



Universidad Nacional

SAN LUIS GONZAGA



[Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0)

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>



NÚMERO:

2022 - 047

EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

**“ABC NOTICIAS COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL
EN EL DISTRITO DE ICA”**

presentado por: **AJALCRIÑA ORMEÑO, JESÚS WILFREDO**, del nivel de Pre Grado de la FACULTAD DE CCTYA, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación. El resultado obtenido es: PORCENTAJE DE SIMILITUD 13 % por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO, según el Reglamento de Evaluación de Originalidad.

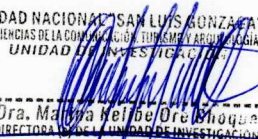
Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ninguna

Ica, 21 de Octubre del 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGÍA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



Dra. Marjara Nelbe Ore Choque
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA
VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN
**Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y
Arqueología**



PROGRAMA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN

Trabajo de investigación

**ABC NOTICIAS COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN EL
DISTRITO DE ICA**

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presentado por el Bachiller en Ciencias de la Comunicación

Ajalcriña Ormeño Jesús Wilfredo

**Ica – Perú
2022**

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA
VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN
**Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y
Arqueología**



PROGRAMA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN

Trabajo de investigación

**ABC NOTICIAS COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN EL
DISTRITO DE ICA**

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presentado por el Bachiller en Ciencias de la Comunicación

Ajalcriña Ormeño Jesús Wilfredo

*Ica – Perú
2022*

Trabajo de investigación

**ABC NOTICIAS COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN EL
DISTRITO DE ICA**

DEDICATORIA

A mis queridos padres y familiares,
amigos por brindarme sus consejos
para continuar adelante en el logro
de mis metas y objetivos
profesionales.

ÁREA DE CONOCIMIENTO

CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

SOCIEDAD, MEDIO AMBIENTE Y POLÍTICAS PÚBLICAS

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

ÍNDICE

CARATULA

AREA DE CONOCIMIENTO

LINEA DE INVESTIGACIÓN

ÍNDICE.....	6
INTRODUCCIÓN.....	8
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	11
1.2. Formulación del problema.....	13
1.2.1. Problema General	13
1.2.2. Problema específico.....	13
1.3. Planteamiento de Objetivos.....	13
1.3.1. Objetivo general.....	13
1.3.2. Objetivos específicos.....	13
1.4. Justificación e importancia de la Investigación	14
1.5. Limitaciones de la investigación	14
1.6. Delimitación de la investigación	15
II. MARCO REFERENCIAL.....	16
2.1. Antecedentes de la investigación.....	16
2.1.1. Bases teóricas	18
2.1.2. Marco conceptual	25
III. HIPOTESIS Y VARIABLES.....	26
3.1. Hipótesis y variables de la investigación.....	26
3.1.1. Hipótesis general.....	26
3.1.2. Hipótesis específicas.....	26
3.2. Sistema de Variables	26
3.2.1. Variable independiente.....	26
3.2.2. Variable dependiente.....	26

IV. METODOLOGIA	27
4.1. Tipo, nivel y diseño de investigación	27
4.1.1. Población y muestra	27
4.1.2. Técnicas de recolección de datos	28
4.1.3. Instrumentos de recolección de datos	28
4.1.4. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de resultados ...	28
4.1.5. Presupuesto del proyecto	29
4.1.6. Cronograma de actividades.....	29
V. RESULTADOS.....	30
5.1. Presentación y análisis de los resultados.....	30
Conclusiones.....	42
Recomendaciones.....	43
Referencias bibliográficas.....	44
Anexos	46
• Instrumentos de recolección de información	46
• Matriz de consistencia	47

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación digitales desempeñan un papel importante en la difusión de noticias, información y entretenimiento en todo el mundo. Los sitios web de noticias en línea son una fuente crucial de información. Algunos de los sitios web de noticias más populares y reconocidos a nivel mundial incluyen CNN, BBC, The New York Times, The Guardian, Reuters, Associated Press, Al Jazeera, entre otros. Por su parte las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn son plataformas populares para la difusión de noticias y la interacción social. Muchos medios de comunicación tienen cuentas en estas plataformas donde comparten noticias, artículos y videos.

La realidad de los medios de comunicación digital en Latinoamérica presenta tanto desafíos como oportunidades. Aquí están algunos aspectos que caracterizan la situación de los medios de comunicación digitales en la región, si bien el acceso a Internet ha aumentado en los últimos años, aún existen desafíos en términos de conectividad en algunas áreas rurales y comunidades marginadas. Esto puede limitar el alcance de los medios digitales y dificultar el acceso a la información para ciertos sectores de la población. Los medios digitales en Latinoamérica cubren una amplia gama de temas, desde noticias y política hasta entretenimiento y cultura. Sin embargo, la cobertura a menudo se centra en los principales centros urbanos y puede haber una falta de diversidad en la representación de diferentes voces y perspectivas.

Muchos medios digitales en Latinoamérica enfrentan desafíos económicos para mantenerse sostenibles. La publicidad en línea puede ser competitiva y los modelos de negocio aún están en evolución. Esto puede limitar la capacidad de los medios para producir contenido de calidad y realizar investigaciones a fondo. Al igual que en otras partes del mundo, la propagación de noticias falsas y desinformación es un desafío en los medios digitales de Latinoamérica. Esto puede tener un impacto negativo en la confianza del público y dificultar la difusión de información precisa y verificada.

En resumen, los medios de comunicación digitales en Latinoamérica enfrentan desafíos como la conectividad, la sostenibilidad económica y la desinformación, pero también presentan oportunidades para la participación ciudadana y la diversidad de contenido. La evolución de los medios digitales en la región está en curso, y se espera que siga transformándose en el futuro.

La realidad de los medios de comunicación digital en Perú refleja una serie de características y desafíos propios de la región. Como el acceso a Internet que ha mejorado significativamente en

en los últimos años, todavía existe una brecha digital entre las zonas urbanas y rurales. Aunque la cobertura está en constante expansión, algunas áreas remotas pueden tener dificultades para acceder a una conexión confiable, lo que limita el alcance de los medios digitales en ciertas regiones. Los medios tradicionales, como periódicos y canales de televisión, están adaptándose al entorno digital y migrando a plataformas en línea para llegar a audiencias más amplias. Muchos medios establecidos tienen presencia en línea y ofrecen contenido multimedia a través de sus sitios web y redes sociales.

El Auge de los medios digitales independientes que se han presentado en los últimos años, estos medios más pequeños a menudo se centran en temas específicos y cubren noticias locales, sociales, culturales o políticas, proporcionando una perspectiva diversa y complementaria a los medios tradicionales. La propagación de noticias falsas y la desinformación son desafíos importantes en el panorama de los medios digitales en Perú. La difusión de información no verificada puede tener un impacto negativo en la confianza pública y dificultar el acceso a noticias confiables y precisas. Los medios de comunicación digitales en Perú están evolucionando y enfrentan desafíos similares a los de otras regiones, como el acceso a Internet, la sostenibilidad económica y la lucha contra la desinformación. Sin embargo, también ofrecen nuevas oportunidades para la diversidad de contenido y la participación ciudadana en el panorama mediático del país.

El trabajo investigativo desarrollado trata sobre el medio ABC Noticias como medio de comunicación digital en el Distrito de Ica. Siendo así los medios digitales están ayudando a evolucionar la comunicación a diario y por ello también los periodistas “digitales” deberían acompañar dicha evolución comunicativa, pero sin descuidar la ética profesional y la seriedad correspondiente. Los medios de comunicación digitales dan novedosas formas de comunicación y como informar, pero se debería hacer en forma adecuada en las empresas noticiosas como es el caso del medio ABC Noticias del Distrito de Ica.

En estos tiempos los medios de comunicación digital deberían cumplir rigurosamente requisitos como por ejemplo sus periodistas “digitales” no deben dejar de lado ser periodistas de investigación, vale decir siempre tener las competencias de informar y comunicar con objetividad, pero también creando e innovando la información. No se debe llegar a la monotonía y sólo compartir las noticias de otros medios se debe generar debate en la comunicación digital. Además, el debate en tiempo real debe provocar reacción ante los “lectores digitales” para esto los periodistas digitales deben realizar su trabajo con varias fuentes y estar buscando la noticia corroborada.

Si bien el medio ABC noticias tiene base de datos actualizada y sobre todo con cierta organización, pero se observa que todavía no cumple con los requisitos mencionados como por ejemplo no hay debate en tiempo real con los “lectores digitales” con frecuencia, o comparten mucho las noticias difundidas por otros medios por eso las noticias publicadas pasan desapercibidos. No se aprecia la posibilidad de que todos participen en el medio de comunicación digital. La gran mayoría de lectores y/o observadores digitales no opinan en tiempo real, comparten mucho las noticias de otras fuentes y tienen pocas noticias propias. Los periodistas del medio ABC noticias no trabajan con los múltiples formatos digitales y no crean muchos contenidos divertidos. Se aprecia que sus contenidos no se graban, no se editan y redactan por trabajo propio sino comparten mucha información de otras fuentes dejando de lado la idea de medio de comunicación digital.

El presente trabajo de investigación se elaboró de acuerdo a los lineamientos de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga” de Ica, estructurado en cinco capítulos:

En el capítulo I, Se habla del planteamiento del problema de investigación; la definición del problema general y específicos, la redacción de la delimitación del problema; así como la justificación e importancia de la investigación y las limitaciones de la investigación; la redacción de los objetivos de investigación: general y específicos

El capítulo II, Desarrolla el marco referencial, donde se habla sobre los antecedentes del problema de investigación; las bases teóricas de la investigación y desarrollo del marco conceptual.

En el capítulo III, Identificamos la hipótesis general y específicas; así como el sistema de variables, tanto independiente y dependiente.

En el capítulo IV, Identificamos la estrategia metodológica de la investigación; señalamos el tipo, nivel y diseño de investigación; la población y muestra materia de investigación. Asimismo, se explica las técnicas e instrumentos de recolección de datos, y las técnicas de procesamientos de datos, el análisis e interpretación de resultados.

En el capítulo V, se muestran la presentación, interpretación y discusión de resultados.

Finalmente, se redacta las conclusiones y recomendaciones del caso; así como se menciona las fuentes de información y los anexos.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

ABC NOTICIAS como medio de comunicación digital en el Distrito de Ica

1.1. Descripción de la realidad problemática

En el contexto mundial, los medios de comunicación han ido evolucionando hasta llegar al mundo digital, esto se debe al avance tecnológico y las nuevas audiencias que consumen noticias a través de plataformas digitales y buscan que la información llegue de una forma más rápida en comparación de los diarios, la televisión o la radio. Por tal motivo, se puede observar que medios internacionales como la BBC o El País, han decidido optar por la convergencia periodística, dado a que en el ciberespacio se encuentran medio de comunicación digitales que vienen a ser una fuerte competencia para los medios tradicionales, como refieren los periodistas Juan Biondi Shaw, Silvia Miró Quesada de Lira y Eduardo Zapata Saldaña en el libro *Derribando Muros* (pág. 109) “otro ejemplo de cómo las nuevas tecnologías se han convertido en un gran aliado (o competidor) de los medios tradicionales es el uso que los estadounidenses le dieron a Internet en 2003, durante la guerra en Irak, hecho que tuvo cinco veces más entradas en relación con lo sucedido durante el ataque a las Torres Gemelar del 11 de setiembre de 2001”

La realidad problemática de los medios de comunicación digitales abarca una serie de desafíos y preocupaciones en diferentes aspectos, como la desinformación y noticias falsas que se constituye en los problemas más graves. Las plataformas en línea permiten la rápida difusión de información no verificada, lo que puede generar confusión y afectar la percepción de la realidad por parte del público.

