REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

Escuela Profesional de Comunicación Social

Percepción de los periodistas sobre la migración de medios periodísticos tradicionales a medios digitales en la provincia de Arequipa - 2024

Tesis presentada por los Bachilleres:

Cabrera Lazaro, Julio Cesar

ORCID: 0009-0009-9739-4547

Rosas Loayza, Jeison Crhistian

ORCID: 0009-0009-8882-0524

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social con mención en Periodismo

Asesor (a):

Dra. Vera Revilla, Cintya Yadira

ORCID: 0000-0002-9259-3987

Arequipa - Perú

2025

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

COMUNICACION SOCIAL

CON MENCIÓN EN PERIODISMO

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 11 de Diciembre del 2024

Dictamen: 011226-C-EPCS-2024

Visto el borrador del expediente 011226, presentado por:

2017204621 - **CABRERA LAZARO JULIO CESAR**
2017248991 - **ROSAS LOAYZA JEISON CRHISTIAN**

Titulado:

PERCEPCIÓN DE LOS PERIODISTAS SOBRE LA MIGRACIÓN DE MEDIOS PERIODÍSTICOS TRADICIONALES A MEDIOS DIGITALES EN LA PROVINCIA DE AREQUIPA - 2024

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Titulo Profesional/Titulo de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL CON MENCIÓN EN PERIODISMO

29477766 - **CORNEJO PAREDES DORIS**
DICTAMINADOR

70237343 - **GARCIA TOLEDO LOURDES CECILIA**
DICTAMINADOR

47163676 - **RAMOS APAZA FRANCO DANIEL**
DICTAMINADOR

Percepción de los periodistas sobre la migración de medios periodísticos tradicionales a medios digitales en la provincia de Arequipa - 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%	18%	3%	7%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	2%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
4	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	2%
5	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
6	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
9	repositorio.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
10	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	1%
11	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

DEDICATORIA

A mis padres, Robert y Eliana cuyo amor y apoyo constante
han sido el pilar fundamental en este viaje.
A mis hermanos, Robert y Belén, quienes me recuerdan
que juntos, somos más fuertes.
A mi pequeño ángel, Steve que desde el cielo me cuida y protege.
Julio César Cabrera Lázaro

A Dios por ser mi guía y fortaleza en los momentos difíciles.
A mis padres Julio y Cristina, por apoyarme en cada paso que doy
y hacerme amante de esta carrera.
A mis hermanos por darme tanto cariño, especialmente a mi hermana Rosario
por ser mi ejemplo de esfuerzo y perseverancia,
enseñándome a nunca rendirme, estoy orgulloso de ti.
Jeison Crhistian Rosas Loayza

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, me gustaría agradecer a Dios, quien ha sido mi guía y fortaleza a lo largo de este proceso.

A mi querida Alma Mater, la Universidad Católica de Santa María por cobijarme en sus instalaciones.

A mi familia, padres y hermanos, gracias por su amor incondicional y su apoyo constante. Su confianza en mí me ha motivado a seguir adelante y a superar cada obstáculo.

A mi compañero de tesis, Jeison Rosas Loayza, gracias por ser un gran compañero de viaje. Tu colaboración y amistad han hecho este camino mucho más llevadero y enriquecedor.

Julio César Cabrera Lázaro

A mis queridos maestros, quienes fueron pieza fundamental en este proceso compartiendo su conocimiento.

Al Colegio de Periodistas de Arequipa, liderados por Héctor Mayhuire, quien facilitó nuestra investigación, además de ayudarnos profesionalmente como director periodístico.

A mi compañero y amigo Julio Cabrera Lázaro, con quien compartí largas horas de estudio durante mi carrera, siendo mi oyente de exposiciones y mi soporte laboral en el mundo de las comunicaciones.

