



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

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



INFORME DE REVISIÓN

Se ha realizado el análisis con el software antiplagio de la Universidad Nacional "San Luis Gonzaga", por parte de los docentes reponsables, al documento cuyo título es:

TESIS TERRONES MENDIZ

presentado por:

JIUDITH ANTONELLA TERRONES MENDIZ

del nivel **PREGRADO** de la facultad de **CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGIA** obteniéndose como resultado una coincidencia de **29.33%** otorgándosele el calificativo de:

APROBADO

Se adjunta al presenta el reporte de evaluación del software antiplagio.

Observaciones:

APROBADO

Ica, 23 de Enero de 2020




GENARO JOSE TENORIO GARAYAR
COORDINADOR
SOFTWARE ANTIPLAGIO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN, TURISMO Y
ARQUEOLOGIA




EDWIN CESAR DELGADO ASTO
ASESOR
SOFTWARE ANTIPLAGIO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN, TURISMO Y
ARQUEOLOGIA

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA" DE ICA

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,
TURISMO Y ARQUEOLOGÍA**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



TESIS

**PERIODISMO DIGITAL EN ABC NOTICIAS Y SU INFLUENCIA EN
LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS ESTUDIANTES DE LA EAP.
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL SAN LUIS GONZAGA DE ICA, 2018**

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

PRESENTADO POR LA BACHILLER:

JIUDITH ANTONELLA TERRONES MENDIZ

ASESOR: MG. JULIO CÉSAR ORTIZ ROJAS

**ICA - PERU
- 2018-**

RESUMEN

En este estudio se analiza como el Periodismo Digital es empleado en la actualidad por miles de periodistas y medios de comunicación del mundo en el cual las noticias pueden llegar a trascender gracias al Internet y su forma de transmitir la información, a su vez de proyectar las noticias que generan una opinión publica en la población. En este trabajo de tesis se aborda el caso de ABC Noticias que es un medio digital iqueño y como las noticias que publican en su plataforma digital y en su fanpage en Facebook, empleando herramientas multimedia y teniendo un estilo al transmitir sus noticias, llegan a producir una opinión de forma pública en este ocasión a los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.

Palabras Clave: Periodismo Digital, opinión pública, plataforma digital, multimedia, periodistas.

ABSTRACT

This study analyzes how Digital Journalism is currently used by thousands of journalists and media in the world in which the news can transcend through the Internet and its way of transmitting information, in turn to project the news that generate public opinion in the population. In this thesis work, the case of ABC Noticias is addressed, which is a digital media from Ica and the news that publishes in its digital platform and its fanpage on Facebook, using multimedia tools and having a style to transmit the news, comes to produce an opinion of public way in this occasion to the students of the EAP. Ciencias de la Comunicación of San Luis Gonzaga National University of Ica.

Key words: Digital Journalism, public opinion, digital platform, multimedia, journalists.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis tiene como principal objetivo identificar como influye el Periodismo Digital en ABC Noticias en la opinión pública de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación, aplicando herramientas de investigación los cuales servirán para conocer nuestras variables y las dimensiones.

La importancia de estudiar este tema radica en lo novedoso y eficaz que es el periodismo digital y como los estudiantes conozcan del tema porque en esta nueva era el internet brinda la capacidad para transmitir y difundir las noticias de una forma instantánea y que a su vez medios digitales pueden emplear herramientas multimedia para que la audiencia se incrementa y tenga la noticia de una manera más sencilla y concisa de comprender.

En la primera parte de la tesis encontramos el planteamiento del problema donde se aborda la formulación del problema, los objetivos, la importancia, la justificación, los alcances y limitaciones que se hallaron al momento de realizar el trabajo de tesis.

En la segunda parte nos centramos en los antecedentes con las conclusiones de diversos trabajos locales, nacionales e internacionales que hablan acerca de la opinión pública y del periodismo digital, además de concentrarnos en las bases teóricas donde define los conceptos de las variables de la tesis además de las funciones y las características de cada uno. En la última parte tenemos la definición de términos básicos.

En la tercera parte de la tesis se encuentra las hipótesis y variables. Para la cuarta parte se habla de la metodología empleada en el trabajo así como la muestra y el tratamiento estadístico.

En la quinta parte se observa la matriz de consistencia. En la sexta parte se visualiza el presupuesto y el cronograma de la tesis. En la séptima parte vemos los resultados de la investigación de las cuales fueron el empleo de una guía de observación para el medio digital ABC Noticias y una encuesta de 182 alumnos de la EAP. Ciencias de la Comunicación.

En la octava parte encontramos las conclusiones de la tesis y en la novena parte se halla la bibliografía y la webgrafía.

INDICE

CARATULA.....	01
RESUMEN.....	02
ABSTRACT.....	03
INTRODUCCIÓN.....	04
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	09
1.1. Determinación del problema.....	09
1.2. Formulación del problema.....	10
1.2.1. Problema General.....	10
1.2.2. Problemas Específicos.....	10
1.3. Objetivos.....	10
1.3.1. Objetivo General.....	10
1.3.2. Objetivos Específicos.....	10
1.4.- Importancia y Justificación.....	10
1.4.1. Importancia.....	10
1.4.2. Justificación.....	11
1.5.- Alcances y Limitaciones.....	12
1.5.1. Alcances.....	12
1.5.2. Limitaciones.....	12
II. MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. Antecedentes de la investigación.....	12
2.2. Bases Teóricas.....	17
2.2.1 Periodismo Digital.....	17
2.2.1.1 Concepto.....	17
2.2.1.2 Características del periodismo digital.....	18
2.2.1.3 Importancia del periodismo digital.....	20
2.2.1.4 Géneros periodísticos en el periodismo digital.....	21

2.2.1.5	Manual de estilo para medios digitales.....	23
2.2.1.6.	Interactividad como herramienta del periodismo digital.....	25
2.2.1.7.	Multimedialidad como soporte del periodismo digital.....	26
2.2.1.8.	Medios digitales.....	27
2.2.2	Opinión Pública.....	28
2.2.2.1.	Etimología de la Opinión Pública.....	28
2.2.2.2.	Definiciones de Opinión Pública.....	29
2.2.2.3.	La Opinión Pública en la Sociedad de la Información.....	30
2.2.2.4.	La Opinión Pública como Juicio.....	31
2.2.2.5.	La Opinión Pública como un Juicio de grupo.....	31
2.2.2.6.	Poder de la Persuasión en la Opinión Pública.....	32
2.2.2.7.	Los Medios de Comunicación y el Poder de la Opinión Pública.....	32
2.2.2.8.	Relación entre Poder y Opinión Pública.....	33
2.2.2.9.	Los Factores Componentes de la Opinión Pública.....	34
2.2.2.10.	Características Generales de la Opinión Pública.....	35
2.2.2.11.	Las Funciones de la Opinión Pública.....	36
2.2.3.	ABC Noticias.....	37
2.2.3.1	Reseña.....	37
2.2.3.2.	Directorio.....	37
2.2.3.3.	Tipo de información que transmiten en Internet.....	37
2.2.3.4.	Estilo.....	37
2.3.	Definición de términos básicos.....	38
III.	HIPOTESIS Y VARIABLES.....	41
3.1.	Hipótesis.....	41
3.1.1.	Hipótesis General.....	41
3.1.2.	Hipótesis Específicas.....	41

3.2.	Sistema de variables.....	41
3.3.	Indicadores.....	41
IV.	METODOLOGÍA.....	42
4.1.	Método de la investigación.....	42
4.2.	Tipo de la investigación.....	42
4.3.	Diseño de la investigación.....	42
4.4.	Universo y muestra.....	43
4.5.	Técnicas de recolección de datos.....	44
4.6.	Instrumento de investigación.....	45
4.7.	Técnica de análisis e interpretación de datos.....	46
4.8.	Tratamiento estadístico.....	47
V.	MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	48
VI.	ADMINISTRACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	49
6.1.-	Cronograma.....	49
6.2.-	Presupuesto.....	51
VII.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
VIII.	CONCLUSIONES.....	75
IX.	FUENTES DE INFORMACIÓN (BIBLIOGRÁFICA).....	76
	WEBGRAFÍA.....	77

I.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Determinación del problema

En la actualidad, la tecnología ha mejorado nuestra comunicación y por ende tiene un factor importante en la globalización y en los medios de comunicación, porque con el boom del Internet en la década de los noventas todas los medios informativos se fueron adecuando a lo nuevo y ahora vemos como el New York Times de Estados Unidos y La Tercera de Chile transmiten sus noticias a través de su página web y comparten la información en sus redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram).

Como indican los periodistas peruanos Juan Biondi Shaw, Silvia Miro Quesada y Eduardo Zapata: “La mayoría de los medios tradicionales coinciden que están frente a otro tipo de competidor, que a diferencia de ellos produce información 24 horas por 7 días a la semana, Los horarios del personal que trabaja en las redacciones comienzan a cambiar: por ejemplo, se adelantan los turnos de ingreso, empezándose a revisar los procesos para ser más eficientes y eficaces.”¹

Con respecto a la interacción entre los medios de comunicación peruanos y la población podemos expresar que cada vez se tiene una respuesta más rápida de la gente, quien a la vez comenta las noticias en Internet. Medios informativos peruanos como El Comercio, RPP Noticias, y América Tv han trasladado esfuerzos para adquirir más audiencia a través de las redes sociales en las cuales publican contenido de manera instantánea para no perder contacto entre sus seguidores y así generar opinión publica de diferentes temas que acontecen en el Perú.

En el caso de Ica, vemos que ABC Noticias un medio informativo digital transmite información por Facebook y a su vez tiene gran acogida por los iqueños que se mantienen informados desde sus teléfonos móviles, ordenadores portátiles, y tablets.

Sin embargo, los medios digitales a pesar de presentar un nuevo formato, en Ica, presentan pequeñas deficiencias en la forma de transmitir la información en Internet.

¹ Juan Biondi Shaw, Silvia Miró Quesada de Lira y Eduardo Zapata Saldaña (2010) Derribando muros. Periodismo 3.0: Oferta y Demanda de Comunicación en el Perú de hoy (Perú) pág. 114

Un sector del público iqueño en el cual se encuentra la audiencia joven se informa a través de ABC Noticias y se observa un gran número de seguidores en el fanpage de dicho medio digital. Con respecto a la opinión pública se debe indicar que este medio de comunicación digital mantiene una interacción con el público y es un referente primordial de información a la comunidad.

1.2 Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera el Periodismo Digital en ABC Noticias incide en la opinión pública de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿De qué manera la interactividad incide en el juicio de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica?
- ¿De qué manera la multimedialidad incide en el poder de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica?

1.3 Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar por qué el Periodismo Digital en ABC Noticias incide en la opinión pública de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Verificar que la interactividad incide en el juicio de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.
- Demostrar que la multimedialidad incide en el poder de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.

1.4 Importancia y Justificación

1.4.1. Importancia

Esta investigación es de importancia, porque servirá para conocer la influencia que tiene el periodismo digital ABC Noticias, en la opinión pública de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de

la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga” de Ica y que a su vez está tomando gran relevancia en nuestra sociedad este tipo de periodismo digital ya que de esa manera los jóvenes se pueden comunicar de los acontecimientos que pasan en la región Ica, como también de publicidad.

1.4.2. Justificación

Uno de los beneficios de esta investigación es la de conocer cómo es que influye el periodismo digital ABC Noticias en la opinión pública de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga” de Ica.

1.4.2.1. Justificación legal

Se basa en la siguiente norma:

❖ Ley Universitaria 23733

ARTICULO 22°- Sólo las Universidades otorgan los grados académicos de Bachiller, Maestro Y Doctor. Además otorgan en nombre de la Nación los títulos profesionales de Licenciado y su equivalente que tienen denominación propia así como los de segunda especialidad profesional. Cumplidos los estudios satisfactoriamente se accederá automáticamente al Bachillerato.

El título profesional se obtendrá:

a) A la presentación y aprobación de tesis

1.4.2.2. Justificación teórica

La investigación propuesta busca que el periodismo digital como una herramienta para el futuro sea importante de la actividad humana por ser eficaz al momento de informar de manera ágil y veraz.

1.4.2.3. Justificación Metodológica

Para lograr los objetivos de estudio, se acude al empleo de técnicas de investigación como la encuesta y la entrevista, posteriormente se realizará el procesamiento de la información. Con ello se pretende conocer el grado de identificación de los indicadores, Así, los resultados de la investigación se apoyan en técnicas de investigación válidas en el medio.

1.4.2.4. Justificación Práctica

De acuerdo con los objetivos de estudio, su resultado va permitir conocer la influencia de este periodismo digital en la opinión de los jóvenes de comunicaciones, ya que cuenta hasta el momento con

87 141 personas que siguen al medio digital iqueño ABC Noticias en la red social Facebook.

1.5 Alcances y Limitaciones

1.5.1. Alcances

La investigación va a abarcar únicamente a los estudiantes de ciencias de la comunicación desde el I ciclo hasta el IX ciclo tanto mañana, tarde y noche.

1.5.2. Limitaciones

En el desarrollo de la investigación se presentaron las siguientes limitaciones:

- Por motivo de trabajo se hace limitado el tiempo en la investigación, pues el factor económico determina muchas veces el objetivo a realizar.
- La falta de medios económicos, para poder desplazarnos a Lima, para obtener más información sobre el periodismo digital ya que lo proyectado es hablar con los profesionales que laboran en este campo.

II.- MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

A Nivel Regional:

- HURTADO FLORES, Edith (2014), en su Trabajo de investigación para optar por el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica denominada: "Influencia de la prensa escrita en la formación de la opinión pública de los ciudadanos en la provincia de Ica", la cual llegó a las siguientes conclusiones:
 - El 36% de los encuestados indican que la prensa escrita influye en su opinión, mientras que el 64% señala que no ejercen ninguna influencia. De los encuestados opinan que la influencia ejercida a su opinión por la prensa escrita es positiva.
 - El 65% cree usted en la veracidad de la prensa escrita, mientras que un 35% no lo cree, con lo cual vemos que la prensa escrita viene ocupando un nivel alto de credibilidad entre la población iqueña.