Por otro lado, los medios digitales también enfrentan el desafío de la polarización y los sesgos en la presentación de noticias, algunos pueden tener agendas políticas o ideológicas específicas, lo que puede distorsionar la información y dificultar la formación de una opinión pública informada y equilibrada.

La recopilación y el uso de datos personales por parte de los medios digitales plantean preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de los usuarios. La comercialización de datos y las vulnerabilidades de seguridad pueden exponer a las personas a riesgos como el robo de identidad y el uso indebido de información personal.

Muchos medios digitales dependen en gran medida de las redes sociales para alcanzar a su audiencia. Sin embargo, esto puede llevar a una concentración de poder en manos

de unas pocas plataformas y a una mayor vulnerabilidad a cambios en los algoritmos y políticas de las redes sociales. A menudo se enfrentan a la presencia de trolls y la toxicidad en línea. Los comentarios ofensivos, el acoso y el discurso de odio pueden tener un impacto negativo en la calidad del debate y en el bienestar de los usuarios.

La falta de regulación adecuada, en muchos países, la regulación de los medios digitales es insuficiente o inadecuada. Esto puede dar lugar a la difusión de contenido ilegal, como la incitación al odio o la pornografía infantil, así como a la falta de transparencia y responsabilidad en la difusión de información. Es importante abordar estos problemas de manera efectiva para garantizar que los medios de comunicación digitales cumplan su función de informar de manera precisa y responsable, proteger la privacidad de los usuarios y fomentar un ambiente digital seguro y equitativo.

Es así como en países, como el Perú, por lo general los medios de comunicación digitales han ido contribuyendo a la masificación y rapidez de transmitir las noticias, ya sea el blog Útero de Marita que desde el 2008 publica contenido que posteriormente ha sido usado por programas de medios de televisión, esto se debe a que los medios digitales, a su vez, colocan en sus páginas web y redes sociales, el contenido informativo que es comentado por la audiencia, lo cual genera un grado de retroalimentación entre el periodista y el público.

En el distrito de Ica, se visualiza en las redes sociales y páginas web, que los medios de comunicación digital locales lograron cautivar a las audiencias con la agilidad del tráfico de información que tienen en Internet. Sin embargo, es importante precisar que son pocos los que le dan un tratamiento ético a la información, ya que deben procurar realizar la verificación de la fuente antes de publicar una noticia, puesto a que en la mayoría de los casos llega a viralizarse en las redes sociales.

ABC Noticias, es uno de los medios de comunicación digital en Ica, que revolucionó la manera de transmitir noticias en Internet en el 2013, en la actualidad, cuenta con una gran audiencia, debido a la forma que comunican la información sin tergiversar, con veracidad, y empleando creatividad e innovación en sus redes sociales, donde se observa una fuerte interacción con el público, del cual se puede destacar la originalidad e inmediatez de sus publicaciones.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo el medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica?

Problemas específicos

PE 1

¿Cómo la diversidad informativa del medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica?

PE 2

¿Cómo el uso de recursos visuales del medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica?

1.3. Planteamiento de los Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Identificar como el medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica.

1.3.2. Objetivos específicos

OE 1

Identificar como la diversidad informativa del medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica

OE 2

Identificar como el uso de recursos visuales del medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica

1.4. Justificación e importancia de la investigación

1.4.1. Justificación

Se justifica realizar este estudio para saber que los medios de comunicación digitales como ABC noticias en el Distrito de Ica, están relacionados con la convergencia periodística en el que interviene la labor de los medios que se hayan en el ciberespacio y tienen una mejor conexión con la audiencia de masas.

Luego, los principales beneficiarios del presente estudio son los usuarios y/o clientes que visitan en ocasiones el formato digital del medio ABC noticias, ya que se requiere información actualizada, organizada y confiable.

1.4.2. Importancia

Es importante porque a medida que los usuarios digitales estén “mirando información” en el medio ABC noticias se diría que esta interesante pero no es tan original para mantener contacto con los usuarios y/o clientes. Así, se ven intentando establecer vínculos comunicativos mediante los medios digitales como pudiera ser ABC noticias de Ica.

Es relevante porque según los compromisos establecidos por el autor se debe culminar el presente estudio que tiene que ver con el medio ABC noticias cumpliendo con la logística, los plazos establecidos para lograr alcanzar las metas y objetivos investigativos, eso se quiere en lo posible.

1.5. Limitaciones de la investigación

Temporal: Por lo general, el tiempo es un factor muy importante al momento de hacer el presente estudio siendo así se quedó en destinar más horas para culminar esta investigación oportunamente y con la mayor seriedad y veracidad posibles.

Bibliográfica: Sobre el título de investigación no es fácil encontrar bibliografía organizada y actual volviéndose una preocupación, siendo así que se ha requerido hacer la búsqueda con paciencia en páginas web confiables y que tengan el rigor de confiabilidad correspondiente por la especialidad mencionada Ciencias de la Comunicación.

1.6. Delimitaciones de la investigación

1.6.1. Delimitación teórica

Se teoriza las dos variables en estudio:

ABC Noticias Digital. - Es una red digital de origen iqueño involucra un de comunicaciones donde la información es codificada en formato digital. Es una plataforma digital de noticias desde la Región de Ica para mantener informado a la población sobre noticias locales, regionales, nacionales e internacionales con visualizadores de otros países latinoamericanos confirmando que ABC Noticias es un medio con relevante presencia en las redes sociales.

Convergencia periodística. - al proceso en el que diferentes plataformas y medios de comunicación convergen y se integran para ofrecer contenido informativo y periodístico de manera interactiva y multidimensional. Esta tendencia es impulsada por los avances tecnológicos y la digitalización de los medios de comunicación.

1.6.2. Delimitación espacial

El presente trabajo académico se realizó en la región Ica, Provincia y Distrito de Ica, por lo cual la investigación tiene alcance regional

1.6.3. Delimitación temporal

La investigación se realizó durante los meses de diciembre 2019 a febrero del año 2020

II. MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1.1. Antecedentes a nivel internacional

Castillo-Yépez y Quezada (2019) realizaron una investigación cuyo título es "Entornos digitales y credibilidad de los medios en época de la posverdad" de la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador). Los autores concluyen en:

Se confirma el usar los medios de comunicación con frecuente presencia en escenarios digitales como fuentes confiables de información noticiosa.

Se pretende reflejar que clases de plataformas usan los ciudadanos de Ecuador para informarse de las noticias, así también para estimar los niveles preocupantes de credibilidad para consumir experiencias noticiosas. (p.1)

García-García y Gil-Ruiz (2017) realizaron una investigación cuyo título es "Periodismo digital y empoderamiento. Tendencias informativas en noticias de Google a lo largo de 2017" de la Universidad de Alicante (España).

Los autores concluyeron en lo siguiente:

El periodismo digital obedece a una búsqueda bibliográfica sobre su actualidad y el vínculo que tiene el empoderamiento ciudadano, para luego hacer una exploración sobre las noticias de Google (en virtual) para sacar tendencias informativas con frecuencia.

Hay cierta prevalencia de las noticias virtuales que no reflejan la identificación del autor o autora, así como un predominio de esas noticias en Google. (p.1)

2.1.1.2. Antecedentes a nivel nacional

De Ita (2019) realizó una investigación cuyo título es "La transformación digital llegó a los medios de comunicación" de la Universidad ESAN (Lima-Perú). La autora concluyó en:

Los medios digitales no deben dejar de lado los novedosos ecosistemas digitales. El comunicar las noticias ya no puede ser sólo de audiencias tradicionales, sino también ya involucrar las redes sociales y demás medios. Además, los medios de comunicación digitales deben fidelizar cada vez más brindando noticias de interés y adaptados.

Los medios de comunicación digitales han de permitir noticias más precisas que están buscando cada espectador (a) y plantear estrategias más apropiadas. Se debe competir entre variados medios según el perfil y sus metas correspondientes. (p.1)

2.1.1.3. Antecedentes a nivel local

Mogollón M. E. (2019) realizó una investigación cuyo título es "Monitoreo de Medios" del Observatorio de los Derechos Sexuales y Reproductivos de las Personas con Discapacidad (Ica-Perú). La autora concluye en:

La utilidad del medio de comunicación digital en Ica es reflejar el impacto periodístico en las redes sociales y medios de comunicación local en Ica teniendo en cuenta el avance y penetración del internet en estos tiempos. (p.1)

2.1.2. Bases teóricas

Incera y Cairo (2007) menciona sobre lo que es una red digital informativa: Una red digital es un sistema de comunicaciones en el que la información que se transporta está codificada en formato digital. Con el fin de entender cómo funcionan las redes digitales, sus características, problemáticas y oportunidades, es conveniente describir brevemente qué es un sistema digital.

Si bien el proceso de digitalización introduce una cierta complejidad en el tratamiento de la señal original (pues es necesario tomar las muestras, cuantizarlas y codificarlas), la representación digital de la información tiene enormes ventajas para poder tratarla (por ejemplo, para comprimirla, transformarla, analizarla mediante programas de cómputo), almacenarla (por ejemplo, en un archivo) y transportarla en sistemas de comunicaciones digitales. Es por ello que, en la actualidad, prácticamente todos los sistemas de comunicaciones están convergiendo hacia su digitalización. (p.2)

También, Uzelac A. (2005) menciona sobre la red digital informativa: en estos tiempos las redes digitales proporcionan varias plataformas alternativas de comunicación. Entre la inmensa cantidad de información disponible en Internet, un usuario interesado puede encontrar una diversidad de perspectivas en relación con cualquier tema que busque en Google. La diversidad de información y perspectivas es un producto de la llamada economía de redes de la información, en la que el trabajo colaborativo y compartir tienen un papel significativo (voice). Se sugiere que ello se debe al hecho de que las capacidades prácticas de los individuos han mejorado en el marco del medio de las redes digitales.

