    | N Numérico | 8       | 0         | ¿Los títulos breves son más entendibles?   | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 17 | PN7    | N Numérico | 8       | 0         | ¿Los titulares deben ser comprensibles a primera vista?                                  | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 18 | PN8    | N Numérico | 8       | 0         | ¿Una noticia escrita con efecto de color se entiende mejor?                              | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 19 | PN9    | N Numérico | 8       | 0         | ¿Los colores brindan una percepción psicológica en la foto?                              | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 20 | PN10   | N Numérico | 8       | 0         | ¿La nueva tecnología en la información brinda más habilidad en la comunicación?          | {1, Nunca}... | Ninguna  | 5        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 21 | PV     | N Numérico | 8       | 0         | PERIODISMO   | {1, Nunca}... | Ninguna  | 4        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 22 | PD1    | N Numérico | 8       | 0         | Individuo audiencia  | {1, Nunca}... | Ninguna  | 4        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 23 | PD2    | N Numérico | 8       | 0         | Empresarial  | {1, Nunca}... | Ninguna  | 4        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 24 | PD3    | N Numérico | 8       | 0         | Social   | {1, Nunca}... | Ninguna  | 4        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 25 | PNV    | N Numérico | 8       | 0         | PERCEPCIÓN DE LA NOTICIA   | {1, Nunca}... | Ninguna  | 4        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 26 | PND1   | N Numérico | 8       | 0         | Diagramación   | {1, Nunca}... | Ninguna  | 4        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 27 | PND2   | N Numérico | 8       | 0         | Titular  | {1, Nunca}... | Ninguna  | 4        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 28 | PND3   | N Numérico | 8       | 0         | Cromatismo   | {1, Nunca}... | Ninguna  | 4        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 29 |        |            |         |           |  |               |          |          |            |         |         |
| 30 |        |            |         |           |  |               |          |          |            |         |         |
| 31 |        |            |         |           |  |               |          |          |            |         |         |

Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode:OFF

17°C Muy despejado | 21:35 | 17/04/2022

BASE DE DATOS DELFFOR Y PAZ SANTOS.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 28 de 28 variables

|    | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | PN1 | PN2 | PN3 | PN4 | PN5 | PN6 | PN7 | PN8 | PN9 | PN10 | PV | PD1 | PD2 | PD3 | PNV | PND1 | PND2 | PND3 |   |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|---|
| 1  | 2  | 3  | 2  | 4  | 2  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 2    | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1    | 1    | 1    |   |
| 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 2  | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 3   | 2   | 4   | 2   | 3   | 3    | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 2    | 1    | 2    |   |
| 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 1  | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 1   | 1   | 1   | 2   | 3    | 2  | 2   | 2   | 2   | 2   | 2    | 1    | 2    |   |
| 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4    | 2  | 2   | 2   | 2   | 2   | 2    | 2    | 2    |   |
| 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 3  | 4  | 3  | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4    | 2  | 2   | 2   | 2   | 2   | 2    | 2    | 2    |   |
| 6  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4   | 4   | 4   | 1   | 1   | 1   | 1   | 2   | 2   | 2   | 2    | 2  | 2   | 2   | 2   | 2   | 2    | 2    | 2    |   |
| 7  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4  | 2   | 2   | 2   | 2   | 2    | 2    | 2    | 3 |
| 8  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 2  | 2  | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3    | 2  | 2   | 2   | 2   | 2   | 2    | 2    | 3    |   |
| 9  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4   | 3   | 3   | 2   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3    | 2  | 2   | 2   | 2   | 3   | 2    | 2    | 3    |   |
| 10 | 3  | 3  | 5  | 4  | 2  | 3  | 4  | 2  | 4  | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 5   | 4   | 3    | 2  | 3   | 2   | 2   | 3   | 3    | 3    | 3    |   |
| 11 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5    | 2  | 3   | 2   | 2   | 3   | 3    | 3    | 3    |   |
| 12 | 4  | 2  | 3  | 4  | 4  | 5  | 2  | 3  | 2  | 4   | 4   | 3   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 2   | 4   | 5    | 2  | 3   | 2   | 2   | 3   | 3    | 3    | 3    |   |
| 13 | 4  | 5  | 5  | 3  | 5  | 4  | 3  | 4  | 3  | 5   | 4   | 5   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5    | 3  | 3   | 2   | 2   | 3   | 3    | 3    | 3    |   |
| 14 | 3  | 2  | 2  | 3  | 4  | 2  | 3  | 3  | 2  | 4   | 2   | 3   | 3   | 2   | 4   | 3   | 4   | 2   | 3   | 4    | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3    | 3    | 3    |   |
| 15 | 1  | 3  | 3  | 1  | 2  | 3  | 4  | 3  | 1  | 3   | 3   | 5   | 5   | 4   | 3   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4    | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3    | 3    | 3    |   |
| 16 | 2  | 2  | 2  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3   | 3   | 4   | 3   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4    | 5  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3    | 3    | 3    |   |
| 17 | 3  | 4  | 4  | 2  | 4  | 2  | 2  | 3  | 3  | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5    | 5  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3    | 3    | 4    |   |
| 18 | 2  | 1  | 2  | 2  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5   | 2   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5    | 4  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3    | 3    | 4    |   |
| 19 | 3  | 3  | 4  | 3  | 5  | 4  | 5  | 4  | 2  | 3   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5    | 4  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3    | 3    | 4    |   |
| 20 | 2  | 3  | 4  | 2  | 4  | 2  | 1  | 2  | 1  | 5   | 4   | 5   | 4   | 3   | 5   | 3   | 5   | 3   | 4   | 5    | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3    | 3    | 4    |   |
| 21 | 3  | 4  | 4  | 5  | 5  | 2  | 5  | 5  | 4  | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5    | 3  | 3   | 3   | 3   | 4   | 3    | 3    | 4    |   |
| 22 | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4   | 2   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5    | 3  | 3   | 3   | 3   | 4   | 4    | 3    | 4    |   |
| 23 | 2  | 3  | 3  | 5  | 5  | 1  | 3  | 4  | 4  | 2   | 3   | 5   | 5   | 4   | 5   | 3   | 5   | 5   | 4   | 5    | 3  | 3   | 3   | 3   | 4   | 4    | 4    | 4    |   |
| 24 | 3  | 2  | 5  | 4  | 3  | 3  | 4  | 5  | 3  | 4   | 3   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4    | 3  | 3   | 3   | 3   | 4   | 4    | 4    | 4    |   |
| 25 | 3  | 4  | 5  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 2   | 2   | 5   | 5   | 5   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5    | 5  | 3   | 3   | 3   | 3   | 4    | 4    | 4    | 4 |
| 26 | 3  | 4  | 4  | 5  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 3   | 3   | 5   | 5   | 2   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3    | 4  | 3   | 3   | 3   | 4   | 4    | 4    | 4    |   |
| 27 | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3   | 3   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4    | 3  | 3   | 3   | 3   | 4   | 4    | 4    | 4    |   |
| 28 | 2  | 1  | 2  | 3  | 1  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3   | 1   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4    | 3  | 3   | 3   | 3   | 4   | 4    | 4    | 4    |   |
| 29 | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 2   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 3   | 5   | 3   | 5   | 5    | 3  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 4    |   |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:OFF