Jeison Crhistian Rosas Loayza

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo determinar la relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales a medios digitales en la provincia de Arequipa en el año 2024. Para ello, se empleó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de tipo básico y correlacional. La muestra estuvo conformada por 214 periodistas, a quienes se aplicó la técnica de encuesta, utilizando como instrumentos dos cuestionarios, uno para cada variable analizada. Los resultados indican que el 84.58 % de los periodistas evaluaron que los medios periodísticos tradicionales se encuentran en un nivel medio, mientras que el 64.95 % consideró que los medios digitales también se sitúan en un nivel medio. En cuanto a la correlación entre las variables de estudio, se obtuvo un coeficiente de 0.94, lo que indica una relación fuerte y positiva. Sin embargo, el valor de significancia ($p = 0.173$) supera el umbral convencional de 0.05, lo que implica que la relación observada no es estadísticamente significativa.

Palabras clave: Migración, medios periodísticos tradicionales, digitales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

ABSTRACT

The present study aims to determine the relationship between the migration of traditional journalistic media to digital media in the province of Arequipa in the year 2024. To achieve this, a quantitative approach was employed, with a non-experimental, basic, and correlational design. The sample consisted of 214 journalists, who were surveyed using two questionnaires as instruments, one for each variable analyzed. The results indicate that 84.58% of the journalists assessed traditional journalistic media as being at a medium level, while 64.95% considered that digital media also fall within a medium level. Regarding the correlation between the study variables, a coefficient of 0.94 was obtained, indicating a strong and positive relationship. However, the significance value ($p = 0.173$) exceeds the conventional threshold of 0.05, which implies that the observed relationship is not statistically significant.

Keywords: Migration, traditional journalistic media, digital media.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO 2

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 2

2. MARCO REFERENCIAL 7

2.1. Marco institucional 7

2.2. Fundamentos teóricos 8

3. ANTECEDENTES 20

3.1. Local 20

3.2. Nacional 22

3.3. Internacional 24

CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL 26

4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS 26

4.1. Técnica: 26

4.2. Instrumento: 26

5. CAMPO DE VERIFICACIÓN 26

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

5.1. Ubicación espacial: 26

5.2. Ubicación temporal: 26

5.3. Unidades de estudio 26

6. ESTRATEGIAS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS 27

6.1. Criterios y procedimientos 27

CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN 29

7. RESULTADOS 29

7.1. Estadística descriptiva 29

7.2. Estadística Inferencial 84

CONCLUSIONES **88**

SUGERENCIAS **89**

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS **91**

ANEXOS **96**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Nivel de medios periodísticos tradicionales 29
Tabla 2. Nivel de medios periodísticos digitales 30
Tabla 3. ¿Considera que los medios periodísticos tradicionales cubren temas relevantes para los diversos grupos demográficos? 31
Tabla 4. ¿Considera que los medios tradicionales satisfacen las necesidades informativas específicas de los usuarios? 32
Tabla 5. ¿Crees que los lectores valoran la consistencia y objetividad en la cobertura de noticias de los medios tradicionales? 34
Tabla 6. ¿Cuán probable es que los lectores continúen consumiendo noticias de los mismos medios tradicionales en el futuro? 35
Tabla 7. ¿Consideras que las preferencias personales de los lectores influyen en su elección de medios tradicionales? 37
Tabla 8. ¿Consideras que los medios tradicionales satisfacen las necesidades específicas de información y entretenimiento de sus lectores? 38
Tabla 9. ¿Consideras que los medios periodísticos tradicionales son transparentes en cuanto a sus agendas editoriales y sesgos? 40
Tabla 10. ¿Confías en la claridad con la que los medios tradicionales divulgan sus fuentes y métodos de obtención de información? 41
Tabla 11. ¿Consideras que los medios periodísticos tradicionales verifican la veracidad de la información antes de publicarla? 42
Tabla 12. ¿Confías en la precisión de las fuentes utilizadas por los medios tradicionales en sus reportajes? 44
Tabla 13. ¿Consultas la reputación y credibilidad de un medio antes de confiar en su información como fuente? 45
Tabla 14. ¿Consideras que la reputación de un medio periodístico tradicional afecta su capacidad para influir en la opinión pública? 47
Tabla 15. ¿Con qué frecuencia percibes que los medios periodísticos tradicionales están disponibles en lugares públicos, como quioscos o bibliotecas? 48
Tabla 16. ¿Cuánto crees que la disponibilidad física de los medios tradicionales afecta la accesibilidad de la información para su audiencia? 50
Tabla 17. ¿Cuánto utilizas las plataformas en línea de los medios periodísticos tradicionales para publicar y distribuir noticias? 51