- ZARATE ARAUJO, Pilar (2013), en su Trabajo de investigación para optar por el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica denominada: “La televisión iqueña y su influencia en la opinión de los ciudadanos en el distrito de Ica, durante el año 2012”, la cual llegó a las siguientes conclusiones:
 - En nuestra región, los iqueños consideran que la programación que emiten los medios de comunicación televisivo son en su mayoría de mala calidad, ese concepto, es la opinión de los ciudadanos.
 - Un reducido porcentaje señala que la televisión iqueña influye positivamente en la opinión pública de las personas, debido al mejoramiento en programación y contenido de los mismos, consideran que algunos medios cumplen con una verdadera labor informativa.
- JIMENEZ ORMEÑO, Nathalie Jacqueline (2010), en su Trabajo de investigación para optar por el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica denominada: “Influencia de los programas de radio en la opinión pública de Ica”, la cual llegó a las siguientes conclusiones:
 - La radio definitivamente influye, en la Educación, Información, y Entretenimiento de las personas en la Ciudad de Ica, y puedo deducir que un 15% escuchan informativos y un 17% musicales, de acuerdo a los indicadores resultantes de la encuesta.
 - El comportamiento de la población es de acuerdo a la influencia de la radio y de los otros medios de comunicación en la Ciudad de Ica, la estadística demuestra que un 90% del grupo de entrevistas que se ha hecho escuchan radio y también acceden a otros medios de comunicación.

A Nivel Nacional:

- BRAVO BAYONA, Ingrid Selene (2016), en su tesis para optar por el Título Profesional de Licenciada en Comunicación y Periodismo en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas denominada: Factores que generan dilemas éticos en el periodismo digital peruano, la cual llegó a las siguientes conclusiones:
 - Sí existen factores que influyen en el surgimiento de dilemas éticos periodísticos que se generan en el periodismo digital peruano. Se determinó que el nivel de conocimiento de la norma ética y el uso de redes como fuentes periodísticas, influyen en la generación de dilemas éticos en el periodismo digital nacional.
 - El tipo de noticia en la creación de contenido en el periodismo digital peruano no es un factor que influye directamente en el surgimiento de dilemas éticos. Sin embargo, para su análisis se manejó como indicador la inmediatez. Los periodistas encuestados la señalaron como un problema para la creación del contenido web.
 - El uso de redes sociales como fuentes periodísticas sí es un factor que influye en el surgimiento de dilemas éticos.
- CHAUCA ARMADO, Lorena (2012), en su tesis para optar por el Título Profesional de Licenciada en Periodismo en la Pontificia Católica del Perú denominada: Construcción de redes de opinión pública en la web 2.0, la cual llegó a las siguientes conclusiones:
 - En la web 2.0. la fase del problema de una red de opinión pública se expresa, sobre todo, a través de Twitter, mientras que la fase de la propuesta y la política suelen ubicarse en Facebook y los blogs.
 - El contenido de la web 2.0 puede ubicarse en un punto medio entre fases. Esto se debe a que en Internet existe la posibilidad de que la información sea actualizada dentro de un mismo post, lo que significa que determinada información puede ubicarse en la fase de la propuesta y dos horas más tarde, con algunos cambios, en la programática.

- En Facebook y Twitter se encuentra un menor nivel de participación por parte de los usuarios que el que se observa en los posts, sobre todo en Youtube donde las personas están más involucradas con lo que publican. Esto no quiere decir que no exista actividad en las redes sociales, sino que el involucramiento y su paso a una acción concreta fuera de Internet es más complicado.
 - Una de las preguntas que nació durante el análisis fue ¿Con la disminución de producción de los blogs, se está perdiendo un espacio importante para el análisis y un mejor desarrollo de la información? Consideramos que no es así. Lo que sucede es que ante la variedad de plataformas que existen, los generadores de contenido dividen su trabajo para cada una, lo que hace que existan menos posts, pero también mejor contenido. Ahora el que tiene poco que decir lo puede decir en otros espacios, el que quiere explayarse, brindar gráficos, videos y más lo hace a través de sus blogs. El blog ahora se usa para información más detallada y desarrollada. Ya no es tan frecuente, pero sigue siendo el espacio preferido para el análisis en la web.
- BARJA MARQUINA, Rocío Rina (2006), en su tesis para optar por el Título Profesional de Licenciada en Comunicación Social en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos denominada: Construcción de espacios públicos de interacción en medios de comunicación on line: El foro de discusión digital en las páginas web de El Comercio y RPP Noticias, la cual llegó a las siguientes conclusiones:
- El foro de discusión digital albergado por las páginas web de El Comercio y RPP Noticias, al ser un espacio virtual donde los lectores tienen la posibilidad de expresar sus opiniones libremente sobre diversos temas, se convierte en un claro ejemplo de espacio público dentro de Internet.
 - La calidad de los contenidos, es decir, la forma de presentación de los temas y los criterios de redacción empleados son desde la óptica del mensaje los factores más influyentes en el proceso de construcción del foro digital en las páginas web de El Comercio y RPP Noticias.

A Nivel Internacional:

- GONZÁLEZ TORRES, José Alejandro (2011), en su tesis para optar por el Título Profesional en Periodismo y Opinión Pública en la Universidad del Rosario de Colombia, denominada: El periodismo digital en Colombia, mediado por otras agendas informativas, estudio de caso ElTiempo.com y ElEspectador.com, la cual llegó a las siguientes conclusiones:
 - Todo tiene una razón de ser, fundamentada en que la información publicada en nuestros medios de comunicación digitales, manejan en conjunto los recursos brindados individualmente por las plataformas tradicionales: imágenes, texto, video, etc., lo cual requiere nuevas habilidades del periodista, dotación de diferentes recursos por partes de los medios y enseñanza de novedosas prácticas por parte de las escuelas de periodismo.
 - Superada la etapa de formación, lo que sigue es ver el ejercicio periodístico digital reflejado en los medios de comunicación. En Colombia los que mayores oportunidades brindan para ello son eltiempo.com y elespectador.com, por ser los pioneros al momento de instaurarse como plataformas web y aquellos que se encuentran instalados en los primeros puestos de aceptación por parte de los receptores, según los principales medidores de audiencia.
 - Pese a esto, pretender de ellos una cobertura informativa global es una demanda ambiciosa, pese a que este sea el objetivo bajo el cual se crearon para trabajar en la red, demostrado en la cantidad de secciones y espacios abiertos en sus portales. Así que esa imposibilidad impuesta por ellos mismos al momento de ofrecerse a dar información a la cual su panel periodístico no tiene acceso, le dio vida a aquellas plataformas informativas que si están en capacidad de contar en tiempo real y desde el sitio del acontecimiento lo que está sucediendo allí: las agencias de prensa.
- MANCERA CARRERO, Mónica Victoria (2007), en su tesis para optar por el Magister en Estudios Políticos en la Pontifica Universidad Javeriana de Colombia, denominada: Historia de la opinión pública desde las

perspectivas políticas a las perspectivas mediáticas, la cual llegó a las siguientes conclusiones:

- En el contexto en que nos movemos en un mundo globalizado, la opinión pública existe como un puente de articulación entre las exigencias de soluciones de problemas que acontecen en la sociedad o si por el contrario es supeditado por fuerzas que devengan el poder, que valiéndose de los medios de comunicación manipulan de una forma directa a la sociedad, relevando a la opinión pública como un simple canal por el cual se persuade sin tener en cuenta las verdaderas causas de los problemas y mucho menos a una solución que favorezca a las mayorías.
- Bajo este marco, la opinión pública no genera procesos donde los actores sociales se hacen más conscientes (observadores) de su participación en los hechos de los cuales hacen parte, por el contrario se hacen importantes porque son manipulables, influenciables y masivos a la hora de decidir. Son más útiles, mientras menos información fluya por ellos.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1. Periodismo digital

2.2.1.1. Concepto

Es el nuevo periodismo que emplea herramientas digitales, las cuales funcionan en línea, es decir, a través de Internet, lo novedoso de este tipo de periodismo es la forma de informar en línea por medio de plataformas digitales ya sea en páginas web o redes sociales.

Según Gómez Joseph en el “campo mediático y la sociedad de la información” se refiere a esta realidad como periodismo global, término que según sus opiniones hace referencia a aquellas noticias que conforman una agenda temática inducida por la globalización cultural y no a la información de hechos relevantes sobre conflictos internacionales que solían tratar los diarios de elite².

² Gomez, Joseph. “El campo mediático y la sociedad de la información” en Chomsky, Noam y otros op. Cit, P. 56

2.2.1.2. Características del periodismo digital

Entre las características principales del periodismo digital podemos mencionar los siguientes:

a) Producto digital

El producto llega por medio de bytes en una pantalla electrónica (ya sea un monitor de una computadora o un formato más pequeño como un teléfono inteligente o una Tablet) y no sobre el papel. Se transmite por un sistema de transmisión de datos. Además los costos de producción se ven reducidos considerablemente respecto a la edición impresa por ello esta opción es una ventaja considerable.

b) Hipertexto

El hipertexto, es un término el cual refleja la arquitectura de la WWW (World Wide Web) que permite cruzar de página a página, acceso a textos, imágenes, videos y sonidos. Edos Bolos Concha manifiesta “Una de las novedades más útiles que aportó desde el principio la red es, sin duda, la posibilidad de utilizar el hipertexto, que no es secuencial, no responde a las claves tradicionales de la lectura, sino que se apoya en la capacidad de la mente humana para relacionar ideas, hechos y datos diferentes. Así, a través de links o enlaces incluidos en el texto principal se facilita el acceso a archivos conectados entre sí”.³

c) Instantáneo

Acceder es instantáneo. Se obtiene la información de forma inmediata. También se consulta la información en tiempo real, la inmediatez con el que una persona accede a la información se ve reducido si lo comparamos con medios tradicionales como la radio y la televisión. Según José Martínez Vega “A diferencia del periódico en papel, el electrónico no se ve obligado a esperar a la siguiente edición para poner a disposición de los lectores las últimas noticias o los aspectos más novedosos de dichas informaciones. Esta característica equipara en la práctica al nuevo medio con la radio y la televisión”.⁴

³ Edo Bolos Concha. El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia. Estudios sobre el mensaje periodístico. Número 7.2001. Edita Universidad Complutense. Pág. 91

⁴ Martínez Vega, José Antonio: El periódico electrónico: un nuevo medio de comunicación para el tercer milenio. Madrid: Departamento de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad Europea, 1998, Pág. 20.

d) Actualizable

Esta característica se considera fundamental porque en el periodismo digital, los medios de comunicación renuevan la información, es decir un medio que no actualice de forma instantánea las noticias de gran relevancia a sus plataformas online corre el riesgo de perder público si su competencia llega aportar más detalles ante una noticia que genera impacto en la audiencia. Es por ello que los medios en línea actualizan constantemente sus noticias a diferencia de los medios impresos que transmiten la información un día después de ocurrido los hechos.

e) Mundial

Las noticias llegan a diferentes países del mundo, siempre y cuando tengan acceso a Internet. El periodismo digital no posee un mercado local, estatal o nacional, sino que su mercado es global. Esto es una diferencia abismal si lo comparamos con los medios de comunicación tradicionales que solo alcanza un mercado específico.

f) Accesibilidad

Es posible mantenerse informado en cualquier momento y lugar porque el público se conecta a un dispositivo con acceso a Internet para poder estar atento a las noticias que acontecen en diferentes lugares del planeta.

g) Interactividad

Es el término al cual se le denomina a la retroalimentación que tiene la audiencia con el medio a través de Internet. Cuyo éxito del periodismo digital es debido a las posibilidades que ofrecen los medios en línea para interactuar con el público. La retroalimentación es de forma inmediata. Se relaciona de manera bidireccional donde observamos que el emisor y el receptor se hallan en un mismo plano. La gran ventaja de la interactividad es que permite al usuario ser más que sólo un receptor de noticias pasivo.

h) Multimedia

El periodismo digital combina tres medios masivos de comunicación: la radio, la televisión y la prensa escrita, añadiendo la ventaja de cada uno. Los medios de comunicación en línea reúnen la profundidad en los textos e imágenes de la prensa

escrita, la simultaneidad de la radio y los videos e imágenes en movimiento de la televisión. Es la suma del texto, la voz, la música, la fotografía, el vídeo, además de los recursos de la infografía. Según los especialistas en periodismo, Emy Armañanzas, Javier Díaz Noci y Koldo Meso, afirman que los “textos multimedia interrelacionados entre sí, con niveles de profundidad a veces de gran complejidad funcional, pero de gran facilidad para su lectura o recuperación”.⁵ Es decir que el producto que viene en formato multimedia permite mayor comprensión al público.

i) Confiable

Un tema de suma importancia es la confianza y el prestigio que mantiene los medios de comunicación en línea con la audiencia en Internet. El público deposita la confianza en ellos al consultar las noticias en las páginas web o redes sociales de los medios digitales, es por ello que dichos medios en línea deben contrastar sus fuentes, los cuales deben ser de información fidedigna, para que no generen desconfianza y puedan mantener la conexión con su público y atraer a nueva audiencia.

2.2.1.3. Importancia del periodismo digital

Una de las definiciones de periodista señala, que es el profesional que informa a través de los medios de comunicación. Sin embargo esta profesión está sufriendo cambios porque el concepto que se tiene de un periodista ha ido cambiando con el paso de las décadas desde la entrada de la radio y la televisión que son medios masivos, pero que con la llegada del Internet y el auge de los medios en línea el periodista puede llegar a transmitir de forma instantánea y actual las noticias es por ello que en la actualidad el periodista opta por emitir las noticias en una plataforma digital para tener presencia en Internet.

Por otro lado Quim Gil, periodista español y profesor del curso de postgrado de Periodismo Digital de la Universidad Abierta de Cataluña declara que “el verdadero periodismo digital sería el periodismo en red, ya que éste “rompe con la comunicación lineal y

⁵ Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier y Meso, Koldo: El periodismo electrónico. Barcelona: Editorial Ariel, 1996, Pág. 127.

unidireccional" e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional".⁶

Es decir que debido a las condiciones y las facilidades de publicación de contenidos en la red, cualquier usuario puede ser un informador potencial, esto debido a que todos poseen un espacio en la red al ser gratuito y pueden utilizarlo para presentar en él lo que deseen. De este modo se llega a generar una sobreproducción de la información y una explosión de informantes carentes de preparación en el periodismo cuya falta de herramientas para verificar la información hace que la noticia pueda ser falsa.

2.2.1.4. Géneros periodísticos en el periodismo digital

Los medios en línea acuden a los términos claves de la redacción periodística los cuales son de selección, valoración, interpretación, opinión y contextualización para transmitirla de modo correcto al público.

Los géneros periodísticos se han convertido en géneros multimedia, por el cual no se recomienda que en la red solo observemos que los medios de comunicación online sean una versión electrónica de los tradicionales.