17°C Muy despejado 21:35 17/04/2022

BASE DE DATOS DELFFOR Y PAZ SANTOS.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 28 de 28 variables

|    | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | PN1 | PN2 | PN3 | PN4 | PN5 | PN6 | PN7 | PN8 | PN9 | PN10 | PV | PD1 | PD2 | PD3 | PNV | PND1 | PND2 | PND3 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|
| 30 | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 4  | 4  | 2  | 4  | 4   | 5   | 5   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4    | 3  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 4    |
| 31 | 2  | 3  | 2  | 4  | 2  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 2   | 4    | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 4    |
| 32 | 2  | 2  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 2  | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 3   | 2   | 4   | 2   | 3   | 3    | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 4    |
| 33 | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 1  | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 1   | 1   | 1   | 2   | 3    | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 5    |
| 34 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4    | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 5    |
| 35 | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 3  | 4  | 3  | 4   | 2   | 2   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4    | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 5    |
| 36 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4   | 4   | 4   | 1   | 1   | 1   | 1   | 2   | 2   | 2   | 2    | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 5    |
| 37 | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4  | 4   | 4   | 4   | 5   | 5    | 4    | 5    |
| 38 | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 2  | 2  | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3    | 4  | 4   | 4   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 39 | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4   | 3   | 3   | 2   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3    | 4  | 4   | 4   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 40 | 3  | 3  | 5  | 4  | 2  | 3  | 4  | 2  | 4  | 2   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 3   | 5   | 4   | 3    | 4  | 4   | 4   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 41 | 2  | 1  | 2  | 2  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5   | 2   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4    | 4  | 4   | 4   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 42 | 3  | 3  | 4  | 3  | 5  | 4  | 5  | 4  | 2  | 3   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4    | 4  | 4   | 4   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 43 | 2  | 3  | 4  | 2  | 4  | 2  | 1  | 2  | 1  | 5   | 4   | 5   | 4   | 3   | 5   | 3   | 5   | 3   | 4   | 5    | 4  | 5   | 4   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 44 | 3  | 4  | 4  | 5  | 5  | 2  | 5  | 5  | 4  | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5    | 4  | 5   | 4   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 45 | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4   | 2   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3    | 4  | 5   | 4   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 46 | 2  | 3  | 3  | 5  | 5  | 1  | 3  | 4  | 4  | 2   | 3   | 5   | 5   | 4   | 5   | 3   | 5   | 5   | 4   | 5    | 5  | 5   | 4   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 47 | 3  | 2  | 5  | 4  | 3  | 3  | 4  | 5  | 3  | 4   | 3   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4    | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 48 | 3  | 4  | 5  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 2   | 2   | 5   | 5   | 5   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5    | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 49 | 3  | 4  | 4  | 5  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 3   | 3   | 5   | 5   | 2   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 4    | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 50 | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3   | 3   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4    | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5    | 5    | 5    |
| 51 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |    |     |     |     |     |      |      |      |
| 52 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |    |     |     |     |     |      |      |      |
| 53 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |    |     |     |     |     |      |      |      |
| 54 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |    |     |     |     |     |      |      |      |
| 55 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |    |     |     |     |     |      |      |      |
| 56 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |    |     |     |     |     |      |      |      |
| 57 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |    |     |     |     |     |      |      |      |
| 58 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |    |     |     |     |     |      |      |      |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:OFF

17°C Muy despejado 21:36 17/04/2022