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 18. ¿Consideras que la calidad de la información en línea de los medios tradicionales es comparable a la versión impresa?.....53
Tabla 19. ¿Consideras que los precios de los medios periodísticos tradicionales son justos en comparación con la calidad de la información que ofrecen? 54
Tabla 20. ¿Crees que la asequibilidad de los medios periodísticos tradicionales afecta su alcance y relevancia para la audiencia? 56
Tabla 21. ¿Consideras que los usuarios prefieren consumir periodismo digital porque encuentran mayor cantidad de contenido multimedia en comparación con los medios tradicionales? 57
Tabla 22. ¿Crees que es la presencia de contenido multimedia mejora la experiencia de lectura en los medios digitales? 59
Tabla 23. ¿Consideras que los medios periodísticos digitales incluyen una amplia gama de fuentes en sus noticias?.....60
Tabla 24. ¿Crees que los medios digitales garantizan la veracidad y credibilidad de las diversas fuentes que utilizan? 62
Tabla 25. ¿Qué tan importante crees que es la adaptabilidad al consumo móvil para la accesibilidad de la información en la era digital?.....63
Tabla 26. ¿Cuán satisfecho estás con la experiencia de lectura en dispositivos móviles ofrecida por los medios periodísticos digitales que consumes?.....65
Tabla 27. ¿Consideras que los medios periodísticos digitales ofrecen una cobertura amplia y detallada de noticias internacionales en comparación con los medios tradicionales? 66
Tabla 28. ¿Qué tan importante crees que es la accesibilidad a noticias internacionales para una comprensión global de los eventos actuales?.....68
Tabla 29. ¿Cuánto crees que los usuarios consumen periodismo digital debido a la accesibilidad a noticias internacionales que ofrecen los medios digitales?.....69
Tabla 30. ¿Valoras la relevancia de las noticias locales para la comunidad a la que sirves como periodista? 71
Tabla 31. ¿Consideras que los medios periodísticos digitales proporcionan cobertura en tiempo real de eventos importantes?.....72
Tabla 32. ¿Confías en la precisión y veracidad de la información proporcionada por los medios digitales durante eventos en tiempo real?.....74
Tabla 33. ¿Consideras que los medios periodísticos digitales fomentan la participación de los usuarios a través de comentarios, encuestas u otras formas de interacción? 75

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Tabla 34. ¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden participar activamente en la discusión y el debate a través de funciones interactivas como comentarios y encuestas? 77
Tabla 35. ¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden personalizar el contenido según sus intereses y preferencias individuales? 78
Tabla 36. ¿Consideras que los medios digitales protegen la privacidad y la seguridad de los datos mientras ofrecen contenido personalizado? 80
Tabla 37. ¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden interactuar directamente con periodistas y expertos a través de plataformas digitales? .. 81
Tabla 38. ¿Valoras la oportunidad de los usuarios de interactuar con periodistas y expertos para obtener información adicional o aclaraciones sobre temas específicos? 83
Tabla 39. Relación entre medios periodísticos tradicionales y medios periodísticos digitales. 84
Tabla 40. Relación entre medios periodísticos tradicionales y la conveniencia 85
Tabla 41. Relación entre medios periodísticos tradicionales y la accesibilidad 86
Tabla 42. Relación entre medios periodísticos tradicionales y la interactividad 87