Las personas pueden contribuir con sus críticas y cuestiones a debates en curso, producir y publicar información que generan ellas mismas en sus blogs y páginas web, o pueden contribuir en proyectos de trabajo colaborativo a gran escala. En gran medida, todo ello tiene lugar fuera del ámbito del mercado es un nuevo fenómeno que emergió cuando el medio de redes brindó a los usuarios nuevas oportunidades. El aumento de las redes sociales en combinación con las tecnologías móviles tiene un impacto en el modo en que se comparte información en la actualidad y en cómo se está construyendo el conocimiento. (p.2)

Rojo (2008) manifiesta sobre la importancia de la red digital informativa: es importante porque la mayoría de las empresas informativas son conscientes de la necesidad de ser más diversas y flexibles en la manera de procesar la información, aunque no tienen tan claro cómo acometer este proceso.

El proceso consiste generalmente en desarrollar y adaptar nuevas tecnologías para generar contenidos y propiciar necesidades de consumo entre targets de usuarios. Si el objetivo principal de los medios en la era digital es estimular las prácticas comunicativas más innovadoras, para ello, los empresarios deben comprender el rol cambiante de la información, así como el de los proveedores dentro de una sociedad cada vez más interconectada.

El desarrollo de nuevos medios está afectando tanto a compañías ya establecidas en el mundo de la comunicación como también a las nuevas iniciativas de otras compañías ajenas al sector de la comunicación, los portales de Internet, dependientes de compañías de telecomunicación). (p.160)

Moreno (2004) manifiesta sobre las funciones de la red digital informativa.

Expresividad multimedia: Una de las ventajas de la información digital es que puede utilizar para expresar el contenido de referencia signos de naturaleza muy diversa. El mensaje puede cifrarse a través del lenguaje escrito, es decir, a través de expresiones textuales. Pero también puede incorporar expresiones icónicas, imágenes fijas y en movimiento. Asimismo, puede incluir expresiones sonoras o acústicas de cualquier tipo. Y también puede incorporar lo que se ha venido llamando infografía, cualquier resultado de las aplicaciones informáticas gráficas, y no sólo en dos dimensiones, como las incorpora la prensa, sino también en 3D y además con animación.

Interactividad: La comunicación periodística convencional forma parte de la comunicación de masas y reproduce el esquema típico de este tipo de procesos: desde un punto emisor se lanza el mensaje a una audiencia masiva. La característica principal de la comunicación masiva es la unidireccionalidad del mensaje y la inexistencia del “feed back” en el proceso de comunicación. El receptor se mantiene en su papel de receptor, consumiendo pasivamente el mensaje. Este modelo que ha imperado en toda la historia del periodismo puede desaparecer en la comunicación on line.

Simultaneidad: El “valor noticia” principal en periodismo es la actualidad, la proximidad temporal entre el momento del acontecer, el momento de la elaboración del mensaje y el momento de la recepción. La coincidencia plena de esos momentos es la simultaneidad. Por tanto, la simultaneidad de la información ofrecida sobre un determinado acontecimiento es un valor añadido en sí mismo de la comunicación periodística. Pues bien, en el periodismo on line, la información puede ser ofrecida de manera simultánea, es decir, la comunicación puede ser en directo y la recepción en tiempo real. (p.63-67)

Uriarte y Acevedo (2007) se expresan sobre la influencia de la red digital informativa en la sociedad: si bien se propone que la sociedad red constituye el marco apropiado para la transformación digital de las organizaciones, esto no significa más que un punto de partida propicio y/o facilitador. Replantear la organización a través de la utilización de las tecnologías digitales para mejorar la forma en que se desempeña y sirve a sus grupos de interés (o stakeholders) implica cambios profundos. En el caso de las empresas, la transformación digital es un proceso a medio plazo para responder a la ‘presión digital’ que sienten las organizaciones desde múltiples direcciones: (i) desde la propia evolución de la competencia tradicional, (ii) desde los nuevos actores que irrumpen en el sector, (iii) a través de sus stakeholders internos: clientes, proveedores, empleados y accionistas y (iv) mediante lógicas corporativas, tanto tradicionales (productividad, diferenciación) como novedosas (responsabilidad social, tecnologías del conocimiento, gestión del talento). La presión digital aprieta particularmente a pequeñas y medianas empresas, con limitados recursos económicos y baja disponibilidad de know how tecnológico (y poca capacidad para adquirirlo) lo que las pone en una situación difícil para competir y sobrevivir. De ahí el surgimiento y utilidad de agendas digitales, que ayudan a canalizar dicha presión en transformaciones exitosas. (p.37)

Según ABC noticias digital (2020) menciona sobre la red digital informativa:

Una Plataforma que fue creada con el objetivo de mantener informada a la población iqueña de una manera más rápida y transparente. Somos un medio independiente en donde pueden expresarse la población a través de los Reportes Ciudadanos. En sus inicios el creador de ABC Noticias estuvo cursando la carrera de Ciencias de la Comunicación, empezando con la idea de colocar noticias en Facebook.

En el 2012 nadie creía en ABC y nadie se imaginaban que se iba a volver el medio informativo líder en Ica, pero el joven estudiante continuó dedicándole mucho más tiempo y esfuerzo a la Plataforma poco a poco volviéndose el medio favorito para informarse. Hubo un momento en que la plataforma de ABC Noticias cerró y se tuvo que empezar desde cero, pero el joven estudiante no se desanimó y ABC Noticias volvió también naciendo la página de ABC Deportes en el camino empezaron a salir otras Fan Page de Noticias y otros comunicadores, Periodistas ingresaron a la Redes Sociales en Ica.

Es una plataforma de noticias con mayor cobertura en la Región para informar a la población sobre el acontecer, local, regional, Nacional e internacional contamos con seguidores de otros países como México, Ecuador, Chile, Argentina, España y otros quienes han demostrado que ABC Noticias es un medio importante en las Redes Sociales por donde podemos mantener informados a peruanos que radican en otros Países. (p.1)

Garzón (2018) menciona sobre el medio de comunicación digital: los medios virtuales, electrónicos, en línea (online) son conocidos como digitales. La comunicación digital tiene su principal fuente en el Internet el cual es codificado a través de un computador, el cual está en red con diversos computadores y a su vez entrega y recibe información a la velocidad de la luz, puesto lo transforma en un medio de comunicación digital. (p.1)

Luego, Gerard (2018) sobre el medio de comunicación digital: detrás de este neologismo se esconde la digitalización, valga la redundancia, de los medios de información. Sin embargo, lo esencial probablemente no está ahí sino más bien en el cambio de estrategia que implica la desmaterialización de los analógico. Centrarse en la comunicación digital.

La comunicación digital es ante todo la digitalización de los medios de información. Pero más allá de eso, también es considerar la comunicación corporativa como un ecosistema completo, un entorno que abarca y actúa en todas las dimensiones de lo digital.

La comunicación digital, se aplicó por primera vez a la web, las redes sociales y los dispositivos móviles. Ahora se está abriendo a nuevos canales y tendencias tecnológicas: realidad virtual, chatbot y voicebot, altavoces conectados, big data, blockchain.

La digitalización es la eliminación de los canales tradicionales (carteles, folletos, periódicos) en beneficio de la comunicación fluida, escalable, menos estructurada, más cercana a la conversación y al intercambio que el discurso de marca. (p.1)

Yépez (2009) Expresa sobre la importancia de un medio de comunicación digital: Los medios de comunicación tradicionales como la radio, prensa y televisión están sufriendo cambios muy fuertes en la denominada era de la información. Una de las definiciones de periodista señala, que es el profesional que informa a través de los medios de comunicación. debido a las condiciones y las facilidades de publicación de contenidos en la red, cualquier usuario es un informador potencial. Debido a que todos tienen un espacio en la red y pueden utilizarlo para presentar en él lo que quieran.

De este modo se genera una sobreproducción de información y una explosión de informantes. Lo que cambia radicalmente es la forma de producir esas noticias, esa información en todos sus géneros. Es más: los propios géneros periodísticos han cambiado notablemente. Se habla siempre de producir periodismo digital y no de colgar en la red las distintas ediciones de la prensa diaria, la radio o la televisión. Para eso no es necesario un profesional de la información, basta con un informático.

Ser un/una redactor/a digital es algo distinto. Se encuentra antes que nada con un medio, Internet, con una capacidad de comunicación a la que no solo no se le ve un final sino que aún ni siquiera se vislumbra a dónde puede llegar, que no es prensa, ni es radio ni es televisión y que sin embargo es texto y fotografías como es la prensa (no se puede llamar "prensa" porque no hay nada que pensar), es radio y es televisión. La labor del periodista no está situada en simplemente elaborar publicaciones digitales, ni elaboración de contenidos. El verdadero trabajo del periodista digital es la gestión de la información, es decir, el análisis y jerarquía de la misma. Porque ahora con Internet el problema no es la falta de información, es saber distinguir lo significativo de lo irrelevante, en el inmenso canal de contenidos virtuales. (p.19)

González (2012) manifiesta sobre el proceso de comunicación que se establece por el medio de comunicación digital: La aparición de medios mecánicos o electrónicos que permiten registrar, grabar y reproducir las imágenes y los sonidos ha cambiado la manera de almacenar la información. Esto ha devenido

en la verbalización o escritura sin las preocupaciones de cumplir con un “estándar académico” en algunos servicios de comunicación por internet (chat, redes sociales, Skype) e incluso en algunos espacios públicos. Aquí, es necesario considerar cada uno de los elementos del proceso de la comunicación (clásica) para tratar de comprender más adelante la implicancia en la generación de contenidos, formas de reproducción y maneras de consumir la información a través de las TIC.

El gran transmisor, ahora, es la llamada nube que, como ya sabemos, no está en el espacio sino en lugares específicos de la tierra. Les dicen nube a simples servidores (almacenadores) de toda la información que se genera en las computadoras conectadas a internet en todo el mundo. Todo lo que se pueda crear en el mundo real y pueda digitalizarse en voz, música, dibujos, textos, videos, etc., y almacenarse en dicha nube, y que puede ser transformado y consumido en cualquier lugar y momento. Dependiendo del interés de cada quien: sea educador, tecnólogo, comunicador o un simple usuario, tendrá una manera diferente de generar, seleccionar y procesar la transmisión de contenidos. Desde el punto de vista de la comunicación digital, ya es necesario estudiar las nuevas formas de construir lenguajes virtuales que sintonicen con los nuevos medios por los que discurre la información. (p.130)

Gonzáles (2009) sobre las funciones del medio de comunicación social: Tres son las tareas básicas que han de llevarse a cabo en esta fase:

Orientar al usuario. - Existen múltiples recursos que permiten al usuario “moverse” a través de la información. Estableciendo unas pautas básicas desde el inicio, se logrará que la navegación resulte intuitiva y fácil de usar. Algunos recursos básicos que suelen utilizarse para presentar la información son: • Índices de contenidos. Los temas principales se presentan de forma textual. Funciona de modos similar al índice de un libro. En la actualidad, se suelen utilizar recursos más sutiles y/o más gráficos, aunque siguen apareciendo con la misma estructura que en los inicios de Internet en las FAQ o en páginas de recopilaciones de links. • Mapas de imágenes. Las imágenes representan el contenido y conducen a él. Aquí lo esencial es definir los conceptos que introducirán cada contenido. Metáforas. Utilizar símiles textuales o gráficos funcionará únicamente si son fácilmente reconocibles por el lector. Podemos diferenciar dos tipos: De navegación. Son las que ilustran gráficamente una

determinada acción o información (los iconos de las barras de opciones o de navegación) Funcionales. Aquellas que representan los objetos que realizan las funciones “tradicionales” (por ejemplo: el típico icono de “En Construcción” representado como si de una obra se tratara).