Por lo tanto, los géneros periodísticos como la noticia, crónica y reportaje se muestran como los géneros hipermmedia con imágenes animadas, audio, etcétera. También se incluye a la infografía es como uno de los elementos de mayor soporte en la información periodística. La inclusión de foros, encuestas y mapas permiten que el público tenga una idea más clara de la información. Se recurre también al uso del vídeo, audio, gráfico animado, fotogalería y la animación.

◆ Noticia

El medio de comunicación digital no sólo se limita a entregar y presentar la información en una pirámide invertida, sino que en la actualidad tiende a contextualizar de una forma más amplia. Los jefes de comunicación online conocen que el público en Internet,

⁶ Quim Gil. (2006). Periodismo Digital. [Artículo]. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/periodigital/> [2017]

una vez que selecciona la noticia, necesita conocer más de ella. Esto no quiere decir que la noticia se convierta en un reportaje. Solo que la misma noticia con sus elementos básicos va acompañada de circunstancias explicativas.

En un medio en línea este género periodístico sufre las mismas limitantes de tiempo y análisis que tiene en la radio y la televisión; debido a que en estos medios, la presentación de la noticia debe ser de manera simultánea a los hechos. Es a lo largo de una serie de párrafos, en promedio cuatro, donde se dan a conocer los elementos más importantes y trascendentales de la información. El lead presenta lo más importante, pero no se da respuesta a las cinco preguntas básicas. Solo es cuestión de redacción periodística los párrafos no son equilibrados, es una o dos frases largas las que los integran.

◆ Crónica y reportaje

En este género hablamos que la estructura y el fondo permanecen intactos. La diferencia radica en el recurso multimedia que poseen cada una de las secciones de los medios digitales.

◆ Artículo

Presenta una bidirección donde el emisor y el receptor se localizan en el mismo plano. Los canales se multiplican, los emisores y receptores se intercambian sus papeles. Con los temas de debate y las discusiones en grupo que se puede encontrar en la mayoría de los medios digitales, el público y el medio logra una verdadera interacción. Dando por resultado que la información por sí sola ya tiene contenido y que frecuentemente después traslada la interpretación de un periodista.

◆ Infografías

Es un recurso con una reconstrucción virtual de los acontecimientos que surge como un género. Representa un hecho. En ciertas ocasiones el periodista digital emplea la infografía como un recurso online fundamentado en las informaciones que ha recolectado, por ejemplo en los eventos que tienen situaciones de conflicto, donde en múltiples ocasiones es imposible restablecer una imagen.

2.2.1.5. Manual de estilo para medios digitales

Se debe seguir las siguientes recomendaciones al momento de publicar una noticia a través de un medio en línea, las cuales sirven de mucha ayuda al periodista digital. Según la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales de Chile se debe tomar en cuenta dos aspectos fundamentales que son la noticia y las imágenes que se publican en las plataformas digitales.

a) Las Noticias

- La información es sobreabundante en los medios digitales. Las noticias se acumulan y se desbordan en la web, en los teléfonos móviles y en las redes sociales. Es imprescindible mantenerse conectados para tener pleno control sobre ellos. Debido a lo anterior, la posibilidad de cometer errores o difundir rumores es significativamente alta en las plataformas digitales. Es deber primordial del periodista, ya sea reportero o editor, darse el tiempo de chequear convenientemente la veracidad de la información que difunde. La rapidez no debe sacrificar la calidad.
- Los usuarios de los medios digitales a diferencia de los otros medios, son activos y llegan a participar del trabajo periodístico a través de múltiples plataformas. La capacidad de actualización y de redacción es por lo tanto un requisito: las noticias deben estar siempre en desarrollo.
- La entrega de noticias a través de la web debe incorporar elementos multimedia pues es lo que distingue de las otras ramas periodísticas. Sin embargo, el texto continúa siendo el hilo conductor de las historias y es por ello que deben tratarse con el mismo cuidado que en el caso de la prensa.
- El lenguaje en medios digitales debe recuperar la simpleza, la claridad y el tono directo del periodismo más clásico (sujeto, verbo, predicado, sin frases intercaladas)⁷. Eso no significa, sin embargo, crear textos planos, sin agudeza o tensión. Por el contrario, es lograr la simplicidad y lo atractivo en un mismo texto son desafíos mayores que se debe enfrentar conscientemente.

⁷ Escuela de Periodismo Universidad Diego Portales, Manual de Estilo y Orientaciones Éticas, Primera Edición, Chile, 2014, pág. 36

- Los hiperlinks son una de las particularidades centrales de las noticias en los medios en línea. Se debe buscar la forma de hacerse uno de ellos, pero nunca plagar el texto de hiperlinks. Los hiperlinks solo se justifican mientras que permitan la complementación adecuada de la noticia.
- Los títulos en un medio digital son piezas claves. Los visitantes otorgan poco tiempo a los sitios para capturar su atención. En no más de 5 segundos, los títulos deben cumplir con su trabajo.
- Como en los diarios, la información relevante debe concentrarse en los primeros tres párrafos de la noticia. El uso correcto de hiperlinks permitirá introducir el contexto necesario.
- En los medios digitales, las noticias se publican para “ahora”, pero a ellas se podrá acceder mucho tiempo después e, incluso, ser mejoradas. El periodista debe mantenerse pendiente de completar lo publicado a cada minuto para que la audiencia pueda seguir la noticia en cada momento.
- Cuando se usa la información de otra página web, es importante citar al medio y enlazarlo directamente. El enlace deberá ir dirigido a la noticia específica y no a la página inicial del medio digital.

b) Las Imágenes

- Las fotografías, videos, ilustraciones y gráficos publicados en medios digitales son objeto de normas éticas y estilísticas. En su producción si pueden existir diferencias.
- En el caso de las fotografías, siempre se recomienda complementar el texto con entre una y tres imágenes relacionadas con el caso noticiado. Si se cuenta con más de cuatro fotografías, lo ideal es armar una galería de fotos. La misma regla se aplica a los gráficos con estadísticas.⁸
- Los videos tienen que ser de corta duración, no durar más de tres minutos, los reportajes audiovisuales que se emplean

⁸ Escuela de Periodismo Universidad Diego Portales, Manual de Estilo y Orientaciones Éticas, Primera Edición, Chile, 2014, pág. 37

para la televisión no funcionan bien en plataformas digitales, pues el público no les dedica el tiempo necesario.

- Debido a las reglas sobre propiedad intelectual, es de suma importancia mantener el cuidado de otorgarle la autoría de cualquier imagen a la persona o agencia que corresponda.
- El carácter de multitarea que ha acompañado el desarrollo de las plataformas digitales que con el fin de informar a la audiencia, exige que los periodistas dispongan de herramientas para así poder captar las imágenes del acontecimiento que reportean, sean fotografías o videos. Debido a ello, la necesidad del uso de equipos de telefonía móvil se vuelve primordial para esta tarea.

2.2.1.6. Interactividad como herramienta del periodismo digital

Es un elemento fundamental, esencial y transformador en el modelo comunicación en el que se pasa de medios de información a medios de comunicación que hasta el momento esto no sucede de manera permanente. Para lograr la interactividad deseada los medios digitales deben contratar personal que dé respuesta a las dudas, comentario e inquietudes de la audiencia.

En los primeros medios digitales, la interactividad se dio a través de los foros de discusión y de encuestas. En la actualidad se presenta cuando el medio de comunicación permite al usuario la reorganización y jerarquización de los mensajes periodísticos.

A) Periodista interactivo

La interactividad del periodista es otra fuente de información. Los usuarios comunican al medio las informaciones y dudas, el periodista elabora su trabajo de forma más completa. Está en contacto directo con el usuario, podrá hablar con él, sabrá qué opina sobre su trabajo y cuál y cómo es la información que necesita. El periodista consulta sus fuentes de información por Internet y ésta interactúa con él. La información, imágenes y audio se envían por las redes telemáticas.⁹

B) Interactividad en las empresas periodísticas

⁹ Comunicar, n° 33, V.XVII, Revista Científica de Educomunicación, ISSN: 1134-3478, 2009, México, pág. 42

Es precisamente este elemento comunicativo, el de la interactividad, el que dentro de la organización de las empresas periodísticas está motivando el nacimiento de espacios laborales que contribuyen a lograr la interactividad con el público en Internet.

C) Buscador de información en la red

Periodista que bajo un criterio de análisis de contenidos de la información, indague y procese la información procedente del mundo Internet que a su vez entregue esa información dosificada y precisa.

D) “Freelance” digital

Es aquel periodista que transmite una noticia o realiza un reportaje de un evento en el cual no existe una delegación, un corresponsal o un enviado especial. Utiliza los medios digitales para comunicar su información.

E) Asistente de información en la redacción

Es la persona que selecciona y después responde a los correos de los usuarios del medio, entre otras actividades que le designa el medio.

F) Limpiador de ruido informacional

Su función es eliminar el ruido informacional que existe en Internet. V. Flores y A. Miguel expresan lo siguiente “Paralelamente los procesos de innovación tecnológica han ido apareciendo nuevos medios y consecuentemente unas nuevas profesiones que se potenciarán en los nuevos mercados de la información”¹⁰

2.2.1.7. Multimedialidad como soporte del periodismo digital

La configuración de la construcción del mensaje periodístico en las plataformas digitales está basada en una integración del audio, la imagen y el texto, las cuales convergen y conforman un nuevo lenguaje. Para así poder apreciar este tipo de lenguaje se requiere de conexión a Internet.

J. Díaz opina que “La multimedialidad se define como la integración, en una misma unidad discursiva, de información de

¹⁰ Flores V. y Miguel A. (2001). Ciberperiodismo. Madrid: Limusa. Pág. 159

varios tipos: texto, imágenes (fijas o en movimiento), sonidos e, incluso, bases de datos o programas ejecutables”.¹¹

➤ **Periodista multimedia**

La generalización de las técnicas y el impacto sobre la obtención, transmisión y explotación de la información influyen en el periodista, que no debe ser solo el profesional de un solo medio de comunicación tradicional. Es importante volver a la idea del periodista global, aquel periodista con una formación integral. La construcción de los contenidos está fundamentada en base a las características que posee Internet. El decodificador del mensaje no es un lector, un oyente o un televidente pasivo, es también protagonista de las tecnologías de la información y comunicación.

2.2.1.8. Medios digitales

Son plataformas digitales que a través de internet, difunden notas sobre temas de actualidad.

Medios digitales: Perú

En el país encontramos una variedad de páginas informativas digitales, como son el caso de La Mula.pe, El Útero de Marita, IDL-Reporteros, entre otros.

Medios digitales y periodismo en el Perú

Hoy en día, la producción y el consumo de las informaciones se dan de modo simultáneo y el periodista que se encuentra en los medios digitales se ve obligado a afinar sus sentidos y a evidenciar sus competencias y habilidades para diferenciarse del ciudadano común quien ingresa a la dinámica de la producción informativa sin siquiera habérselo propuesto oficialmente, ni saber cuál es realmente su función social.

Gracias a los medios digitales en el Perú, las formas de censura utilizadas por algunos gobiernos (como la compra y/o cierre de periódicos, la autocensura forzada, y el desacuerdo con artículos a ser publicados y/o con la línea editorial), o por los propios productores al interior de los medios de comunicación, se han vuelto menos eficaces. Como en el caso de Josefina Townsend, conductora de Primero a las 8, quien a través de Canal N, canal de

¹¹ Díaz, J. (2002). La escritura digital. Gipuzkoa: Universidad del País Vasco. Pág. 86

cable en el que laboraba, criticó a su medio de comunicación por negarse a transmitir en vivo la juramentación en defensa de la democracia, del candidato a la presidencia Ollanta Humala Tasso en el año 2011, mostrando, en vez de ello, una nota musical. A través de Twitter, dicha noticia se viralizó rápidamente, recibiendo múltiples comentarios, muestras de apoyo y de reconocimiento, las que fueron vistas como grandes razones para que no procediera el despido de la mencionada periodista.

Sin embargo, y como afortunadamente reconoce Gustavo Gorriti, uno de los principales periodistas de investigación peruanos, “el financiamiento para proyectos periodísticos online es limitado”.¹² En la práctica, los periodistas de las redacciones digitales, realizan las funciones y cumplen con los deberes de sus compañeros ubicados en medios de comunicación tradicionales.

2.2.2. Opinión Pública

2.2.2.1. Etimología de la Opinión Pública

La significación Opinión pública, parte de dos términos. La palabra Opinión, proveniente del latín opinio — onis, que significa opinión, juicio incierto no completamente probado.

En el Diccionario de la Lengua Española hay dos significados: Concepto o parecer que se forma de una cosa cuestionable y Fama o concepto en que se tiene a una persona o cosa.

En el primer caso. Es opinión insegura a la que le falta prueba de la verdad; en el segundo, es el concepto que se tiene de una persona (crédito o reputación, pero no cuestionada por la masa). Por su parte, el término público, del latín publicus, nos refiere al conjunto de personas que participan de una misma aficiones o con preferencia Concurren al determinado lugar. Se llama también así al conjunto de personas reunidas en determinados lugares para asistir a un determinado espectáculo o con otro fin semejante.¹³

¹² Open Society Foundations. Los medios digitales: Perú. (2013) Pág. 46

¹³ Francisco J. Bobillo (1987), Revista de Estudio Político (Nueva Época), N °58 Octubre- Diciembre.

2.2.2.2. Definiciones de Opinión Pública

Autores ofrecen una división de cinco enfoques para definir las distintas formas en que la opinión pública ha sido abordada, esta división se hace de acuerdo a quién se considera es el emisor de la opinión postulada como pública. Estas categorías proponen a la opinión pública primero, como un conjunto de opiniones individuales; segundo, como una reflexión de las creencias de las mayorías; tercero, como el resultado del choque de los grupos de interés; cuarto, como la opinión de los medios y la elite social y quinta, como una ficción. A continuación se explican cada uno de los enfoques mencionados:

a) Conjunto de opiniones individuales

Se trata de la simple suma de muchas opiniones individuales y sirve como justificación al uso de las encuestas y herramientas de medición de la opinión pública.

Es un proceso aleatorio que permite una eficiente reunión de las opiniones personales; donde los encargados de la investigación llegarán a conclusiones generales sobre la población.