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Nivel de medios periodísticos tradicionales 29
Figura 2. Nivel de medios periodísticos digitales 30
Figura 3. ¿Considera que los medios periodísticos tradicionales cubren temas relevantes para los diversos grupos demográficos? 31
Figura 4. ¿Considera que los medios tradicionales satisfacen las necesidades informativas específicas de los usuarios? 33
Figura 5. ¿Crees que los lectores valoran la consistencia y objetividad en la cobertura de noticias de los medios tradicionales? 34
Figura 6. ¿Cuán probable es que los lectores continúen consumiendo noticias de los mismos medios tradicionales en el futuro? 36
Figura 7. ¿Consideras que las preferencias personales de los lectores influyen en su elección de medios tradicionales? 37
Figura 8. ¿Consideras que los medios tradicionales satisfacen las necesidades específicas de información y entretenimiento de sus lectores 39
Figura 9. ¿Consideras que los medios periodísticos tradicionales son transparentes en cuanto a sus agendas editoriales y sesgos? 40
Figura 10. ¿Confías en la claridad con la que los medios tradicionales divulgan sus fuentes y métodos de obtención de información? 41
Figura 11. ¿Consideras que los medios periodísticos tradicionales verifican la veracidad de la información antes de publicarla? 43
Figura 12. ¿Confías en la precisión de las fuentes utilizadas por los medios tradicionales en sus reportajes? 44
Figura 13. ¿Consultas la reputación y credibilidad de un medio antes de confiar en su información como fuente? 46
Figura 14. ¿Consideras que la reputación de un medio periodístico tradicional afecta su capacidad para influir en la opinión pública? 47
Figura 15. ¿Con qué frecuencia percibes que los medios periodísticos tradicionales están disponibles en lugares públicos, como quioscos o bibliotecas? 49
Figura 16. ¿Cuánto crees que la disponibilidad física de los medios tradicionales afecta la accesibilidad de la información para su audiencia? 50
Figura 17. ¿Cuánto utilizas las plataformas en línea de los medios periodísticos tradicionales para publicar y distribuir noticias? 52

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Figura 18. ¿Consideras que la calidad de la información en línea de los medios tradicionales es comparable a la versión impresa? 53
Figura 19. ¿Consideras que los precios de los medios periodísticos tradicionales son justos en comparación con la calidad de la información que ofrecen? 55
Figura 20. ¿Crees que la asequibilidad de los medios periodísticos tradicionales afecta su alcance y relevancia para la audiencia? 56
Figura 21. ¿Consideras que los usuarios prefieren consumir periodismo digital porque encuentran mayor cantidad de contenido multimedia en comparación con los medios tradicionales? 58
Figura 22. ¿Crees que es la presencia de contenido multimedia mejora la experiencia de lectura en los medios digitales? 59
Figura 23. ¿Consideras que los medios periodísticos digitales incluyen una amplia gama de fuentes en sus noticias? 61
Figura 24. ¿Crees que los medios digitales garantizan la veracidad y credibilidad de las diversas fuentes que utilizan? 62
Figura 25. ¿Qué tan importante crees que es la adaptabilidad al consumo móvil para la accesibilidad de la información en la era digital? 64
Figura 26. ¿Cuán satisfecho estás con la experiencia de lectura en dispositivos móviles ofrecida por los medios periodísticos digitales que consumes? 65
Figura 27. ¿Consideras que los medios periodísticos digitales ofrecen una cobertura amplia y detallada de noticias internacionales en comparación con los medios tradicionales? .67
Figura 28. ¿Qué tan importante crees que es la accesibilidad a noticias internacionales para una comprensión global de los eventos actuales? 68
Figura 29. ¿Cuánto crees que los usuarios consumen periodismo digital debido a la accesibilidad a noticias internacionales que ofrecen los medios digitales? 70
Figura 30. ¿Valoras la relevancia de las noticias locales para la comunidad a la que sirves como periodista? 71
Figura 31. ¿Consideras que los medios periodísticos digitales proporcionan cobertura en tiempo real de eventos importantes? 73
Figura 32. ¿Confías en la precisión y veracidad de la información proporcionada por los medios digitales durante eventos en tiempo real? 74
Figura 33. ¿Consideras que los medios periodísticos digitales fomentan la participación de los usuarios a través de comentarios, encuestas u otras formas de interacción? 76