Accesibilidad. - Este término hace referencia a la facilidad de encontrar un determinado contenido, a la comprensión de su estructura interna y sus reglas, a su comprensión y proximidad. Debemos diseñar un diagrama de flujo y una interfaz coherentes que ayuden al usuario a facilitar la tarea de búsqueda de la información que desea consultar. Plantear una navegación sencilla y fácil: Evitar la aparición de barras de desplazamiento (scroll) en los dos sentidos (horizontal y vertical), y minimizar su extensión. Utilizar iconos y descripciones sencillas y claras. Evitar la utilización de rollovers (cambios) para explicar iconos confusos. La solución en este caso, será mejorar o sustituir el icono. Evitar los diseños confusos: la pantalla no debe ser demasiado compleja ni se debe abusar del número de elementos visibles. Constantemente surgen nuevas formas de presentar la información en la red. Los profesionales relacionados con la gestión y creación de contenidos de estos medios debemos seguirlos de cerca para no quedar desfasados.

Usabilidad. - Tal como comentamos al inicio, la facilidad de uso de un producto o su usabilidad es un aspecto básico al plantearse el diseño de interfaces. Los productos interactivos que se consideran intuitivos y de fácil manejo han sido diseñados teniendo en cuenta el perfil del usuario al que va dirigido: son fáciles de entender, y se anticipan a las expectativas de los mismos. La interactividad ha de ser lo más adaptativa posible: Cuanto mayor sea el grado de personalización, más cómodo se sentirá el usuario en el entorno de la aplicación. La página inicial es la “carta de presentación”. Marca nuestro estilo. Los usuarios han de entender el funcionamiento y la estructura de información de toda la aplicación después de ojearla durante unos pocos segundos. (pgs. 18-19)

2.1.3. Marco conceptual

BLOGS VIRTUALES. - Son sitios web donde se publica contenido de vez en cuando también son llamados “posts” organizados por fechas para publicar.

CHATBOT. - Es una tecnología que está permitiendo a los usuarios el mantener una conversación con un programa de informática, con una app de mensajería, como por ejemplo el Facebook Messenger.

KNOW HOW TECNOLÓGICO. - Consiste en saber cómo hacer algo más sencillo y con eficiencia tecnológica. Es una forma de transferencia de tecnología e intercambiar conocimientos. La palabra compuesta know-how tecnológico es una pericia, destrezas tecnológicas, alto nivel de conocimiento o mucha experiencia.

MEDIO ABC NOTICIAS DIGITAL. - Es una red digital de origen iqueño con un sistema de comunicaciones donde la información es codificada en formato digital para beneficio de sus usuarios.

MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL. - Son los medios virtuales que existen gracias a la Internet, codificado mediante un computador y/o celular moderno donde se ve y recepcionar información digitalizada.

PÁGINAS WEB. - Son documentos electrónicos con contenido textual, sonidos, vídeos, imágenes, hipervínculos ubicados en World Wide Web y un navegador web.

REDES SOCIALES. - Son sitios donde las personas se conectan con otras personas para compartir, interactuar y permitir la creación de comunidades para trabajo, juegos, noticias, etc.

SKYPE. - Es un aplicativo por donde se realiza llamadas gratis por medio de Internet a cualquier otro usuario de Skype en cualquier parte.

TECNOLOGÍAS MÓVILES. - Permite comunicarse entre dos aparatos sin cables y transmitiendo, recepcionando mensajes y señales por ondas electromagnéticas.

VOICEBOT. - Son interfaces de usuarios con voz que pueden hacer entender el lenguaje natural y conversar entre personas.

III. HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis y variables de la investigación

3.1.1. Hipótesis general

El medio de comunicación digital ABC Noticias influye directamente en la convergencia periodística en el Distrito de Ica

3.1.2. Hipótesis específicas

HE 1

La diversidad informativa del medio de comunicación digital ABC Noticias influye directamente en la convergencia periodística en el Distrito de Ica

HE 2

El uso de recursos visuales del medio de comunicación digital ABC Noticias influye directamente en la convergencia periodística en el Distrito de Ica

3.2. Sistema de variables

3.2.1. Variable independiente: ABC Noticias

Indicadores

Diversificación del contenido

Redacción periodística

Uso de Fotografía

Uso de infografía

Cobertura

Variable dependiente: Convergencia periodística

Indicadores

Plataformas múltiples

Multimedialidad

Interactividad

Inmediatez

Usabilidad

IV. METODOLOGIA

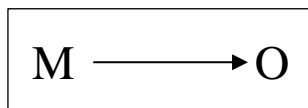
4.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

El tipo de estudio es básico pues en prioridad se describe las variables de estudio y se fundamenta teóricamente lo que es medio ABC noticias como medio de comunicación digital en el Distrito de Ica. No hay manipulación ni modificación de la realidad problemática. Artuch (2014) manifiesta que la investigación básica tiene por finalidad el estar ampliando el conocimiento científico para crear novedosas teorías o cambiando las que existen.

Nivel

Nivel descriptivo

Diseño



4.1.1. Población y muestra

Población

La población fue de 16,380 seguidores de ABC noticias

Fuente: <https://www.facebook.com/abcica.pe>

En Facebook, la métrica principal utilizada para medir la cantidad de seguidores de una página o perfil es el número de "Me gusta" (también conocido como "Likes"). El número de "Me gusta" muestra cuántas personas han expresado su interés al seguir una página o perfil específico en Facebook.

Para el presente estudio se tiene en cuenta el muestreo no probabilístico mediante el muestreo intencional para seleccionar a los integrantes de la muestra de estudio.

Luego, se tiene la fórmula para el tamaño de muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(N - 1) \cdot E^2 + PQZ^2}$$

Donde:

Z = Nivel de confianza = 95% = 1.96

P = Probabilidad de éxito, o proporción esperada = 0.5

Q = Probabilidad de fracaso = 1 – p

D = Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) = 5%

N = Población

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{1.962 \times 0.50 \times 0.50 \times 16,380}{(16,380 - 1) \times (0.052) + 0.50 \times 0.50 \times 1.962}$$

$$n = \frac{15731.352}{40.9475 + 0.9604}$$

$$n = 375.37915$$

Muestra: 375 seguidores

4.1.2. Técnicas de recolección de datos

La encuesta contiene 10 preguntas siendo respondidas por los integrantes de la muestra para identificar las características del medio digital ABC Noticias en el Distrito de Ica

4.1.3. Instrumentos de recolección de datos

El cuestionario elaborado ayudó en el trabajo de campo donde participaron los seguidores del Medio Digital ABC Noticias. Se empleó un tiempo estimado para las encuestas siendo de 15 minutos por cada seguidor, quienes con mucho interés han respondido las primeras 5 preguntas que tiene que ver con las características del medio ABC noticias marcando “SI” o “NO”. Luego, se tiene otras 5 preguntas que tiene que ver con la variable dependiente: convergencia periodística siendo las respuestas: “SI” o “NO”.

4.1.4. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de resultados

Se realizó la organización de los datos luego del trabajo de campo aplicando el cuestionario a los integrantes de la muestra. Luego, se ha tabulado la información realizando la descarga respetando las respuestas.

4.1.5. Presupuesto

Tabla 1
Presupuesto General

Partida	Descripción	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Total
Potencial humano	Asesor metodológico	01	1,200.00	2,000.00
	Asesor Estadístico	01	800.00	
Materiales	Papel Bond A- 4	02 millar	30.00	190.00
	Lapicero, Resaltador	03 unidades	10.00	
	Empastado	01	150.00	
Servicios	Fotocopias	02 centenares	20.00	620.00
	Movilidad	20	400.00	
	Refrigerios	10	200.00	
Total				2,810.00

Nota: Elaboración propia

4.1.6. Cronograma

Tabla 2
Cronograma de actividades

Actividades	Cronograma											
	Diciembre 2019				Enero 2020				Febrero 2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración del proyecto	X	X										
Revisión bibliográfica			X	X								
Preparación de instrumentos					X							
Recolección de datos						X						
Procesamiento de los datos							X					
Análisis e interpretación de resultados								X				
Presentación del borrador del Informe Final									X			
Aprobación del Informe Final								X	X	X		
Sustentación												X

Nota: Elaboración propia

V. RESULTADOS

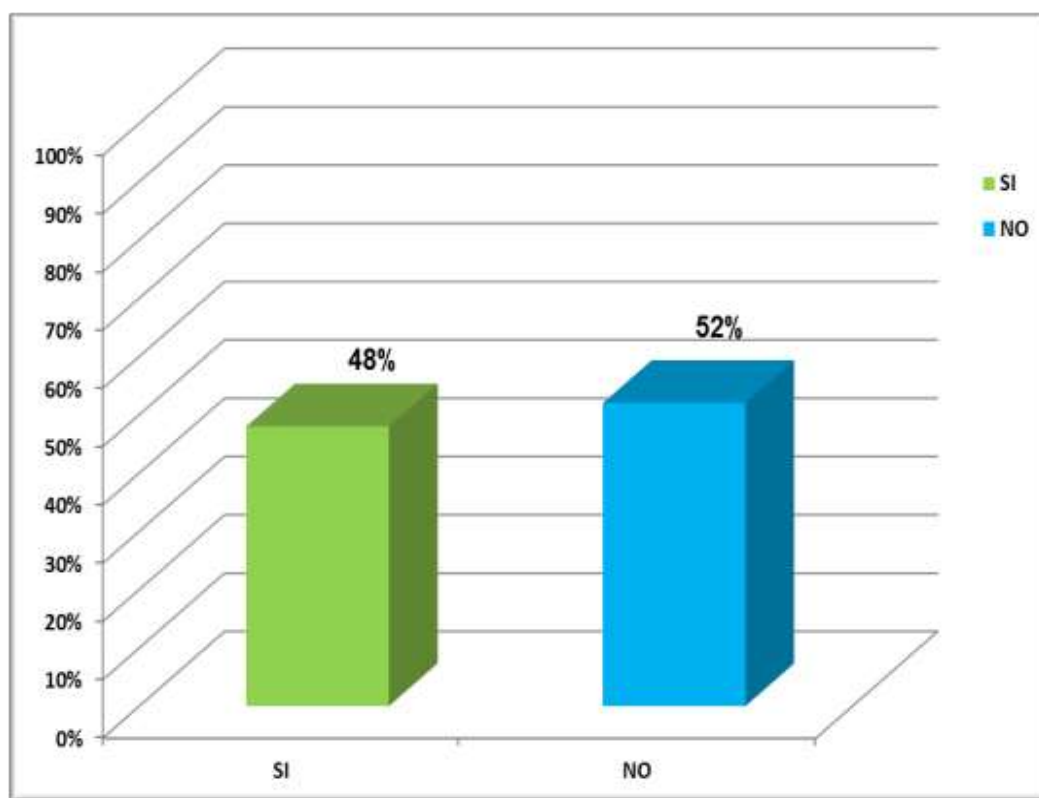
5.1. Presentación y análisis de los resultados

1.- ¿Cree usted que es importante el Medio ABC Noticias Digital en el Distrito de Ica?