Este enfoque ofrece una sencilla forma acerca de cómo medir una postura pública, si la opinión pública se trata de un conjunto de opiniones personales, se debe entrevistar a los individuos y unir sus opiniones para averiguar cuál es la opinión general. Esta selección cuantitativa permite a los investigadores, periodistas y personas interesadas, realizar un complejo análisis causal de la opinión pública.

b) Reflejo de las creencias de las mayorías

En este caso, la opinión pública debe ser entendida como el equivalente de las normas sociales, de los valores y creencias de la mayoría de los ciudadanos que son, realmente, las bases de la opinión pública. Los estudiosos de esta postura no hacen juicios sobre si la mayoría está en lo correcto o no. Este enfoque sostiene que las respuestas de los hombres no son siempre honestas.

c) Resultado de los grupos de poder

Aquí no será primordial lo que los individuos piensan, sino la forma en que sus opiniones son cultivadas, cristalizadas y

eventualmente comunicadas por los grupos de interés. Por ejemplo los partidos políticos, las organizaciones comerciales, corporaciones o grupos activistas. La validez de esta concepción se basa en la dinámica del poder: los grupos organizados son fuentes de presión para la legislación que poseen portavoces que influyen en las personas. Los individuos pueden conseguir más metas cuando unen sus fuerzas, ya que los medios y los políticos están más interesados en un grupo de opinión que en opiniones personales.

d) Es la opinión de los líderes sociales

Este enfoque considera que la opinión pública no es el resultado de la reflexión de los ciudadanos, sino que se trata del reflejo de lo que creen los líderes sociales, como los periodistas, políticos, encuestadores, etc. Así, el resultado de la opinión pública será una frase simbólica hecha por los propios oradores, con sus propios argumentos y buscando sus propios intereses.¹⁴

2.2.2.3. La Opinión Pública en la Sociedad de la Información

La opinión pública en este siglo XXI no solo se constituye a partir de lo que dicen los medios tanto radial y televisivo sino también del medio digital que es un boom en este siglo. Sin duda, los medios de comunicación y en los últimos años, Internet, continua siendo el grande espacio público de la sociedad, el ágora que ahora se presentan y se discuten los temas más destacados, aquellos que los medios han convertido previamente en su agenda. La opinión pública actúa como reflejo de los propios medios y se convierte en la imagen que ellos proyectan. Desde esta perspectiva, los ciudadanos son meros receptores pasivos que aceptan como suyas las opiniones e interpretaciones de la agenda mediática. No obstante en los últimos años se aprecia una cierta ruptura en esta hegemonía en los medios de comunicación convencionales en la conformación de la opinión pública, que es aún difícil de detallar porque coexisten viejas y nuevas formas de intervención comunicativa en el espacio público que puedan llegar a contrarrestarse: los emisores

¹⁴ Raúl Rivadeneyra (La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio, México, Trillas, 1976), pp. 68 – 73

tradicionales, o sea, los medios de comunicación impresos y audiovisuales; y los nuevos emisores, que son los propios ciudadanos que a través de las tecnologías más actuales comienzan a intervenir en dicho espacio. Por otra parte, esta irrupción de los ciudadanos en la esfera comunicativa es aún muy reciente, aunque viene a romper el monopolio de los medios de comunicación en la construcción de la opinión pública y de la cultura misma.¹⁵

2.2.2.4 La Opinión Pública como Juicio

Para Vitaliano Rovigatti, “El elemento propiamente observable de la opinión pública es el juicio actual que emite un determinado conglomerado social. Pero este fenómeno observable no se produce en la nada, en el vacío. Tiene un medio social en el cual se gesta como reacción a otro hecho o fenómeno. Esta distinción entre la matriz y el juicio parece ser extremadamente fecunda para el desarrollo de la ciencia en nuestro medio. Donde la investigación científica pocas oportunidades ha tenido para emitir su juicio, esta relación daría pie para numerosas hipótesis que deberán ser posteriormente verificadas”¹⁶.

2.2.2.5 La Opinión Pública como un Juicio de grupo

Frente a la idea de la opinión pública como resultado del debate público entre individuos libres y racionales comienza a aparecer la dimensión irracional de la opinión pública. ¹⁷Una importante tesis sobre la opinión pública deriva de la creencia en que el hombre es racional y objetivo. Esta escuela dice que la opinión pública es un juicio de grupo más o menos racional, y por lo tanto debe ser cuidadosamente distinguida de las emociones, sentimientos públicos. Supone además que tal juicio racional surge de una consideración fría y desinteresada del asunto. Puntos de vista semejantes eran muy común en los siglos dieciocho y diecinueve y se conservan aún poderosos estereotipos en los llamados de algunos políticos y demagogos, que hablan del ‘infalible sentido común’ del hombre de la masa. Un punto de vista opuesto sostiene que el hombre es sobre todo irracional y emotivo, y

¹⁵ Juan Antonio García Galindo (2010), La Opinión Pública en la Sociedad de la Información. Universidad de Málaga

¹⁶ Vitaliano Rovigatti, Lecciones sobre la Ciencia de la Opinión Pública- Libro (1981), Colección INTIYAC, Primera Edición, Quito, Ecuador. Pág. 9.

¹⁷ En Kimball Young et alii, La opinión pública y la propaganda, Barcelona, Paidós, 1999 pág25-26.

que la opinión pública se forma principalmente en el proceso por el cual los políticos astutos y maquiavélicos engañan a las masas. Esta interpretación descansa sobre la tesis de que la racionalidad está limitada a unos pocos selectos, y lo que en las masas parece pensamiento inteligente es o bien el resultado de la obediencia que prestan al líder, o bien una hábil racionalización que las masas elaboran para engañarse a sí mismas.

2.2.2.6 Poder de la Persuasión en la Opinión Pública

El elemento más crucial a la hora de influir sobre la opinión pública es el principio de persuasión. Este es el objetivo de la gran mayoría de medios digitales. Los sociólogos y los académicos de la comunicación aciertan que la opinión pública posee un gran poder es por ello que llega a persuadir, según la teoría de la persuasión de Michael Ray, denominada jerarquía de efectos, existe al menos tres órdenes básicos del conocimiento y el comportamiento con respecto a la persuasión y su poder en las opiniones públicas:

1. Cuando la implicación personal es baja y no existe mucha diferencia entre las alternativas de comportamiento, los cambios de conocimiento provocaran cambios en el comportamiento.
2. Cuando la implicación personal es alta, el cambio de comportamiento se verá seguido de un cambio de actitud.
3. Cuando la implicación personal es alta y existen claras diferencias entre alternativas, las personas actúan de forma más racional: se informan hacen valer su opinión.¹⁸

2.2.2.7 Los Medios de Comunicación y el Poder de la Opinión Pública

Los medios de comunicación desde su aparición estuvieron ligados a los aspectos políticos y los asuntos públicos de la sociedad. Desde los diarios del siglo pasado como tribuna para los conservadores o liberales, pasando por el uso que hicieron de la radio Hitler, Roosevelt o Perón con sus discursos encendidos, hasta hoy con la renovación del periodismo como espacio de lucha política. También, casi desde el inicio de la comunicación masiva se empezaron a realizar investigaciones sobre su actuación en las campañas electorales. Se trataba de ver los efectos que causaban los

¹⁸ Vicent Price (1992) OPINION PÚBLICA, Universidad de Guadalajara – Dirección de Publicaciones.

medios en el electorado a la hora de elegir un candidato. La investigación se movía siempre dentro de los efectos persuasivos de la comunicación de masas, principalmente en la esfera comercial y político-electoral.

La irrupción de la televisión en la vida política estadounidense podría considerarse como el origen de un cambio de orientación en el estudio de los efectos de la comunicación de masas: el paso de los efectos persuasivos a los efectos cognitivos. Los efectos cognitivos se refieren a las consecuencias que tiene la acción mediadora de los medios de comunicación de masas sobre los conocimientos compartidos públicamente por una comunidad¹⁹.

2.2.2.8 Relación entre Poder y Opinión Pública

Se plantea que el poder y la opinión pública van de la mano, puesto que el poder es aquel que ejerce un individuo sobre el lugar que gobierna, sin embargo las acciones o decisiones de este deben ser debatidas generando de este modo la opinión en las demás personas, las cuales al ser dadas a conocer abiertamente se convierten en opinión pública. Aunque el poder ya sea político, religioso o social pretende influir de alguna manera sobre la conducta de otros, para cambiar así las probabilidades de que otras personas respondan de ciertas maneras ante ciertas instigaciones, siempre va existir la discusión, el debate de ideas y puntos de vista o bien la opinión pública entre quienes que de una manera u otra ven las cosas desde otra perspectiva. Ambas están relacionadas, siempre estarán de la mano puesto que quien lleva el poder va generar la opinión pública debido a la postura de este líder. Si hablamos del poder político conseguimos que este se refiere al que ejerce un individuo en un país o región. Es aquí donde podemos plantear el dominio que algunos líderes políticos quieren implementar en la sociedad, a través del

¹⁹ Brown 2793, Rosario, Santa Fe, Argentina – Revista 2012.

populismo, la propagandista política e induciendo una ideología a su favor; influenciando así en su conducta.

2.2.2.9. Los Factores Componentes de la Opinión Pública

Los factores o componentes de la opinión pública se pueden agrupar de la siguiente manera:

- **La presencia de un tema.** La opinión pública se forma alrededor de un tema o conjuntos de temas públicos que se encuentran en el tapete y que ocasionan posturas contrapuestas.
- **La naturaleza del público.** Hay muchos públicos volcados hacia diferentes focos de interés. Cada tema genera su propio público, aunque en muchos casos algunos individuos se sitúen en diversos públicos.
- **Un complejo de creencias del público.** Se trata de la distribución de las opiniones sobre un tema. Hay que tener en cuenta que algunas creencias y sólo algunas son mutuamente excluyentes entre sí. Ellas están en función de las actitudes y experiencias anteriores, como de la complejidad del tema. Algunos temas homogenizan públicos y otros no. Este conjunto se denomina “complejo de creencias”. En política suele presentarse una situación dicotómica: posición de mayoría y de minoría.
- **La expresión de la opinión pública.** Resulta desde los medios de comunicación de toda su variedad hasta los gestos, mímica y todos los códigos simbólicos.
- **El número de personas involucradas.** En cada caso el número es diferente y quizá incierto; lo importante es que el número sea capaz de producir algún efecto. Estos componentes son básicos para entender los complejos pasos que conforman la estructuración y cambios en la opinión pública.²⁰

²⁰Blog, Opinión Pública Informa, publicado por Juliana Villamonte.

2.2.2.10. Características Generales de la Opinión Pública

a. La Heterogeneidad de la Opinión Pública

Hace referencia a la existencia de líderes de opinión dentro de un mismo público es decir la existencia de individuos o grupos capaces de condicionar las opiniones del resto de los miembros del público. En este caso la heterogeneidad evidencia el distinto peso que poseen las opiniones según procedan de uno u otro sector del público.

b. La opinión pública varía en intensidad en función inversamente proporcional al tiempo

Esto significa que la intensidad de la opinión tiende a atenuarse con el transcurso del tiempo pudiendo llegar a desaparecer o modificarse sustancialmente si no existe una repetición de las informaciones que la originaron. Existe también otro factor de variación en la intensidad de la opinión pública según recaiga sobre los valores básicos de una sociedad los intereses o demandas de sectores sociales presenta una intensidad constante menos amplios o simplemente sobre ciertos comportamientos particulares. En el primero de estos tres supuestos la opinión pública muestra una intensidad constante durante amplios períodos de tiempo pues alcanzan a varias generaciones y configuran lo que DUROSELLE denominó hace más de tres décadas como la personalidad nacional de un pueblo. La opinión pública que recae sobre demandas sociales presenta una intensidad mucho menos duradera pudiendo prolongarse por períodos de varios años pero mostrando una fuerte tendencia a modificarse con el cambio generacional por último la opinión pública demuestra una intensidad ocasional o coyuntural cuando se articula con referencia a ciertas decisiones o comportamientos específicos ya se han individuales o colectivos siendo frecuente que experimente alteraciones en breves lapsos temporales. Proporcional al tiempo.²¹

c. Tercera nota distintiva de la opinión es su naturaleza agregada y no Decisional

De acuerdo con el análisis de ROSENAU la opinión pública se desarrolla mediante procesos de agregación accidental articulada y, como ya hemos señalado, su protección social se deja sentir principalmente en el terreno de la influencia o la presión.

¹⁴ Calduch, R.- Relaciones Internacionales.- Edit. Ediciones Ciencias Sociales. Madrid, 1991 Pág. (1)<https://es.scribd.com/document/311264967/Caracteristicas-Generales-de-La-Opinion-Publica>.

2.2.2.11. Las Funciones de la Opinión Pública

Las funciones de la opinión pública son también variables y dependen según las atribuidas por ejemplo que la opinión pública tiene la función de: control genérico e informal del comportamiento de los individuos y grupos; legitimadora del poder; vigilante de la vida política; controladora de las personas investidas de autoridad y sus decisiones; y estimuladora del proceso de formación de decisiones políticas. Por su lado, estas funciones pueden agruparse en:

- A. Función denotativa.** Expresa o da a conocer una voluntad política.
- B. Función anticipatoria de normas.** Expresa una voluntad colectiva que, aun sin contar por el momento con rango legal, puede llegar a tener una plasmación jurídica.
- C. Función social coercitiva de presión moralizante.** Se expresa mediante el control genérico e informal de los individuos y los grupos en el seno de cualquier régimen.
- D. Función del control informal del poder político.** La fuerza de la opinión presiona o condiciona a las instituciones políticas, de allí el nombre de “cuarto poder”.
- E. Función político constitucional de control político directo.** Implica que el control de la opinión pública se torna formalmente efectivo, mediante la renovación o negación del respaldo popular.
- F. Función legitimadora del poder.** Se trata de la transferencia de prestigio y autoridad moral que la legitimación democrática otorga para cada mandato constitucional.
- G. Función consensuadora o de equilibrio.** La opinión pública juega un papel de cohesión social.
- H. Función de diálogo o intercambio.** La diversidad de opiniones permite el desarrollo y enriquecimiento sociocultural de la sociedad.

2.2.3. ABC Noticias

2.2.3.1. Reseña

ABC Noticias es un medio informativo digital iqueño creado en el 2013, pero recién se formó como medio noticioso en julio del 2015, ya cuando tenían 20 seguidores en Facebook les hackearon su cuenta en junio del 2016 y dos días después, es decir el 19 de dicho mes y año, se creó nuevamente, en la actualidad tienen un año y dos meses informando a los iqueños y de manera global a través de página web y en su fanpage en Facebook.