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Figura 34. ¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden participar activamente en la discusión y el debate a través de funciones interactivas como comentarios y encuestas? 77
Figura 35. ¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden personalizar el contenido según sus intereses y preferencias individuales? 79
Figura 36. ¿Consideras que los medios digitales protegen la privacidad y la seguridad de los datos mientras ofrecen contenido personalizado? 80
Figura 37. ¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden interactuar directamente con periodistas y expertos a través de plataformas digitales? .. 82
Figura 38. ¿Valoras la oportunidad de los usuarios de interactuar con periodistas y expertos para obtener información adicional o aclaraciones sobre temas específicos? 83

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar la relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales a medios digitales en la provincia de Arequipa, 2024. En el contexto de la digitalización y la accesibilidad global a la información, la transformación de los medios de comunicación ha sido objeto de estudio en diversas investigaciones recientes. Por ejemplo, Méndez y Castillo (2023) analizan cómo la reconversión digital de las redacciones en Centroamérica ha impactado la producción periodística, permitiendo a los ciudadanos acceder a noticias locales, nacionales e internacionales de manera inmediata. Este proceso ha requerido que los periodistas desarrollen nuevas competencias digitales y se adapten a un entorno mediático en constante evolución.

El estudio se estructura en tres capítulos. En el Capítulo I, se desarrolla el marco teórico que sustenta la investigación, presentando las definiciones conceptuales de las variables de estudio, sus dimensiones y las posturas teóricas que aportan solidez y relevancia al análisis.

El Capítulo II expone el enfoque metodológico adoptado, detallando el diseño de la investigación, la técnica de recolección de datos mediante encuestas aplicadas a periodistas, el análisis de resultados a través del coeficiente de correlación de Rho de Spearman y la operacionalización de las variables.

Finalmente, en el Capítulo III, se presentan los hallazgos del estudio, se interpretan los datos obtenidos y se formulan conclusiones y recomendaciones. Estas buscan ofrecer una visión integral sobre la digitalización del periodismo en un mundo globalizado, con el propósito de facilitar la adaptación de los periodistas a un entorno en constante evolución.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Enunciado del problema

Percepción de los Periodistas sobre la Migración de Medios Periodísticos Tradicionales a Medios Digitales en la Provincia de Arequipa – 2024.

1.2. Descripción del problema

1.2.1 Campo, área y línea de acción

- Campo: Comunicación Social
- Área: Periodismo
- Línea: Periodismo (Medios Periodísticos Tradicionales - Medios Digitales)

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

1.2.2 Operacionalización de variables incluyendo sus dimensiones e indicadores

Variable	Dimensión	Indicadores
Medios periodísticos tradicionales	Audiencia	Tasa de audiencia por demografía
		Índice de fidelidad del lector
		Hábitos de consumo y preferencias
	Confiabilidad y credibilidad	Transparencia editorial
		Rigor en la verificación de hechos y fuentes
		Reputación y prestigio
	Accesibilidad	Disponibilidad física
		Acceso en línea
		Costo y asequibilidad
Medios periodísticos digitales	Conveniencia	Cantidad de contenido multimedia
		Diversidad de fuentes de información
		Adaptabilidad al consumo móvil
	Accesibilidad	Acceso a noticias internacionales
		Enfoque en noticias locales
		Cobertura de eventos en tiempo real
	Interactividad	Participación del usuario
		Personalización del contenido
		Interacción con periodistas y expertos

Fuente: Elaboración propia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

1.3. Interrogantes

1.3.1. Interrogante general

- ¿Cuál es la relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales a medios periodísticos digitales en la provincia de Arequipa, 2024?