Tabla 3

Respuestas	Frecuencia	%
SI	180	48 %
NO	195	52 %
Total	375	100 %

Gráfico 1



Fuente: Cuestionario

Interpretación

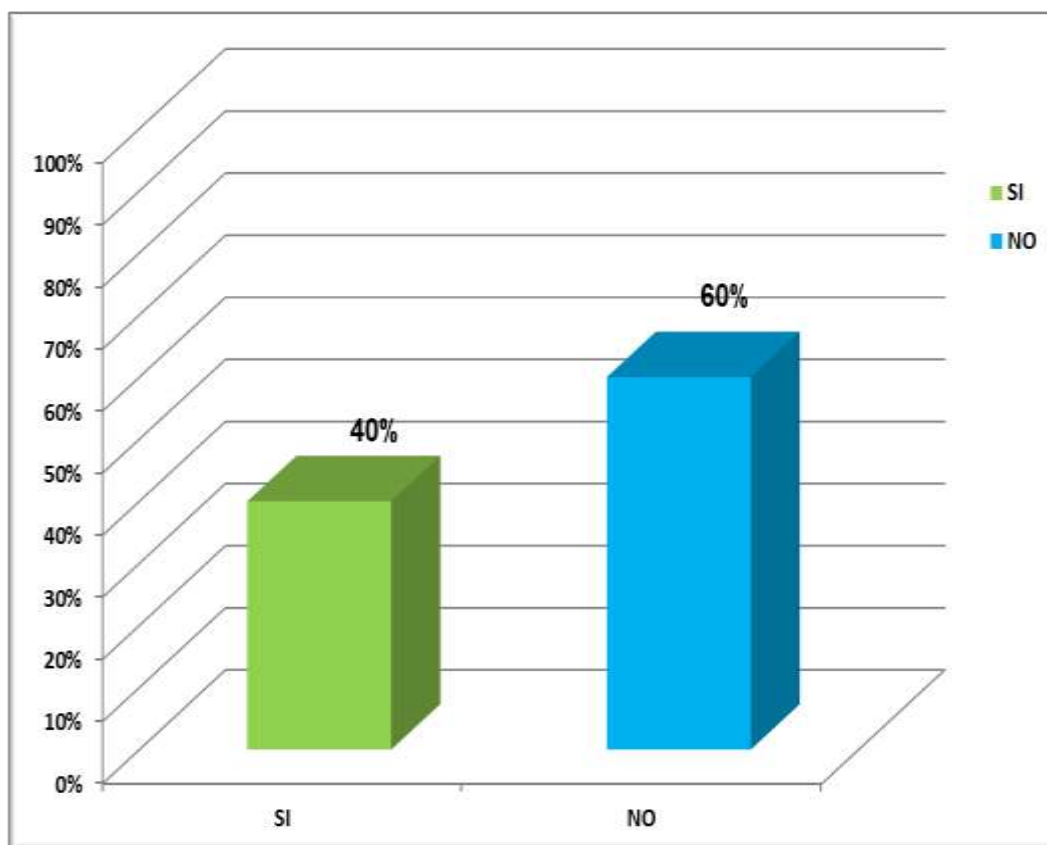
De la muestra total de 375 usuarios, un 48% que representa a 180 usuarios opinaron que si creen que es importante el Medio ABC Noticias Digital en el Distrito de Ica; luego un gran porcentaje 52% equivalente a 195 usuarios respondieron que no creen que es importante el Medio ABC Noticias Digital en el Distrito de Ica. No es muy conocido en la localidad iqueña y también tienen otros medios virtuales como competencia por ejemplo La Lupa de Ica.

2.- ¿Percibe usted que cumple su función de informar adecuadamente el Medio ABC Noticias Digital?

Tabla 4

Respuestas	Frecuencia	%
SI	150	44 %
NO	225	60 %
Total	375	100 %

Gráfico 2



Fuente: Cuestionario

Interpretación

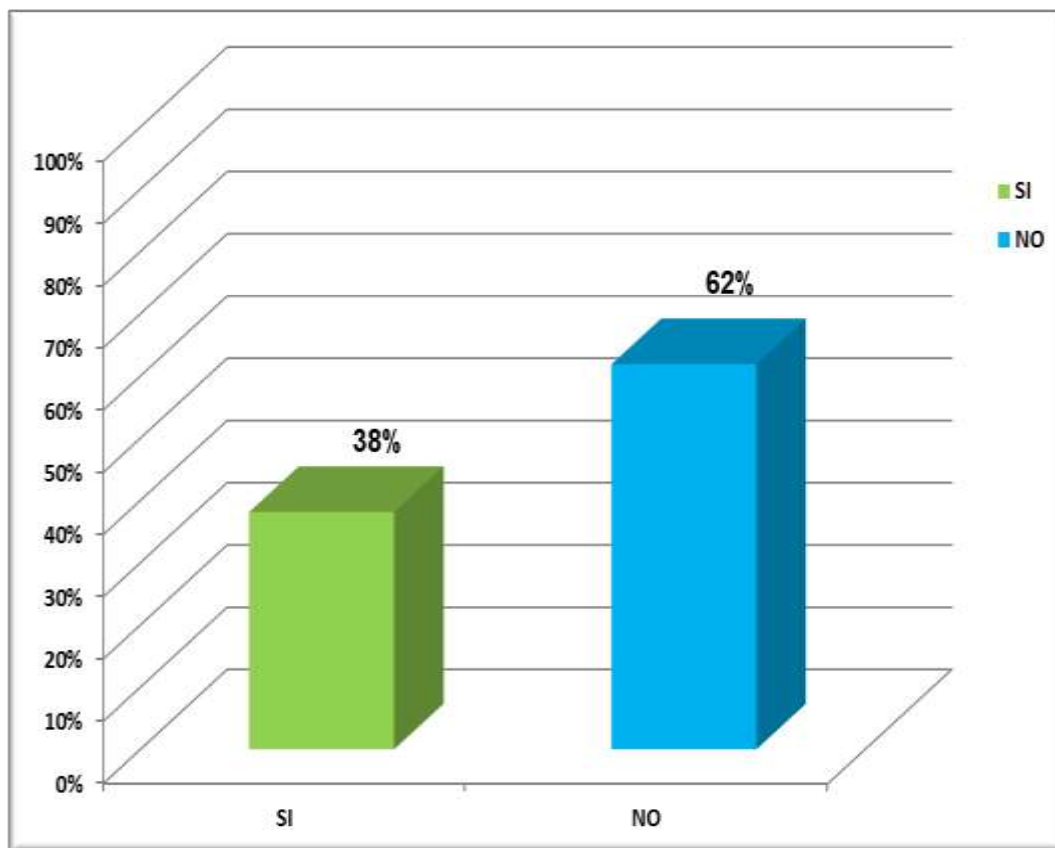
A continuación, se tiene los porcentajes del cuestionario aplicado donde un 40% equivalente a 150 usuarios respondieron que si perciben que cumple su función de informar adecuadamente el Medio ABC Noticias Digital; luego un gran porcentaje 60% correspondiente a 225 usuarios opinaron que no perciben que cumple su función de informar adecuadamente el Medio ABC Noticias Digital.

3.- ¿Percibes que es influyente el Medio ABC Noticias Digital en el Distrito de Ica?

Tabla 5

Respuestas	Frecuencia	%
SI	143	38 %
NO	232	62 %
Total	375	100 %

Gráfico 3



Fuente: Cuestionario

Interpretación

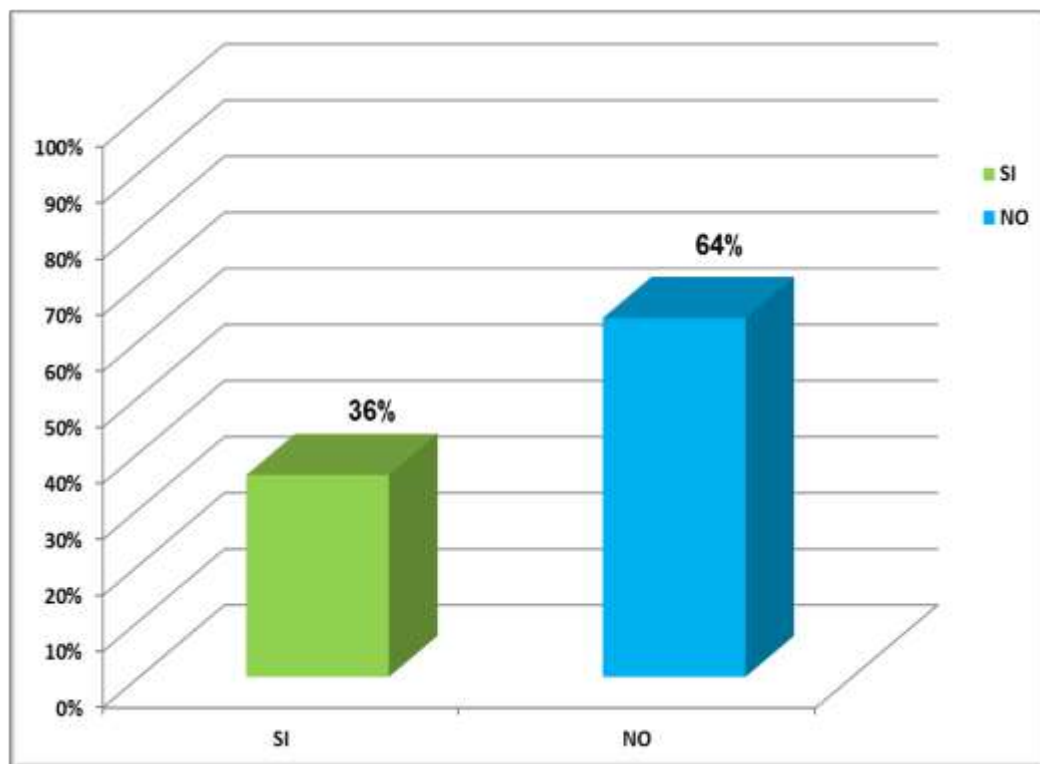
Luego de realizar la pregunta a los usuarios del Medio ABC noticias, un 38% equivalente a 143 usuarios marcaron que si perciben que es influyente el Medio ABC Noticias Digital en el Distrito de Ica; luego un gran porcentaje 62% equivalente a 232 usuarios opinaron que no perciben que es influyente el Medio ABC Noticias Digital en el Distrito de Ica.