En ABC Noticias tienen como finalidad informar todo sobre el acontecer local, regional y nacional, ellos al ver que Internet era un punto fuerte y que muchos medios periodísticos estaban usándolo, entonces crearon esa página noticiosa. Con la ayuda de las redes sociales, ellos tienen una interconectividad con los usuarios y la inmediatez es un factor favorable debido a que en cualquier lugar el público puede enterarse de lo que pasa en cualquier parte del mundo.

2.2.3.2. Directorio

El director del medio digital ABC Noticias es el egresado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada San Juan Bautista, Fernando Berrocal Junchaya, que tiene a cargo dos personas de confianza, además tienen apoyo de estudiantes de Comunicaciones de las Universidades San Luis Gonzaga de Ica y San Juan Bautista Filial Ica.

2.2.3.3. Tipo de información que transmiten en Internet

El tipo de información que transmiten es del acontecer noticioso que se ve en la coyuntura local y regional de Ica. A veces interactúan con los usuarios donde mandan sus quejas, denuncias siempre y cuando estén fundamentadas. Con la página ellos han logrado tener publicidad, al ver que tienen miles de seguidores los empresarios han confiado su capacidad para que anuncien a través de ABC Noticias.

2.2.3.4. Estilo

Poseen un estilo en el cual toda noticia debe tener por lo menos tres párrafos para su página web y cuatro líneas para su fanpage en Facebook, en el que añaden fotografías y videos.

2.3 Definición de términos básicos

Aleatorio:	Es algo que no se puede predecir ya que interviene el azar. Por lo tanto, no es posible prever su resultado antes de que se concrete.
Activistas:	Se utiliza para hacer referencia al acto mediante el cual un grupo de personas protesta en contra o a favor de algo.
Coaligadas:	Hace referencia como relativo, concerniente o perteneciente a una coalición, asociación, liga o confederación de personas, países o de una asociación, fundación o entidad sin o con ánimo de lucro.
Coercitivo:	Es la acción mediante la cual se impone un castigo o pena (legal o ilegal) con el objetivo de condicionar el comportamiento de los individuos.
Cuantitativa:	Hace referencia a una cuantía, una magnitud, una porción o un número de cosas.
Digital:	Dicho de algunos medios de comunicación, especialmente de prensa: Que se publican en internet o en formato electrónico.
Freelance:	Se denomina freelance (pronunciado «frílans») a la persona que trabaja de forma independiente o se dedica a realizar actividades de manera autónoma que le permitan desenvolverse en su profesión.

Heterogeneidad:	Todo lo que está compuesto por partes de distinta naturaleza. Se puede ver un claro ejemplo en de heterogeneidad en las sociedades actuales en las cuales, debido en gran parte a la globalización, se han generado comunidades tan diversas que son compuestas por diferentes culturas.
Interactividad:	Se utiliza para referirnos a la relación de participación entre los usuarios y los sistemas informáticos, es un proceso de comunicación entre humanos y computadoras
Juicio:	Facultad del alma que permite distinguir entre el bien y el mal o entre lo verdadero y lo falso.
Lead:	En periodismo se dice de la entradilla que sigue al titular y que contiene en muy pocas líneas los elementos más relevantes de la noticia.
Masas:	Agrupación numerosa de personas que forman un todo o una gran multitud, lo que se conoce en otros contextos como masa humana.
Multimedialidad:	Supone la integración en el hipertexto de distintos medios. Los documentos hipertextuales pueden ser textuales, gráficos, sonoros, animados, audiovisuales o una combinación de parte o de todas estas morfologías; por lo que el término hipertexto puede tener características multimedia.

Periodismo digital:

Es periodismo en red ya que este nuevo tipo de periodismo "rompe con la comunicación lineal y unidireccional" e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional (en papel, radio, tv o trasladado a la red).

Periodista:

Persona profesionalmente dedicada en un periódico o en un medio audiovisual a tareas literarias o gráficas de información o de creación de opinión.

Poder:

Describir la facultad, habilidad, capacidad o autorización para llevar a cabo una determinada acción.

Opinión Pública:

Es aquel que se utiliza para hacer referencia a las diferentes formas de expresión que una comunidad puede tener respecto de temas públicos, no privados. La idea de opinión pública existe desde hace tiempo ya, siempre que se hable de la reacción o de la forma de pensar del pueblo ante determinados eventos políticos, sociales, económicos o culturales.

Online:

Es una palabra inglesa que significa "en línea". El concepto se utiliza en el ámbito de la informática para nombrar a algo que está conectado o a alguien que está haciendo uso de una red (generalmente, Internet).

Simultáneo:

Realizar en el mismo espacio de tiempo dos operaciones o propósitos.

Twitter: Es un servicio de microblogueo, La red permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario.

III.- HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

Como ya se conoce, la hipótesis “es una respuesta imaginativa, creadora, a veces intuitiva que el investigador formula para dar respuesta al problema científico. Es una proposición explicativa o descriptiva-explicativa que resuelve o da solución tentativamente a un problema científico...”, (Ñaupas et al 2014: 177), en tal sentido, para la presente investigación se plantea las siguientes hipótesis de trabajo:

3.1.1. Hipótesis General

El Periodismo Digital en ABC Noticias incide en la opinión pública de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.

3.1.2. Hipótesis Específicas

- La interactividad incide en el juicio de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.
- La multimedialidad incide en el poder de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.

3.2. Sistema de variables

Planteadas las hipótesis de trabajo, se establece también las variables. Es así como se tienen:

* Variable X

Periodismo Digital

* Variable dependiente.

Opinión Pública

3.3. Indicadores

- Conocer si los jóvenes tienen conocimiento de ABC Noticias.
- Saber si los jóvenes estudiantes se informan a través de ABC Noticias.

-Indagar si los jóvenes estudiantes emplean herramientas multimedia para informarse.

IV. METODOLOGÍA

4.1. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la ejecución de la presente investigación se utilizara las herramientas y técnicas que nos permite el método científico. En este caso específico, se desarrollara el método Hipotético – Deductivo que propone Karl Popper. Este método “consiste en ir de la hipótesis a la deducción para determinar la verdad o falsedad de los hechos procesados o conocimientos mediante el principio de falsación, propuesto por él” (ÑAUPAS 2014: 136).

El método hipotético – deductivo comprende cuatro pasos: observación o descubrimiento de un problema, formulación de la hipótesis, deducción de las consecuencias contrastables de la hipótesis, y finalmente, verificación o experimentación.

4.2. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

Nuestra investigación es del tipo mixto, cuantitativo – cualitativo. Hernández Sampieri (2014) sostiene que “el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la numeración numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p 4), mientras el enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.

El nivel de la presente investigación o lo que Hernández Sampieri llama alcance, ubica este trabajo en el Descriptivo correlacional. “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (HERNÁNDEZ 2014, p 92), mientras los estudios correlacionales asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población, con el cual se pretende responder a preguntas de investigación.

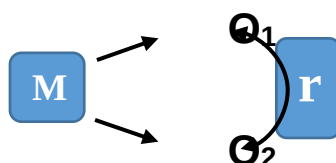
4.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo que se propone es una investigación aplicada de diseño no experimental transeccional, porque nos permitirá medir la relación entre

nuestras dos variables, sin provocar ninguna reacción de nuestra parte, en un grupo de trabajo en un momento dado.

Al respecto Hernández Sampieri explica en este diseño no experimental, que también se le conoce como transversal, se recolectan datos en un solo momento y en un tiempo único. “Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como ‘tomar una fotografía’ de algo que sucede” (HERNÁNDEZ et al 2014, p 154).

La representación gráfica del diseño de investigación sería de la siguiente manera:



Donde:

M : Muestra seleccionada.

O1 : Variable 01. Periodismo Digital

r : Relación que se produce entre dos o más variables.

O2 : Variable 02. Opinión Pública

4.4. UNIVERSO Y MUESTRA

Como la investigación es del tipo mixta se propone una primera medición para la parte cuantitativa en las noticias que difunde el portal web ABC Noticias, los cuales representan la primera variable.

Para la parte cualitativa de la investigación y que guarda relación con la segunda variable, se opta por la población estudiantil matriculada en el ciclo académico 2018-I, de donde se desprende que son 347 estudiantes matriculados en Comunicación.

De todos ellos, para saber la muestra se emplea procedimientos matemáticos-estadísticos (ÑAUPAS 2014, p.247) y se aplica la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{[e^2(N - 1) + Z^2 \times p \times q]}$$

Donde:

- n: Muestra
 Z: Grado de confianza 95%= $95/2 = 47,5/100 = 0,475$,
 llevando la cifra a la Tabla de áreas bajo la curva normal,
 tipificada de 0 a Z, tendremos como resultado 1,96%
 N: Universo de estudio = 347 alumnos
 E: Error máximo permisible 5%= $(5/100) = 0,05\%$
 p: 0,54 (Sobre la base de la aplicación de los pre test piloto)
 q: 0,46 (Sobre la base de la aplicación de los pre test piloto)

Aplicando la fórmula, tendremos que:

$$n = \frac{1.96^2 \times 347 \times 0.54 \times 0.46}{[0,05^2 (347 - 1) + 1,96^2 \times 0,54 \times 0,46]}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 86,1948}{[0,0025 (346) + 3,8416 \times 0,2484]}$$

$$n = \frac{331.12594368}{[0,865 + 0,95425344]}$$

$$n = \frac{331.12594368}{1.81925344}$$

$$n = 182.01199261$$

Redondeando se tiene que: $n = 182$

En conclusión: La muestra mínima para estimar proporcionalmente los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNICA, con una precisión del 95%, es de 182 individuos.

4.5. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para recabar la información empírica de las dos variables se empleara para el primer caso la técnica de la Observación, para lo cual se aplica una Guía de Observación.

Asimismo, para la segunda variable se aplicara una Encuesta, para lo cual se elaboró un cuestionario con preguntas cerradas de escala nominal para la

identificación de los encuestados que serán los estudiantes matriculados de Ciencias de la Comunicación de la UNICA.

Asimismo, se consignará una segunda batería de preguntas para cada uno de los indicadores planteadas en nuestra segunda variable. Para mayor detalle.

4.6. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Se ha planteado una Guía de observación y una Encuesta.

Así tenemos:



Universidad Nacional “San Luis Gonzaga” de Ica

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGÍA

INVESTIGACIÓN: PERIODISMO DIGITAL EN ABC NOTICIAS Y SU INFLUENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS ESTUDIANTES DE LA EAP. CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA DE ICA

GUÍA DE OBSERVACIÓN

MATERIAL A ANALIZAR: NOTICIAS DIFUNDIDAS EN ABC NOTICIAS				
Período de observación: del 02.MAYO.2018 al 31.MAYO.2018				
CATEGORÍA:	SUB CATEGORÍAS	Definición de la Sub Categorías	Situación que refleja la Sub Categoría	Aparicio- nes totales
ACTIVIDAD (1) IDENTIFICACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS NOTICIAS DIFUNDIDAS EN ABC NOTICIAS	(1.1) ICA CIUDAD	Hecho noticioso acaecido en Ica ciudad.		
	(1.2) REGIÓN ICA	Hecho noticioso ocurrido en la región Ica.		
	(1.3) NACIONAL	Hecho noticioso ocurrido en el contexto nacional.		
	(1.4) INTERNACIONAL	Hecho noticioso ocurrido en el extranjero.		
CATEGORÍA:	SUB CATEGORÍAS	Definición de la Sub Categorías	Situación que refleja la Sub Categoría	Aparicio- nes totales
ACTIVIDAD (2) IDENTIFICACIÓN DE LA NOTICIA, DENTRO DE UN ÁREA ESPECÍFICA.	(1.1) ACTUALIDAD	Cuando la noticia es sobre el acontecer diario, ya sea como hecho policial o local.		
	(1.2) POLÍTICA	Cuando el hecho noticioso corresponde al quehacer político.		
	(1.3) DEPORTES	Cuando el hecho noticioso corresponde al ámbito deportivo.		
	(1.4) ESPECTÁCULOS	Cuando el hecho noticioso corresponde a los espectáculos.		

Para nuestra segunda variable se ejecutará la siguiente encuesta:



Universidad Nacional "San Luis Gonzaga" de Ica

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGÍA

INVESTIGACIÓN: PERIODISMO DIGITAL EN ABC NOTICIAS Y SU INFLUENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS ESTUDIANTES DE LA EAP. CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA DE ICA

ENCUESTA PARA ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN MATRICULADOS PARA EL CICLO 2018-I, JUNIO 2018

DATOS GENERALES			
NOMBRES Y APELLIDOS:	GÉNERO	M	F
CICLO DE ESTUDIO:	EDAD:		
CUESTIONARIO PARA LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN 2017-II			
1. Accede Ud. a internet a través de: ☐ Cabina pública ☐ Computadora en casa ☐ Teléfono celular ☐ Tablet/Laptop ☐ Otro dispositivo, especifique _____			
2. ¿Ha tomado conocimiento de noticias a través del periodismo digital en las redes sociales? ☐ Siempre ☐ Casi siempre ☐ A veces ☐ Casi nunca ☐ Nunca			
3. ¿De las noticias que se difunden a través del periodismo digital en las redes sociales, enumere en orden de prioridad cuáles son las informaciones que concitan su mayor interés? ☐ Actualidad ☐ Política ☐ Deportes ☐ Espectáculos ☐ Otro, especifique _____			
4. ¿Qué tipo de noticias considera que generan mayor corriente de opinión en Ud. y sus compañeros? ☐ Actualidad ☐ Política ☐ Deportes ☐ Espectáculos ☐ Otro, especifique _____			
5. ¿Se ha informado de noticias a través del <i>fanpage</i> ABC NOTICIAS ICA o www.icaabc.com? ☐ Siempre ☐ Casi siempre ☐ A veces ☐ Casi nunca ☐ Nunca			
6. ¿Considera Ud. que las noticias difundidas a través del <i>fanpage</i> ABC NOTICIAS ICA o su portal web www.icaabc.com, forman opinión favorable en Ud. o sus compañeros de estudios? ☐ Siempre ☐ Casi siempre ☐ A veces ☐ Casi nunca ☐ Nunca			
7. ¿Considera Ud. que las noticias difundidas a través del <i>fanpage</i> ABC NOTICIAS ICA o su portal web www.icaabc.com, forman opinión desfavorable en Ud. o sus compañeros de estudios? ☐ Siempre ☐ Casi siempre ☐ A veces ☐ Casi nunca ☐ Nunca			

4.7. TÉCNICA DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

La información recolectada de manera empírica, será procesada utilizando la estadística descriptiva e inferencial. Para tal efecto se determinarán las medidas de tendencia central y de dispersión para una posterior presentación de resultados en gráficos de barras, circulares o histogramas, según sea el caso.