4.- ¿Crees que el medio ABC noticias es una plataforma para informarse apropiadamente?

Tabla 6

Respuestas	Frecuencia	%
SI	135	36 %
NO	240	64 %
Total	375	100 %

Gráfico 4



Fuente:Cuestionario

Interpretación

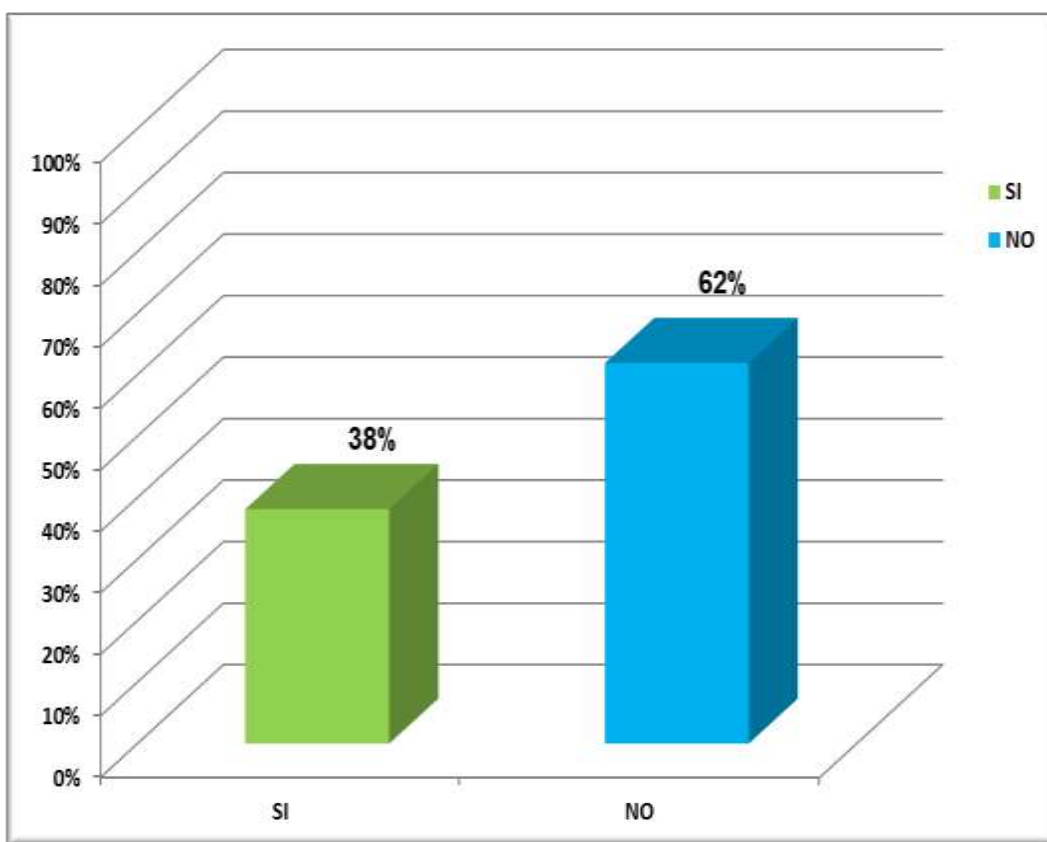
Luego de aplicar el cuestionario a los 375 usuarios integrantes de la muestra, un 36% equivalente a 135 usuarios respondieron que si creen que el medio ABC noticias es una plataforma para informarse apropiadamente; también un gran porcentaje 64% correspondiente a 240 usuarios respondieron que no creen que el medio ABC noticias es una plataforma para informarse apropiadamente.

5.- ¿Crees que el medio ABC noticias es una plataforma de noticias con mayor cobertura en el Distrito de Ica?

Tabla 7

Respuestas	Frecuencia	%
SI	143	38 %
NO	232	62 %
Total	375	100 %

Gráfico 5



Fuente:Cuestionario

Interpretación

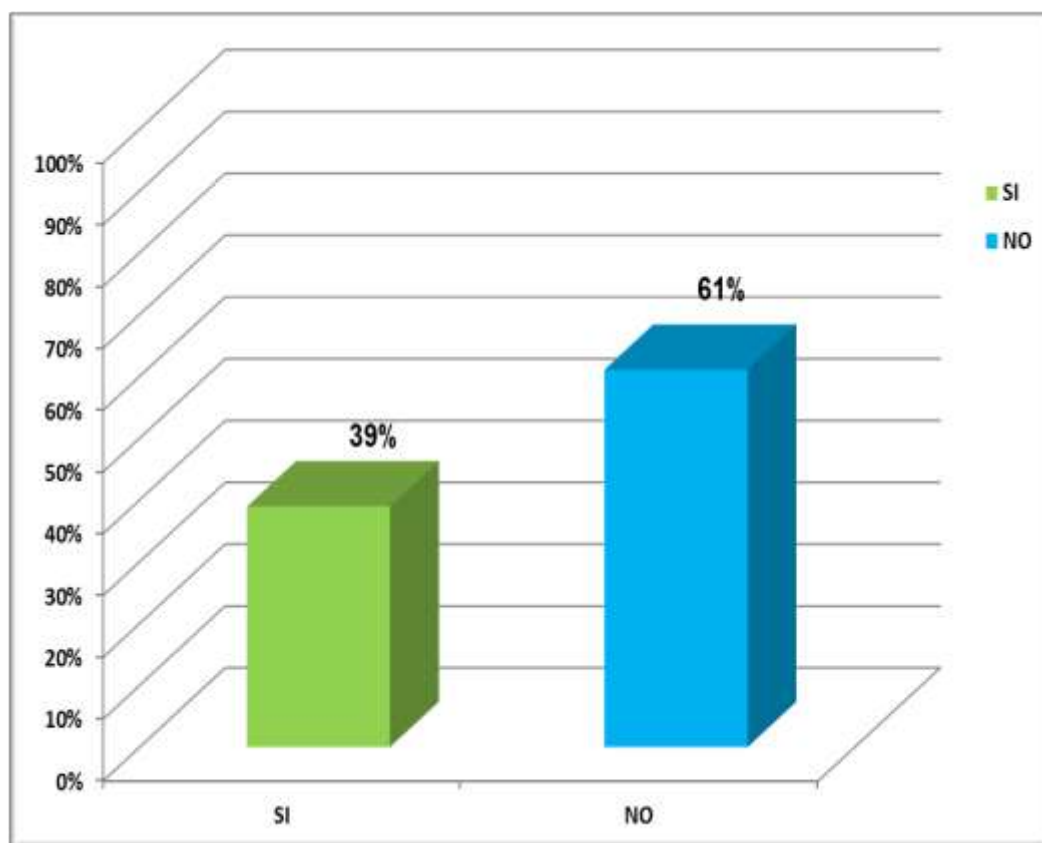
Se ha encontrado un panorama interesante donde un 38% equivalente a 143 usuarios respondieron que si creen que el medio ABC noticias es una plataforma de noticias con mayor cobertura en el Distrito de Ica; también un gran porcentaje 62% correspondiente a 232 usuarios han opinado que no creen que el medio ABC noticias es una plataforma de noticias con mayor cobertura en el Distrito de Ica.

6.- ¿Crees que es importante el Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica?

Tabla 8

Respuestas	Frecuencia	%
SI	146	39 %
NO	229	61 %
Total	375	100 %

Gráfico 6



Fuente: Cuestionario

Interpretación

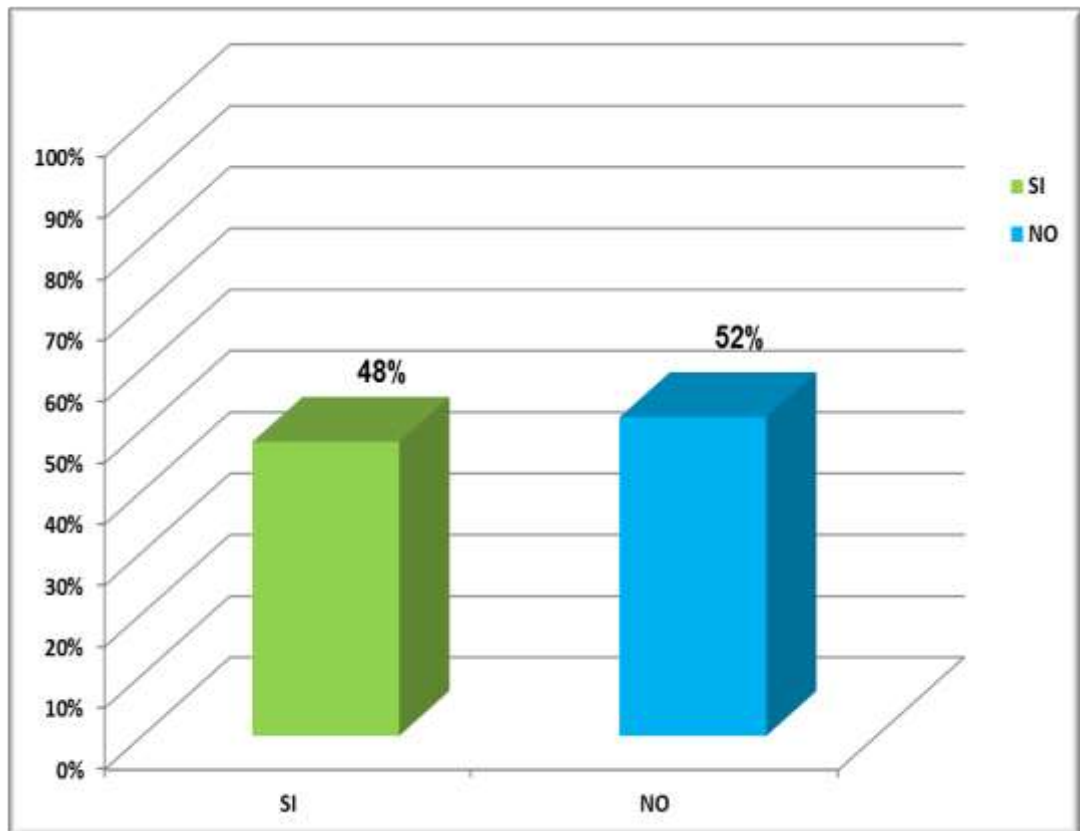
Se presentan los porcentajes de los 375 usuarios encuestados donde un 39% equivalente a 146 usuarios opinaron que, si creen que es importante el Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica, luego una mayoría de 61% correspondiente a 229 usuarios opinaron que no creen que es importante el Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica.

7.- ¿Crees que el proceso de comunicación de un Medio de Comunicación Digital es apropiado?