4.8. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO

Las hipótesis de trabajo serán procesadas a través de los métodos estadísticos.

Para ello se tendrá en cuenta la prueba de la t de student.

Asimismo, se empleara el sistema de software estadístico llamado SPSS (del inglés Statistical Package for Social Sciences), que significa Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales.

V. Matriz de Consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES		
			CRITERIOS	X	Y
			Variables	Periodismo Digital	Opinión Pública
			Dimensión	* Interactividad * Multimedialidad	* Juicio * Poder
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS	Técnica e Instrumento	- Encuesta - Guía de observación	
¿De qué manera la interactividad incide en el juicio de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica,2018?	Verificar que la interactividad incide en el juicio de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica,2018.	La interactividad incide en el juicio de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica,2018.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	NIVEL DE INVESTIGACIÓN	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
			Es una investigación descriptiva que sirva para analizar como es y se manifiesta un fenómeno y sus componentes.	Nivel descriptivo-correlacional	Emplearemos el diseño descriptivo simple (DDS) el cual sugiere al investigador recoger información respecto al objeto de estudio.
¿De qué manera la multimedialidad incide en el poder de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica,2018?	Demostrar que la multimedialidad incide en el poder de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica, 2018.	La multimedialidad incide en el poder de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica,2018.			
POBLACIÓN: La población o universo lo constituirán los 347 alumnos de la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.		TÉCNICA MUESTRAL.- Se aplicará la formula estadística de proporciones $n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$		MUESTRA: Estará constituida por 182 alumnos del I ciclo, III ciclo, V ciclo, VII ciclo, y IX ciclo de la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.	

VI. ADMINISTRACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

6.1. Cronograma

Fecha Actividades	2017			2018						2019		
	Jul - Ag o	Set - Oct	No v - Dic	Ene	Mar - Abr	May - Jul	Jul	Sep - Oct	Nov	Feb	Jul	Sep
1. Elaboración del proyecto de tesis.	X											
2. Revisión bibliográfica.		X										
3. Marco teórico			X									
4. Presentación del proyecto de tesis				X								
5. Aprobación del Proyecto de tesis.							X					
6. Elaboración de los instrumentos de investigación.					X							
7. Aplicación de instrumentos.						X						
8. Procesamiento y análisis de los datos								X				

9. Redacción del primer borrador								X				
10. Presentación del primer borrador									X			
11. Levantamiento de observaciones										X		
12. Aprobación del informe final.											X	
13. Sustentación												X

Duración: 2 años

Fecha de inicio: Julio 2017

Fecha de término: Septiembre 2019

6.2.- Presupuesto

PARTIDAS		COSTO PARCIAL S/.	TOTAL S/.
01	<u>Remuneraciones:</u>		
	- Apoyo de Especialistas (asesoría)	200.00	
	- Secretaria.	200.00	
	- Encuestador.	300.00	
	- Remuneración personal del investigador	300.00	10000.00
02	<u>Bienes:</u>		
	- Útiles de Oficina.	100.00	
	- Libros.	300.00	
	- Otros.	100.00	500.00
03	<u>Servicios:</u>		
	- Movilidad.	200.00	
	- Internet.	100.00	
	- Teléfono	100.00	
	- Impresiones	400.00	
	- Empastado	200.00	1000.00
TOTAL : Nuevos Soles			1 900.00

El trabajo de investigación tiene el costo de S/.1, 900 (Mil novecientos nuevos soles) el cual será autofinanciado por los investigadores para el logro de los objetivos previstos.

VII. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los resultados de la presente investigación se muestran de acuerdo a los dos variables que son: Periodismo Digital y Opinión Pública, para las cuales empleamos la guía de observación para ABC Noticias y la encuesta para los jóvenes estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNICA.

Variable nro. 1: Periodismo Digital

En la figura N°1 se puede apreciar que a través de la guía de observación se analizó el medio digital iqueño ABC Noticias por un periodo de un mes en el cual fue el mes de mayo del 2018 desde el día 02 de hasta el 31 de dicho mes, del cual se dividió en dos categorías, la primera fue por Identificación geográfica de las noticias difundidas que muestra la cantidad de 109 noticias publicadas por ABC Noticias a través de su plataforma web y la red social Facebook también se puede observar que del total de noticias emitidas la mayoría son de hechos acontecidos en la localidad tanto en Ica cercado como en los distritos que tiene la provincia de Ica, en menor rango se ve 23 noticias de la región iqueña, 21 de la coyuntura nacional de nuestro país y 9 del contexto internacional .

También se procesaron las noticias en una segunda categoría que fue Identificación de la noticia dentro de un área específica, y se vio que dentro de las 109 noticias; 62 publicaciones eran de actualidad con ello hacemos referencia a hechos que tienen que ver con acontecimientos policiales o sucesos locales, además de 25 noticias de contexto político, otras 19 que abarcan noticias deportivas, y para finalizar se visualizó 3 publicaciones de espectáculos.

MATERIAL A ANALIZAR: NOTICIAS DIFUNDIDAS EN ABC NOTICIAS Período de observación: del 02.MAYO.2018 al 31.MAYO.2018				
CATEGORÍA:	SUB CATEGORÍAS	Definición de la Sub Categorías	Situación que refleja la Sub Categoría	Apariciones totales
ACTIVIDAD (1) IDENTIFICACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS NOTICIAS DIFUNDIDAS EN ABC NOTICIAS	(1.1) ICA CIUDAD	Hecho noticioso acaecido en Ica ciudad.	MAYO 2 - Volquete choca con poste e impacta con auto-tico - Sujeto que atacó a efectivo policial es custodiado por la PNP en el Hospital Socorro - Mototaxi es hallada desmantelada en el Guayabo MAYO 3 - Anuncian lanzamiento de mundialito canero 2018 - Cámara de Comercio y UNICA firma convenio - Feria del libro reúne a destacados escritores de Ica - Detienen a dos jóvenes con droga entre sus pertenencias MAYO 4 - Herrera sueña con un título para el Octavio Espinoza - Clausuran locales por no tener licencia de funcionamiento en Huacachina MAYO 5 - Detienen a micro comercializadores de droga en la Tinguíña - Clausuran comercio de artesanía, agencia de viaje, carros tubulares y restaurantes en Huacachina - Allanan vivienda de sujeto que intentó violar a menor de ocho años	56

			MAYO 6 - Alcalde de Ica aclara que algunas regidores hacen daño a su persona - Encuentran mototaxi abandonada en la entrada de Pueblo Nuevo – Ica MAYO 7 - Jordy Portocarrero: “Salve una vez al Espinoza de la baja y ahora salimos campeones” - Distritos de Salas Guadalupe: sujeto mata a balazos a su pareja y cuñada - Directivos de la Liga de Ica se pronuncian por intento de agresión a mujer arbitro en el Estadio de Ica MAYO 8 - Detienen a funcionario de Ica con coima de 1700 soles - Colocan primera piedra para ejecución de obra de alcantarillado en la Tinguíña - Detienen a sujeto con bolsitas de PBC en Arenales MAYO 9 - Director Académico del CEPU confirmo error en resultados de examen - PNP Anticorrupción detiene a funcionarios recibiendo coima de 1700 soles MAYO 10 - Carlos Reyes no podrá participar en las próximas elecciones - Terrenos baldíos son guaridas de fumones y delincuentes MAYO 11 - Anuncian ordenanza para reducir el uso de elementos elaborados de plástico - Desagüe colapsa nuevamente y aguas residuales desembocan en laguna	
--	--	--	---	--

			MAYO 12 - Nueve meses de prisión preventiva para sospechosa de muerte de Jhon Alex Chang - Moradores se quejan por huecos en la Calle La Mar y Urubamba MAYO 13 - Dos personas son detenidas con clorhidrato de cocaína - Sport Victoria no pudo de local ante César Vallejo MAYO 14 - El jueves realizarán auditoria por actos de corrupción en Gerencia de Transporte - Anuncian creación de “Escuelas Municipal de Deporte de Ica” MAYO 15 - Incrementan precio para ingresar al Mini-Zoológico de Ica - Distrito de los Aquijes firma convenio para ejecución de proyecto en La Joya MAYO 16 - Huacachina se inunda en las aguas servidas y malos olores MAYO 18 - Bomberos de Ica reciben unidades móviles por parte del Gobierno Regional MAYO 19 - Inauguran Escuelas deportivas Municipales en Tierra Prometida MAYO 20 - Detienen a sujeto con decenas de bolsitas de PBC MAYO 21 - En la ciudad del futuro surge la primera Escuela Municipal de Fútbol	
--	--	--	--	--

			MAYO 22 - PNP detiene a cinco integrantes de banda de comercializadores de droga - Agricultores de Ocucaje dejan sus tierras por escasez de agua - Los alcaldes de Ica no quieren dejar la “mamadera” MAYO 23 - Mujer que fue atropellada en Salas Guadalupe perdió la vida MAYO 24 - PNP detiene a sujeto que violaba a su hijastra de 15 años - Roban equipo médico del Hospital ESSALUD Augusto Hernández MAYO 25 - Alcaldes de distritos se presentan como regidores provinciales a elecciones municipales MAYO 26 - ¿Mariano Nacimiento sin antecedentes judiciales? - Alcalde de Ica dona 1500 dólares a ajedrecista y participará del Panamericano - Conductor atropella a joven y se da a la fuga MAYO 27 - Octavio Espinoza le dijo adiós a la Copa Perú MAYO 28 - Alcalde de Parcona busca una solución al problema de escasez de agua - Victoria pelea por salvar la categoría en segunda profesional MAYO 29 - Escuela deportiva estimula a los menores para hacer deporte	
--	--	--	--	--

			- 300 toneladas de basura se recogerán del río Ica MAYO 30 - Poste de alumbrado público a punto de caerse en Calle Amazonas MAYO 31 - Mujer necesita de ayuda para ser operada y no pueda morir	
	(1.2) REGIÓN ICA	Hecho noticioso ocurrido en la región Ica.	MAYO 2 - Director de colegio en Chíncha se quita la vida MAYO 4 - Yamashiro critica designación como pre-candidatos de “Rocky” Hurtado por Fuerza Popular MAYO 5 - Tres pre-candidatos al Gobierno Regional por Acción Popular MAYO 6 - PISCO: explosión de barco deja seis heridos MAYO 9 - CHINCHA: capturan a sujeto que ingreso a robar en vivienda MAYO 10 - Construcción de dos qochas en la sierra de Ica MAYO 11 - CHINCHA: pedían 10 mil soles para liberar a menor secuestrada MAYO 13 - Sismo de 4.4 grados remece la provincia de Pisco MAYO 15 - Asesinan a cambista para robarle su dinero en Chíncha MAYO 17 - Vientos en la costa de Ica alcanzarán los 40 km/h	23

			- Capturan burriers con 3650 kilos de marihuana en Pisco MAYO 18 - Vice – Gobernador Yamashiro renuncia a Fuerza Popular MAYO 19 - Aguas servidas inundan calles de Túpac Amaru – Pisco MAYO 20 - Obras por la Modernidad elige a sus candidatos MAYO 21 - Un muerto en accidente de tránsito en Paracas – Pisco MAYO 24 - San Joaquín es aprobado como distrito en el Congreso MAYO 25 - Construcción del Templo de Luren está en un 50% MAYO 26 - Decomisan más 40 mil CDs y DVD en Pisco MAYO 27 - Detienen a sujeto que escondía droga en su equipaje MAYO 28 - Detenido pretendía coimear a PNP con 20 soles MAYO 29 - Denuncian que tubulares perjudican las dunas en Ica - ICA: MIDIS - QALI WARMA promueve la integración de productos típicos al servicio alimentario escolar MAYO 30 - ICA: MINAGRI, autoridades y agricultura se unen para control de roedores	
--	--	--	---	--

	(1.3) NACIONAL	Hecho noticioso ocurrido en el contexto nacional.	MAYO 3 - Detienen a dos jóvenes con droga entre sus pertenencias MAYO 6 - Venezolano acuchilla a su pareja delante de su hijo de 2 años MAYO 8 - Iglesia evangélica quería vender donaciones por 30 millones de soles MAYO 9 - Archivan proyecto de ley que prohibía la reelección de congresistas MAYO 10 - Cámara de Comercio de Ica participa en reunión sobre problemática de la agricultura MAYO 11 - Loreto: Poder Judicial dejó libre a sujeto que atacó a machetazos a su pareja MAYO 12 - MINSA reporta 32 casos confirmados y 10 sospechosos MAYO 14 - Magaly Medina se burla de situación de Paolo Guerrero MAYO 15 - Magaly es retirada de Latina por hablar de Paolo Guerrero MAYO 16 - Muertos cobran en varias partes del país Pensión 65 - FPF hizo oficial lista previa de 24 jugadores sin Guerrero, Pizarro ni Benavente MAYO 17 - Estos congresistas defendieron a los violadores	21
--	----------------	---	---	----

			MAYO 21 - Congreso gastará más de 250 mil soles televisores, frigobares y otros electrodomésticos MAYO 23 - Con aportes 30 soles mensuales por 2 años, hinchas de Universitario buscan salvar al club - 43 casos de feminicidio en lo que va del año en todo el país MAYO 24 - Dos personas mueren al caer minivan a abismo en Puquio MAYO 26 - Detienen a tres venezolanos robando en tiendas comerciales MAYO 27 - Congreso cuesta 7.8 millones al mes MAYO 28 - Cerveza Cristal costará 3x10 durante el mundial MAYO 30 - Hoy se registró la temperatura más baja en el Perú MAYO 31 - Masiva participación de la ciudadanía en simulacro de sismo	
	(1.4) INTERNACIONAL	Hecho noticioso ocurrido en el extranjero.	MAYO 4 - La FIFA pidió un año de sanción para Paolo Guerrero en audiencia ante el TAS MAYO 17 - FIFPRO afirma que Paolo Guerrero tiene una luz de esperanza para jugar el mundial MAYO 18 - Presentan pedido de indulto a la FIFA para que Paolo Guerrero juegue el	9

			Mundial MAYO 19 - Reinaldo Do Santos: "Paolo Guerrero no irá al Mundial y Perú no pasará la segunda fase del Mundial" MAYO 20 - IFPRO solicitó a la FIFA presencia de Paolo Guerrero en el Mundial MAYO 21 - Nicolás Maduro es reelegido en Venezuela y gobernará hasta el 2025 MAYO 22 - Paolo Guerrero sigue fuera del Mundial de Rusia 2018 MAYO 31 - Paolo Guerrero si jugará en el Mundial de Rusia 2018	
CATEGORÍA:	SUB CATEGORÍAS	Definición de la Sub Categorías	Situación que refleja la Sub Categoría	Apariciones totales
ACTIVIDAD (2) IDENTIFICACIÓN DE LA NOTICIA, DENTRO DE UN ÁREA ESPECÍFICA.	(1.1) ACTUALIDAD	Cuando la noticia es sobre el acontecer diario, ya sea como hecho policial o local.	MAYO 2 - Volquete choca con poste e impacta con auto-tico - Sujeto que atracó a efectivo policial es custodiado por la PNP en el Hospital Socorro - Director de colegio en Chíncha se quita la vida - Mototaxi es hallada desmantelada en el Guayabo MAYO 3 - Detienen a dos jóvenes con droga entre sus pertenencias - Feria del libro reúne a destacados escritores de Ica MAYO 4 - Clausuran locales por no tener licencia de funcionamiento en Huacachina MAYO 5 - Detienen a microcomercializadores de droga en la Tinguiña - Clausuran comercio de artesanía, agencia de viaje, carros tubulares y restaurantes en Huacachina - Allanan vivienda de sujeto que intento violar a menor de ocho años MAYO 6	62

			-Venezolano acuchilla a su pareja delante de su hija de 2 años -Encuentran mototaxi abandonada en la entrada de Pueblo Nuevo-Ica -Pisco: explosión de barco deja seis heridos MAYO 7 -Distrito de Salas Guadalupe: sujeto mató a balazos a su pareja y cuñada -Directivos de la Liga de Ica se pronuncian por intento de agresión a mujer árbitro en el Estadio de Ica MAYO 8 -Detienen a funcionario de Ica con coima de 1700 -Detienen a sujeto con bolsitas de PBC en Arenales -Iglesia evangélica quería vender donaciones por 30 millones de soles MAYO 9 -Director Académico del CEPU confirmo error en resultados de examen -Chincha: Capturan a sujetos que ingreso a robar en vivienda -PNP Anticorrupción detiene a funcionarios recibiendo coima de 1700 soles MAYO 10 -Construcción de dos Qochas en la sierra de Ica -Terrenos baldíos son guaridas de fumones y delincuentes MAYO 11 -Chincha: pedían 10 mil soles para liberar a menor secuestrada -Loreto: Poder Judicial dejó libre a sujeto que atacó a machetazos a su pareja -Desagüe colapsa nuevamente y aguas servidas desembocan en laguna MAYO 12 -MINSA reporta 32 casos confirmados y 10 sospechosos -Nueve meses de prisión preventiva para sospechosa de muerte de Jhon Alex Chang -Moradores se quejan por huecos en la calle La Mar y Urubamba MAYO 13 -Sismo de 4.4 grados remece la provincia de Pisco -Dos personas son detenidas con clorhidrato de cocaína MAYO 15 -Incrementan precio para ingresar al Mini-Zoológico de Ica -Asesinan a cambista para robarle su dinero en Chincha MAYO 16 -Huacachina se inunda en las aguas servidas y malos olores	
--	--	--	--	--

			MAYO 17 -Vientos en la costa de Ica alcanzarán los 40 Km/H -Capturan burriers con 3850 kilos de marihuana en Pisco MAYO 18 -Bombero de Ica reciben unidades móviles por parte del Gobierno Regional MAYO 19 -Aguas servidas inundan calles de Túpac Amaru-Pisco MAYO 20 -Detienen a sujeto con decenas de bolsitas de PBC MAYO 21 -Nicolás Maduro es reelegido en Venezuela y gobernará hasta el 2025 -Un muerto en accidente de tránsito en Paracas-Pisco MAYO 22 -PNP detienen a cinco integrantes de banda de comercializadores de droga -Agricultores de Ocucaje dejan sus tierras por escasez de agua MAYO 23 -43 casos de feminicidios en lo que va del año en todo el país -Mujer que fue atropellada en Salas Guadalupe perdió la vida MAYO 24 -PNP detiene a sujeto que violaba a su hijastra de 15 años -Roban equipo médico del Hospital ESSALUD Augusto Hernández -Dos personas mueren al caer minivan a abismo en Puquio MAYO 25 -Construcción del Templo de Luren está en un 50% MAYO 26 -Decomisan más de 40 mil CDs y DVD en Pisco -Conductor atropella a joven y se da a la fuga -Detienen a tres venezolanas robando en tiendas comerciales MAYO 27 -Detienen a sujeto que escondía droga en su equipaje MAYO 28 -Cerveza Cristal costaría 3x10 durante el Mundial -Detenido pretendía coimear a PNP con 20 soles MAYO 29 -Denuncian que tubulares perjudican las dunas en Ica	
--	--	--	--	--

			-300 toneladas de basura se recogerán del río Ica MAYO 30 -Hoy se registró la temperatura más baja en el Perú -Poste de alumbrado público a punto de caerse en Calle Amazonas MAYO 31 -Mujer necesita de ayuda para ser operada y no pueda morir -Identifican a hombre que fue hallado muerto en San Joaquín -Masiva participación de la ciudadanía en simulacro de sismo	
	(1.2) POLÍTICA	Cuando el hecho noticioso corresponde al quehacer político.	MAYO 3 -Cámara de Comercio y UNICA firma convenio MAYO 4 -Yamashiro critica designación como pre-candidato de “Rocky” Hurtado por Fuerza Popular MAYO 5 -Tres pre-candidatos al Gobierno Regional por Acción Regional MAYO 6 -Alcalde de Ica aclara que algunos regidores hacen daño a su persona MAYO 8 -Colocan primera piedra para ejecución de obra de alcantarillado en la Tinguíña MAYO 9 -Archivan proyecto de ley que prohibía la reelección de congresistas MAYO 10 -Carlos Reyes no podrá participar en las próximas elecciones -Cámara de Comercio de Ica participa en reunión sobre problemática de la agricultura MAYO 11 -Anuncian ordenanza para reducir el uso de elementos elaborados de plástico MAYO 14 -El jueves realizarán auditoría por actos de corrupción en Gerencia de Transporte MAYO 15 -Distrito de los Aquijes firma convenio para ejecución de proyecto en La Joya MAYO 16 -Muertos cobran en varias partes del país Pensión 65 MAYO 17 -Estos congresistas defendieron a los violadores	25

			MAYO 18 -Vice – Gobernador Yamashiro renuncia a Fuerza Popular MAYO 20 -Obras por la Modernidad elige a sus candidatos MAYO 21 -Congreso gastará más de 250 mil soles televisores, frigobares y otros electrodomésticos MAYO 22 -Los alcaldes de Ica no quieren dejar la “mamadera” MAYO 23 -Congresista César Segura pide una cafetera para su despacho MAYO 24 -San Joaquín es aprobado como distrito en el Congreso MAYO 25 -Alcaldes de distritos se presentan como regidores provinciales a elecciones municipales MAYO 26 -¿Mariano Nacimiento sin antecedentes judiciales? MAYO 27 -Congreso cuesta 7.8 millones de soles MAYO 28 -Alcalde de Parcona busca una solución de problema de escasez de agua MAYO 29 -Ica: MIDIS-QALIWARMA promueve la integración de productos típicos al servicio alimentario escolar MAYO 30 -Ica: MINAGRI, autoridades y agricultores se unen para control de roedores	
	(1.3) DEPORTES	Cuando el hecho noticioso corresponde al ámbito deportivo.	MAYO 3 -Anuncian lanzamiento de mundialito canero 2018 MAYO 4 -La FIFA pidió un año de sanción para Paolo Guerrero en Audiencia contra el TAS -Herrera sueña con un título para el Octavio Espinoza -Jordy Portocarrero: “Salve una vez al Espinoza de la baja y ahora salimos campeones” MAYO 13	19

			-Sport Victoria no pudo de local ante César Vallejo MAYO 14 -Anuncian creación de “Escuelas Municipal de Deporte de Ica” MAYO 16 -FPF hizo oficial lista previa de 24 jugadores sin Guerrero, Pizarro ni Benavente MAYO 17 -FIFPRO afirma que Paolo Guerrero tiene una luz de esperanza para jugar el mundial MAYO 18 -Presentan pedido de indulto a la FIFA para que Paolo Guerrero juegue el Mundial MAYO 19 -Inauguran Escuelas deportivos Municipales en Tierra Prometida MAYO 20 -IFPRO solicitó a la FIFA presencia de Paolo Guerrero en el Mundial MAYO 21 -En la ciudad del futuro surge la primera Escuela Municipal de Fútbol MAYO 22 -Paolo Guerrero sigue fuera del Mundial de Rusia 2018 MAYO 23 -Con aportes 30 soles mensuales por 2 años, hinchas de Universitario buscan salvar al club MAYO 26 -Alcalde de Ica dona 1500 dólares a ajedrecista y participará del Panamericano MAYO 27 -Octavio Espinoza le dijo adiós a la Copa Perú MAYO 28 -Victoria pelea por salvar la categoría en segunda profesional MAYO 29 -Escuelas Deportiva estimula a los menores para hacer deporte MAYO 31 -Paolo Guerrero si jugar en el Mundial de Rusia 2018	
	(1.4) ESPECTÁCULOS	Cuando el hecho noticioso corresponde a los espectáculos.	MAYO 14 -Magaly Medina se burla de situación de Paolo Guerrero MAYO 15	3

			-Magaly es retirada de Latina por hablar de Paolo Guerrero MAYO 19 -Reinaldo Do Santos: "Paolo Guerrero no irá al Mundial y Perú no pasara la Segunda Fase del Mundial"	
--	--	--	---	--

Variable nro. 2: Opinión Pública

Mediante una encuesta realizada a los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Luis Gonzaga de Ica en el mes de junio del 2018, obtuvimos los siguientes datos a los que agregamos una breve interpretación de los gráficos que se obtuvieron al realizar el conteo porcentual.

1. Accede Ud. a internet a través de:

Acceso a Internet	Conteo Final	Porcentaje
Cabina Pública	6	3.30%
Computadora en casa	37	20.33%
Teléfono celular	121	66.48%
Tablet/laptop	18	9.89%
Otro dispositivo	-	0.00%
Total	182	100.00%

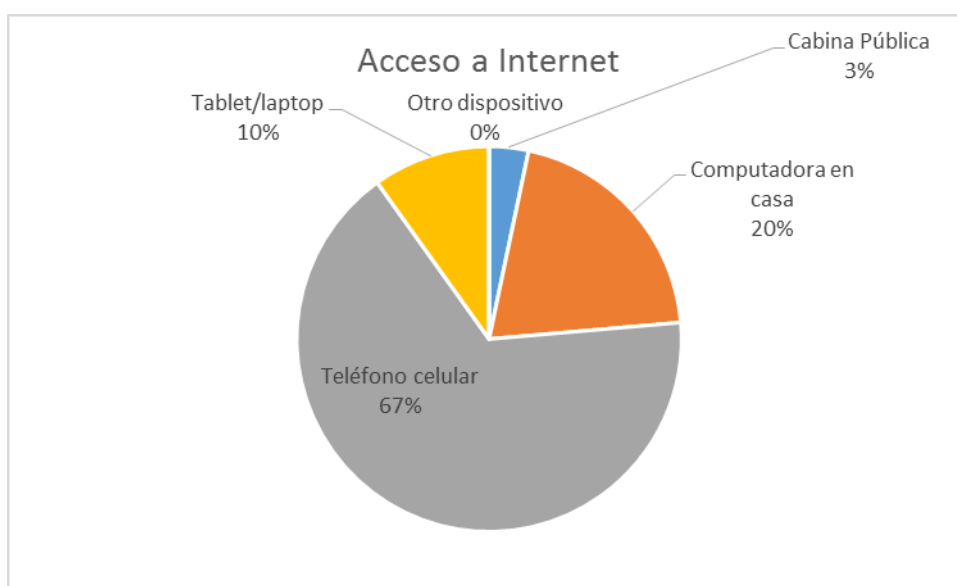


Figura N° 2: Acceso a internet

Interpretación:

Podemos observar que en la figura nro. 2, un 67% de los jóvenes estudiantes de Ciencias de la Comunicación acceden a internet desde su teléfono celular, el 20% a través de una computadora de escritorio desde sus casas, un 10% de ellos ingresa a la red desde su Tablet o laptop, y otro 3% desde una cabina pública.

2. ¿Ha tomado conocimiento de noticias a través del periodismo digital en las redes sociales?

Opciones	Conteo Final	Porcentaje
Siempre	40	21.98%
Casi siempre	89	48.90%
A veces	43	23.63%
Casi nunca	7	3.85%
Nunca	3	1.65%
Total	182	100.00%

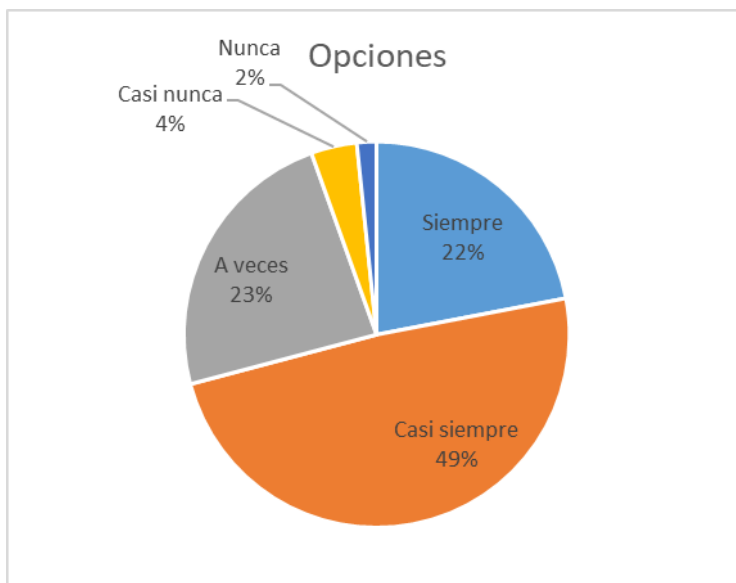


Figura N°3: Opciones de la pregunta nro. 2

Interpretación:

En la figura nro. 3, se puede visualizar que del 100% de alumnos encuestados, un 49% casi siempre toma conocimiento de las noticias que se publican a través del periodismo digital en las redes sociales a las que acceden diariamente, un 23% respondió que a veces presta atención a la información de los medios digitales, el 22% respondieron que siempre se mantienen informados, un 4% contestó que casi nunca y con un 2% nunca.