Tabla 9

Respuestas	Frecuencia	%
SI	180	48 %
NO	195	52 %
Total	366	100 %

Gráfico 7



Fuente:Cuestionario

Interpretación

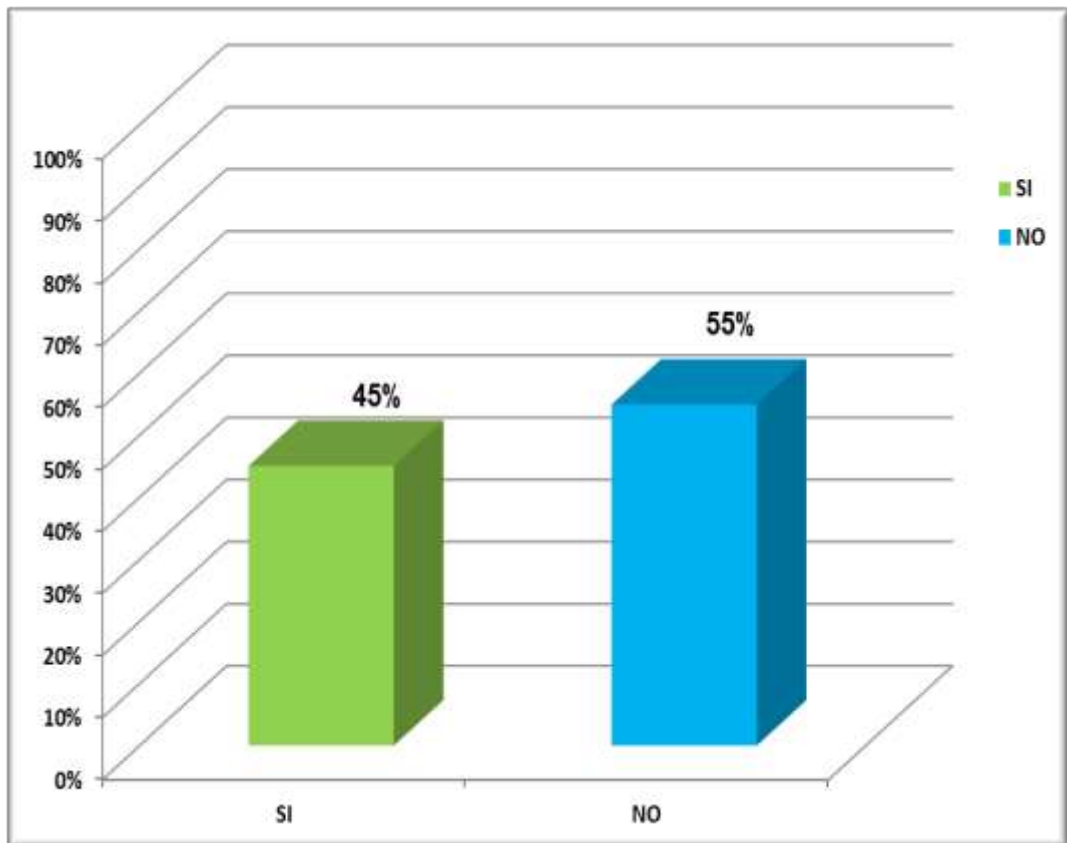
Luego de aplicar el cuestionario, hay un 48% equivalente a 180 usuarios quienes opinaron que si creen que el proceso de comunicación de un Medio de Comunicación Digital es apropiado; luego un 52% equivalente a 195 usuarios opinaron que no creen que el proceso de comunicación de un Medio de Comunicación Digital es apropiado.

8.- ¿Percibes que cumple su función un Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica?

Tabla 10

Respuestas	Frecuencia	%
SI	169	45 %
NO	206	55 %
Total	375	100 %

Gráfico 8



Fuente:Cuestionario

Interpretación

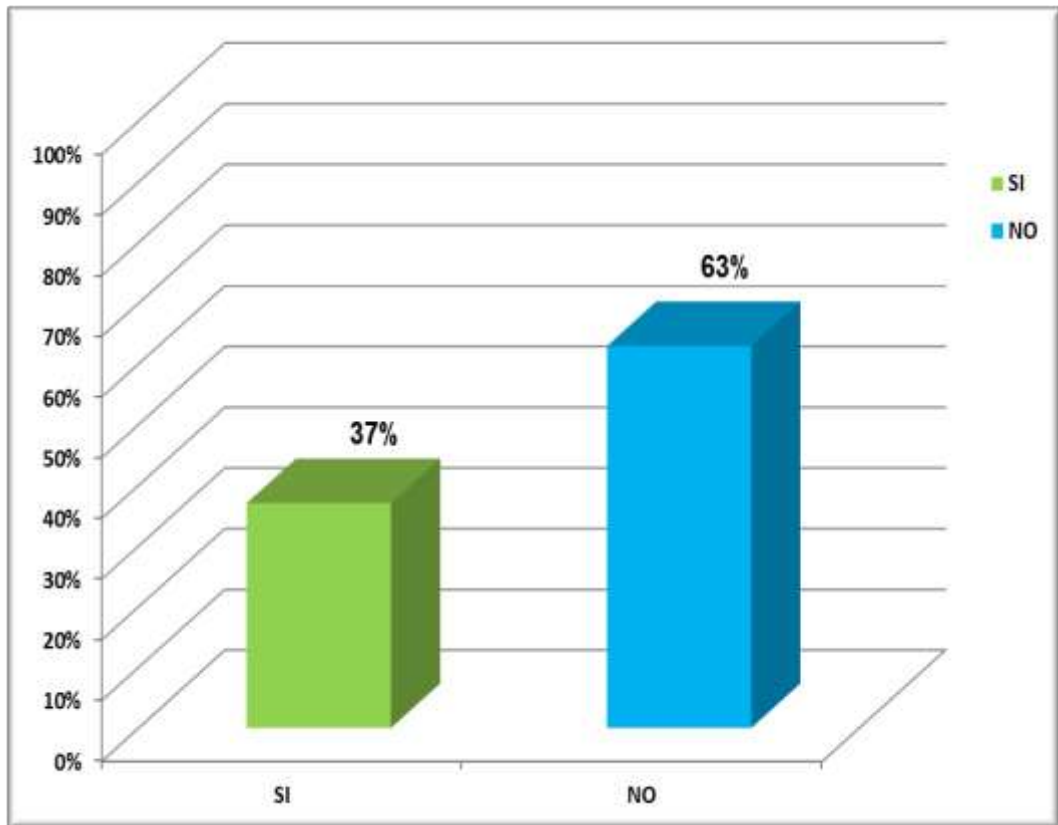
Del total de la muestra, un 45% equivalente a 169 usuarios opinaron que si perciben que cumple su función un Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica; luego un mayor porcentaje de 55% correspondiente a 206 usuarios opinaron que no perciben que cumple su función un Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica.

9.- ¿Crees que un medio de comunicación digital orienta al usuario en el Distrito de Ica?

Tabla 11

Respuestas	Frecuencia	%
SI	139	36 %
NO	264	64 %
Total	375	100 %

Gráfico 9



Fuente:Cuestionario

Interpretación

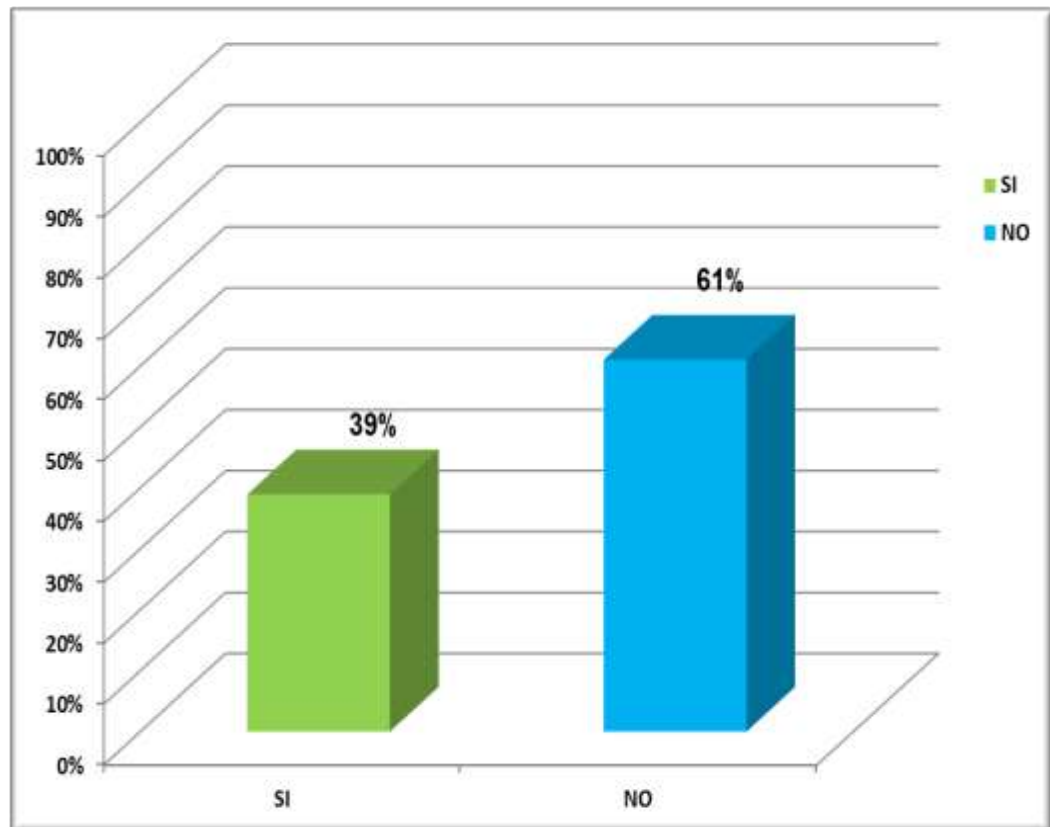
A continuación se presenta la siguiente descripción, donde un 37% equivalente a 139 usuarios opinaron si creer que un medio de comunicación digital orienta al usuario en el Distrito de Ica; también un 63% correspondiente a 236 usuarios opinaron no creer que un medio de comunicación digital orienta al usuario en el Distrito de Ica.

10.- ¿Crees que hay buena accesibilidad a un Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica?

Tabla 12

Respuestas	Frecuencia	%
SI	146	39 %
NO	229	61 %
Total	375	100 %

Gráfico 10



Fuente:Cuestionario

Interpretación

Las respuestas de los 375 usuarios presentan a un 39% equivalente a 146 usuarios quienes opinaron si creer que hay buena accesibilidad a un Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica; luego un 61% correspondiente a 229 usuarios opinaron no creer que hay buena accesibilidad a un Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Luego de presentar la estadística correspondiente obtenido de las respuestas de los usuarios del Medio ABC Noticias Digital, se ha comprobado descriptivamente según los indicadores de la variable medio ABC noticias digital que se tiene un 52% equivalente a 195 usuarios quienes respondieron que no creen que es importante el Medio ABC Noticias Digital en el Distrito de Ica, un 60% correspondiente a 225 usuarios opinaron que no perciben que cumple su función de informar adecuadamente el Medio ABC Noticias Digital, luego un 62% equivalente a 232 usuarios opinaron que no perciben que es influyente el Medio ABC Noticias Digital en el Distrito de Ica, un 64% correspondiente a 240 usuarios respondieron que no creen que el medio ABC noticias es una plataforma para informarse apropiadamente y por último un 62% correspondiente a 232 usuarios han opinado que no creen que el medio ABC noticias es una plataforma de noticias con mayor cobertura en el Distrito de Ica.

De la misma forma, según los indicadores de la variable Medio de Comunicación Digital se tiene un 61% correspondiente a 229 usuarios que no creen que es importante el Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica, un 52% equivalente a 195 usuarios opinaron que no creen que el proceso de comunicación de un Medio de Comunicación Digital es apropiado, un 55% correspondiente a 206 usuarios opinaron que no perciben que cumple su función un Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica. También, un 63% correspondiente a 236 usuarios opinaron no creer que un medio de comunicación digital orienta al usuario en el Distrito de Ica y un 61% correspondiente a 229 usuarios opinaron no creer que hay buena accesibilidad a un Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica.

De lo anterior, teniendo en cuenta el método inductivo es decir de lo particular a lo general se confirmó que los indicadores teóricamente son partes de las variables en investigación, por ello se puede hacer una inferencia de que si el medio ABC noticias no es utilizada para hacer participar en tiempo real entonces como medio de comunicación digital no crean contenidos que puedan generar debate.

Estos resultados de la presente investigación se apoyan en lo mencionado por Castillo-Yépez y Quezada (2019) quienes señalan la pretensión de reflejar que clases de plataformas usan los ciudadanos de Ecuador para informarse de las noticias, así también para estimar los niveles preocupantes de credibilidad para consumir experiencias noticiosas. También, estos resultados son apoyados por García-García y Gil-Ruiz (2017)

quienes manifiestan hay cierta prevalencia de las noticias virtuales que no reflejan la identificación del autor o autora, así como un predominio de esas noticias en Google. Luego, De Ita (2019) dice los medios digitales no deben dejar de lado los novedosos ecosistemas digitales. El comunicar las noticias ya no puede ser sólo de audiencias tradicionales, sino también ya involucrar las redes sociales y demás medios. Además, los medios de comunicación digitales deben fidelizar cada vez más brindando noticias de interés y adaptados. Y Mogollón M. E. (2019) menciona al respecto la utilidad del medio de comunicación digital en Ica es reflejar el impacto periodístico en las redes sociales y medios de comunicación local en Ica teniendo en cuenta el avance y penetración del internet en estos tiempos.

CONCLUSIONES

La presente investigación concluye que:

Identificar como la diversidad informativa del medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica

Identificar como el uso de recursos visuales del medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica

1. El medio de comunicación digital ABC Noticias no influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica. esto se reafirma con los hallazgos de que un 52% equivalente a 195 usuarios quienes respondieron que no creen que es importante el Medio ABC Noticias Digital en el Distrito de Ica, un 60% correspondiente a 225 usuarios opinaron que no perciben que cumple su función de informar adecuadamente el Medio ABC Noticias Digital, luego un 62% equivalente a 232 usuarios opinaron que no perciben que es influyente el Medio ABC Noticias Digital en el Distrito de Ica.
2. La diversidad informativa del medio de comunicación digital ABC Noticias no influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica, puesto que un 64% correspondiente a 240 usuarios respondieron que no creen que el medio ABC noticias es una plataforma para informarse apropiadamente y un 62% correspondiente a 232 usuarios han opinado que no creen que el medio ABC noticias es una plataforma de noticias con mayor cobertura en el Distrito de Ica.
3. El uso de recursos visuales del medio de comunicación digital ABC Noticias no influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica, porque un 61% correspondiente a 229 usuarios que no creen que es importante el Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica, un 52% equivalente a 195 usuarios opinaron que no creen que el proceso de comunicación de un Medio de Comunicación Digital es apropiado, un 55% correspondiente a 206 usuarios opinaron que no perciben que cumple su función un Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica. Un 63% correspondiente a 236 usuarios opinaron no creer que un medio de comunicación digital orienta al usuario en el Distrito de Ica y un 61% correspondiente a 229 usuarios opinaron no creer que hay buena accesibilidad a un Medio de Comunicación Digital en el Distrito de Ica.

RECOMENDACIONES

1. Los directivos del Medio ABC Noticias Digital deben cumplir la función de informar adecuadamente a la población iqueña, sin sesgos, ni intereses políticos buscando siempre la neutralidad periodística.
2. El Medio ABC Noticias Digital es una plataforma de noticias que debe lograr mayor cobertura actualizando su página web constantemente y también donde se pueda ejercer la libertad de expresión mediante este portal de noticias.
3. El acceso al portal de ABC Noticias Digital demora por ello deben contar con un soporte técnico logístico que ayude a conocer rápidamente las noticias de la localidad iqueña en especial.
4. El medio ABC noticias debe ayudar a orientar al usuario ordenando y/o organizando mejor su plataforma virtual con links entendibles y de fácil manejo para de esta manera lograr una comunicación más comprensible.

Referencias bibliográficas

- ABC NOTICIAS DIGITAL (2020) Quiénes somos. Ica-Perú: Agencia GO Digital.
Recuperado de <https://abcnoticiasica.pe/quienes-somos/>
- ABC NOTICIAS DIGITAL (2020) Usuarios de la Red Social. Ica-Perú: Agencia Digital.
Recuperado de <https://www.facebook.com/ABC-Noticias-Ica-100500664716482>
- CASTILLO-YÉPEZ y QUEZADA (2019). Entornos digitales y credibilidad de los medios en época de la posverdad. Ecuador: Revista Innova Research Journal V. 4, N°2.
Recuperado de <http://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/943/1515>
- DE ITA M. C. (2019) La transformación digital llegó a los medios de comunicación. Lima-Perú: Universidad ESAN. Recuperado de
<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2019/07/17/la-transformacion-digital-llego-a-los-medios-de-comunicacion/>
- GARCÍA - GARCÍA Y GIL-RUIZ (2017) Periodismo digital y empoderamiento. Tendencias informativas en noticias de Google a lo largo de 2017. España: Revista Mediterránea de Comunicación. V. 10, N° 2. Recuperado de <https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/2019-10-2-periodismo-digital-y-empoderamiento-tendencias-informativas-en-noticias-de-google-a-lo-largo-de-2017>
- GARZÓN J. (2018) Medios Digitales. Colombia: Universidad del Atlántico. Recuperado de https://sicvi567.uniatlantico.edu.co/ecampus/est/blogcritico/medios_digitales.html
- GONZÁLES L. (2012) Lenguaje y Comunicación Digital. Perú. Universidad Femenina del Sagrado Corazón. p.130. Recuperado de www.revistas.unife.edu.pe > comunife > article > download
- GONZÁLES D. (2009) Diseño de contenidos en medios digitales. España. Asociación de Autores Científico-Técnicos y Académicos. pgs. 18-19 Recuperado de https://www.acta.es/medios/articulos/disenno_y_multimedia/027009.pdf
- GERARD P. (2018) ¿En qué consiste la comunicación digital? España: Equipo de Colaboradores. Recuperado de <https://www.blogdetransformaciondigital.es/en-que-consiste-la-comunicacion-digital/>

- INCERA J., CARTAS R, y CAIRÓ O. (2007) Redes Digitales: Presente y Futuro. México: Instituto Tecnológico Autónomo de México.
- MOGOLLÓN M. E. (2019). Monitoreo de Medios. Ica-Perú: Observatorio de los Derechos Sexuales y Reproductivos de las Personas con Discapacidad. Recuperado de <http://www.odisexperu.org/wp-content/uploads/2019/08/Monitoreo-de-medios-caso-Tinguina-F.pdf>
- MORENO G. (2004) Periodismo digital: nuevas exigencias para el profesional de la información. España. Red Unirioja. p.63-67 Recuperado de www.dialnet.unirioja.es › descarga › artículo
- ROJO V. P. A. (2008) El acceso a la información en la era digital: situación actual y perspectivas desde las empresas periodísticas multimedia España: Revista Comunicación. Vol.1, N°6. p.160 Recuperado de http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n6/articulos/11_el_acceso_a_la_informacion_en_la_era_digital.pdf
- UZELAC A. (2005) Redes digitales. Herramientas para profesionales de la cultura (Redes para la gestión cultural). España: ONG Atalaya.
- URIARTE y ACEVEDO (2007) Sociedad red y transformación digital: hacia una evolución de la consciencia de las Organizaciones. España: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.p.37 Recuperado de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/407/URIARTE%20Y%20ACEVEDO.pdf>
- YÉPEZ J. (2009) La importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores en Guayaquil. Tesis para optar el Título de Licenciado en Periodismo Internacional de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Ecuador. p.19 Recuperado de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/379/1/tesis%20final.pdf>

1.1.2. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema General ¿Cómo el medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>PE 1 ¿Cómo la diversidad informativa del medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica?</p> <p>PE 2 ¿Cómo el uso de recursos visuales del medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica?</p>	<p>Objetivo General Identificar como el medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>OE 1 Identificar como la diversidad informativa del medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica</p> <p>OE 2 Identificar como el uso de recursos visuales del medio de comunicación digital ABC Noticias influye en la convergencia periodística en el Distrito de Ica</p>	<p>Hipótesis General El medio de comunicación digital ABC Noticias influye directamente en la convergencia periodística en el Distrito de Ica</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>HE1 La diversidad informativa del medio de comunicación digital ABC Noticias influye directamente en la convergencia periodística en el Distrito de Ica</p> <p>HE 2 El uso de recursos visuales del medio de comunicación digital ABC Noticias influye directamente en la convergencia periodística en el Distrito de Ica</p>	<p>Variable Independiente: ABC NOTICIAS</p> <p>Indicadores: Diversificación del contenido Redacción periodística Uso de Fotografía Uso de infografía Cobertura</p> <p>Variable Dependiente: Convergencia periodística</p> <p>Indicadores Plataformas múltiples Multimedialidad Interactividad Inmediatez Usabilidad</p>	<p>Tipo de investigación: Básico</p> <p>Nivel de investigación Descriptivo</p> <p>Diseño de investigación M → O</p> <p>Población y muestra: La población fue de 16,380 La muestra fue 375 seguidores</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos Técnica: La encuesta Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Técnicas de análisis de datos Se realizó la clasificación de los datos obtenidos en el trabajo de campo con la orientación de las preguntas, objetivos e hipótesis planteados para el estudio. Se realizó la tabulación de los datos generados de las respuestas del cuestionario aplicado y se realizó la organización de la información en frecuencias absolutas y cantidades porcentuales como corresponde. Se pasó a describir los datos que se presentan en tablas y gráficos para mejor entendimiento de la investigación.</p>