3. ¿De las noticias que se difunden a través del periodismo digital en las redes sociales, enumere en orden de prioridad cuáles son las informaciones que concitan su mayor interés?

Orden de prioridad	Conteo Final	Porcentaje
Actualidad	118	64.84%
Política	41	22.53%
Deportes	14	7.69%
Espectáculos	9	4.95%
Otro	-	0.00%
Total	182	100.00%

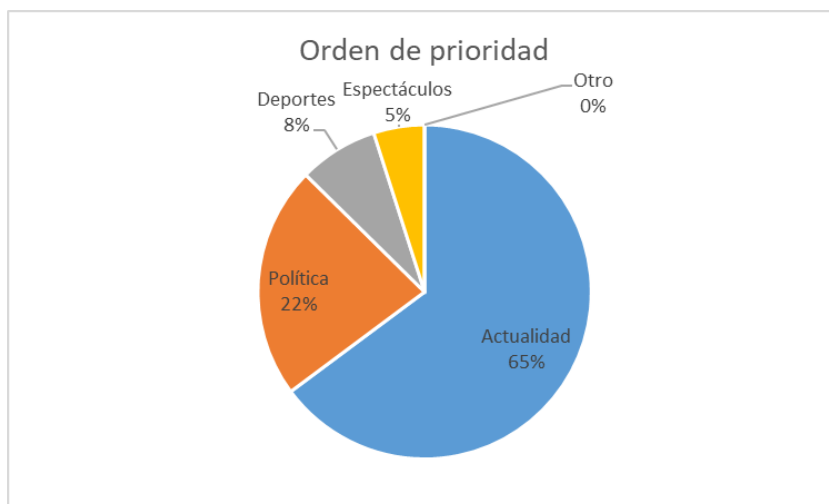


Figura N° 4: Orden de prioridad de la información

Interpretación:

Según la figura nro. 4, de los 182 estudiantes encuestados, un 65% tiene interés por las noticias de actualidad, el 22% de ellos presta interés a las noticias del ambiente político de nuestro país y de la región Ica, un 8% se mantiene informado con las noticias deportivas y otro 5% le concita interés las noticias de espectáculo.

4. ¿Qué tipo de noticias considera que generan mayor corriente de opinión en Ud. y sus compañeros?

Tipo de noticias	Conteo Final	Porcentaje
Actualidad	101	55.49%
Política	51	28.02%
Deportes	17	9.34%
Espectáculos	13	7.14%
Otro	-	0.00%
Total	182	100.00%



Figura N°5: Tipos de noticias

Interpretación:

Con respecto a la figura nro. 5, el cual da como resultado que un 56% de los jóvenes estudiantes las noticias de actualidad que se publican a través de internet le generan una mayor corriente de opinión, el 28% prefiere la política, un 9% los deportes y un 7% se inclinan por las noticias de espectáculos.

5. ¿Se ha informado de noticias a través del *fanpage* ABC NOTICIAS ICA o www.icaabc.com?

Opciones	Conteo Final	Porcentaje
Siempre	15	8.24%
Casi siempre	56	30.77%
A veces	66	36.26%
Casi nunca	16	8.79%
Nunca	29	15.93%
Total	182	100.00%

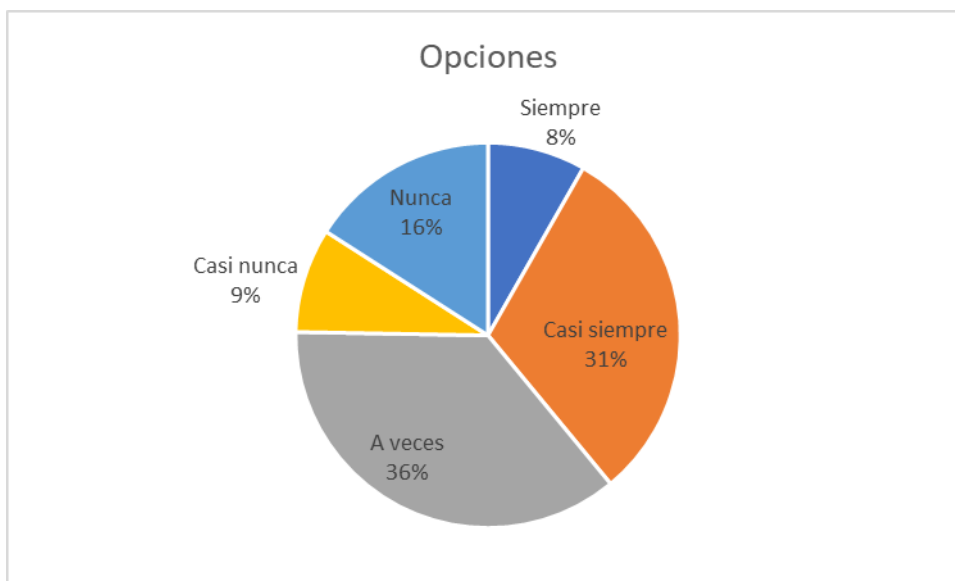


Figura N°6: Opciones de la pregunta nro. 5

Interpretación:

En la figura nro. 6, los estudiantes de Ciencias de la Comunicación respondieron con un 36% que a veces se ha informado a través del fanpage de ABC Noticias o por su página web, además un 31% contestó que casi siempre se informa por medio de ABC Noticias, un 16% nunca, el 9% casi nunca y otro 8% siempre se mantiene pendientes de las noticias que publica dicho medio digital.

6. ¿Considera Ud. que las noticias difundidas a través del *fanpage* ABC NOTICIAS ICA o su portal web www.icaabc.com, forman opinión favorable en Ud. o sus compañeros de estudios?

Opciones	Conteo Final	Porcentaje
Siempre	11	6.04%
Casi siempre	32	17.58%
A veces	95	52.20%
Casi nunca	19	10.44%
Nunca	25	13.74%
Total	182	100.00%

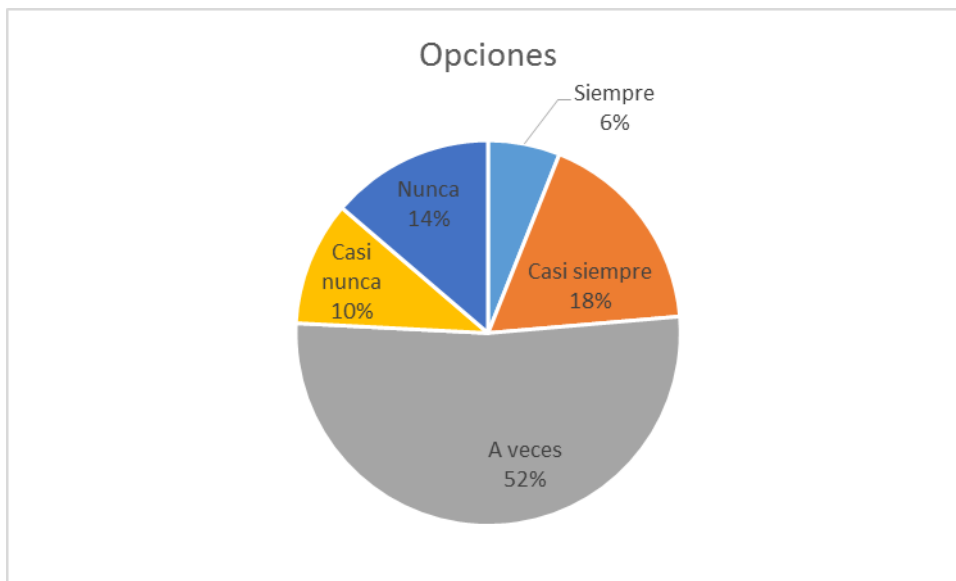


Figura N°7: Opciones de la pregunta nro. 6

Interpretación:

Como se observa en la figura nro. 7, el 52% de los jóvenes universitarios de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la UNICA contestaron que a veces las noticias difundidas por ABC Noticias forman una opinión favorable en ellos como en sus compañeros de estudios, un 18% respondió que casi siempre, el 14% dijo que nunca, otro 10% contestó casi nunca, y sólo un 6% respondieron siempre.

7. ¿Considera Ud. que las noticias difundidas a través del *fanpage* ABC NOTICIAS ICA o su portal web www.icaabc.com, forman opinión desfavorable en Ud. o sus compañeros de estudios?

Opciones	Conteo Final	Porcentaje
Siempre	3	1.65%
Casi siempre	6	3.30%
A veces	66	36.26%
Casi nunca	52	28.57%
Nunca	55	30.22%
Total	182	100.00%

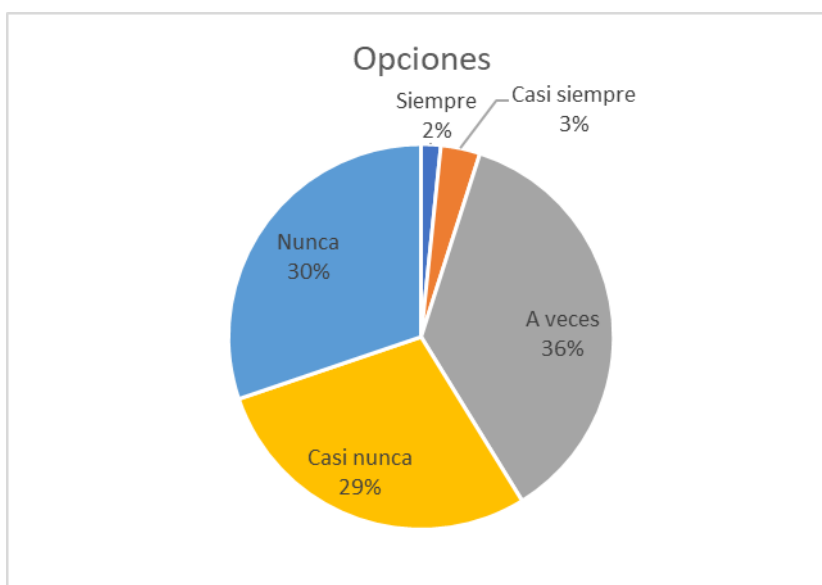


Figura N°8: Opciones de la pregunta nro. 7

Interpretación:

Como se puede visualizar en la figura nro. 8, del porcentaje de estudiantes encuestados, un 36% contestó que las noticias publicadas por ABC Noticias forman una opinión desfavorable en ellos y sus compañeros de estudio, el 30% respondió nunca, el 29% contestaron casi nunca, otros con el 3% casi siempre y por ultimo un 2% dijeron siempre.

VIII. CONCLUSIONES

Se da por concluido que mediante la ejecución de la presente investigación y al utilizar las técnicas para recolectar los datos que me permitieron conocer que los jóvenes estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica si emplean herramientas multimedia para mantenerse informados, además descubrí que las noticias publicadas por el medio digital iqueño ABC Noticias generan una opinión favorable en los alumnos de dicha escuela académico profesional, ellos tienen conocimiento de ABC Noticias y que la interactividad juega un rol importante en la comunicación de este medio digital con los jóvenes al emitir sus noticias a través de las plataformas digitales tanto en su página web y del fanpage que tienen en la red social Facebook.

A su vez, la multimedialidad que es una de las dimensiones de nuestra investigación incide en el poder de los estudiantes de la EAP. Ciencias de la Comunicación porque ellos al acceder a Internet para poder visualizar las noticias que publica ABC Noticias pueden observar que la información contiene gráficos (fotografías), texto y en algunos casos contenido audiovisual.

También conocí que el periodismo digital es un tipo de periodismo que a la vez es nuevo y en el cual convergen los medios considerados tradicionales como la radio, tv e impreso para dar noticias e informaciones con mayor agilidad e inmediatez por vía online; en este caso fue empleado por ABC Noticias para mantener informado a la población iqueña y la investigación me permitió visualizar que la opinión pública de los jóvenes alumnos es fomentada por las noticias que a su vez generan una reacción positiva en la forma de pensar frente a hechos que van aconteciendo en su localidad y en determinados casos como sucesos de actualidad, políticos, deportivos y de espectáculos.

XI.- FUENTES DE INFORMACIÓN (BIBLIOGRÁFICA)

ARMAÑANZAS, Emy; DIAZ NOCI, Javier y MESO, Koldo

1996 *El periodismo electrónico*. Barcelona: Editorial Ariel.

BIONDI SHAW, Juan; MIRÓ QUESADA DE LIRA, Silvia; y ZAPATA SALDAÑA, Eduardo

2010 *Derribando muros. Periodismo 3.0: Oferta y Demanda de Comunicación en el Perú de hoy* (Perú).

BOLOS CONCHA, Edo

2001 *El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia. Estudios sobre el mensaje periodístico*. Número 7. Edita Universidad Complutense.

COMUNICAR

2009, Revista Científica de Edocomunicación, México

CALDUCH, R.

1991 - *Relaciones Internacionales*.- Edit. Ediciones Ciencias Sociales. Madrid.

ESCUELA DE PERIODISMO UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES

2014, Manual de Estilo y Orientaciones Éticas, Chile

GARCÍA GALINDO, Juan Antonio

2010 *La Opinión Pública en la Sociedad de la Información*. Universidad de Málaga

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, María del Pilar.

2014 *Metodología de la Investigación*. Sexta edición 2014. México: Editorial McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V.

J. BOBILLO, Francisco

1987 *Revista de Estudio Político (Nueva Época)*, N °58 Octubre- Diciembre.

MARTÍNEZ VEGA, José Antonio

1998 *El periódico electrónico: un nuevo medio de comunicación para el tercer milenio*. Madrid: Departamento de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad Europea.

ÑAUPAS PAITÁN, Humberto; MEJÍA MEJÍA, Elías; NOVOA RAMÍREZ, Eliana y VILLAGÓMEZ PAUCAR, Alberto.

1999 *Metodología de la Investigación. Cuantitativa – cualitativa y Redacción de la Tesis*. Cuarta edición. Bogotá, Colombia. Ediciones de la U, conocimiento a su alcance.

PRICE Vicent

1992 *OPINION PÚBLICA*, Universidad de Guadalajara – Dirección de Publicaciones.

RIVADENEYRA Raúl

1976 *La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio*, México, Trillas.

VITALIANO ROVIGATTI

1981 *Lecciones sobre la Ciencia de la Opinión Pública*, Colección INTIYAC, Primera Edición, Quito, Ecuador.

WEBGRAFIA

QUIM GIL. (2006).Periodismo Digital. [Artículo]. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/periodigital/> . Consultado en el año 2017.

VILLAMONTE JULIANA, Blog Opinión Pública Informa. Recuperado en el 2017.