1.3.2. Interrogante especificas

- ¿Cuál es la relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales con la conveniencia de usar contenido digital en la provincia de Arequipa, 2024?
- ¿Cuál es la relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales con la accesibilidad del contenido digital en la provincia de Arequipa, 2024?
- ¿Cuál es la relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales con la interactividad que proporciona los medios periodísticos digitales en la provincia de Arequipa, 2024?

1.4. Justificación

La relevancia de este estudio reside en la transformación global de los medios, donde la migración de los formatos tradicionales hacia plataformas digitales está remodelando profundamente la producción, distribución y consumo de información. Desde una perspectiva académica, esta investigación contribuye significativamente al cuerpo de conocimientos sobre la digitalización de los medios y sus impactos. Para la industria mediática en Arequipa, los resultados proporcionarán información crucial para la toma de decisiones estratégicas, incluyendo inversiones en tecnología, capacitación del personal y estrategias de contenido, facilitando así una transición más efectiva hacia el entorno digital.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

En términos prácticos, este estudio tiene el potencial de desarrollar políticas y estrategias que apoyen a los periodistas en su adaptación a los nuevos entornos digitales. Al identificar los desafíos y oportunidades que enfrentan los profesionales del periodismo, se podrán implementar programas de capacitación y mejorar las condiciones laborales, creando un ambiente propicio para la innovación y el crecimiento profesional.

El objetivo de esta investigación es determinar la relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales a medios digitales en la Provincia de Arequipa, 2024, según la percepción de los periodistas. Este estudio se fundamenta en enfoques metodológicos sólidos, aplicando el método científico y adhiriéndose a los estándares establecidos por la comunidad científica.

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo general

- Determinar la relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales a medios periodísticos digitales en la provincia de Arequipa, 2024

1.5.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales y la conveniencia de usar contenido digital en la provincia de Arequipa, 2024.
- Determinar la relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales y la accesibilidad del contenido digital en la provincia de Arequipa, 2024.
- Determinar la relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales y la interactividad que proporciona los medios periodísticos digitales en la provincia de Arequipa, 2024.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis general

- H1. Existe relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales a medios periodísticos digitales en la provincia de Arequipa, 2024.
- H0. No existe relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales a medios periodísticos digitales en la provincia de Arequipa, 2024.

1.6.2 Hipótesis especificas

Hipótesis especifica 1

- H1. Existe relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales y la conveniencia de usar contenido digital en la provincia de Arequipa, 2024.
- H0. No existe relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales y la conveniencia de usar contenido digital en la provincia de Arequipa, 2024.

Hipótesis especifica 2

- H1. Existe relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales y la accesibilidad del contenido digital en la provincia de Arequipa, 2024.
- H0. No existe relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales y la accesibilidad del contenido digital en la provincia de Arequipa, 2024.

Hipótesis especifica 3

- Existe relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales y la interactividad que proporciona los medios periodísticos digitales en la provincia de Arequipa, 2024.
- No existe relación entre la migración de medios periodísticos tradicionales y la interactividad que proporciona los medios periodísticos digitales en la provincia de Arequipa, 2024.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco institucional

Con base a lo señalado por el INEI (2017) el departamento de Arequipa se encuentra dividido en 8 provincias y 109 distritos. La provincia de Arequipa es la más habitada, con una población de 1 080 635 personas, lo que representa el 78,1 % del total del departamento.

Ante la aparición de los teléfonos celulares, cámaras portátiles y otros *gadgets*, es imposible negar la aparición de más reporteros aficionados que documentan las incidencias diarias o incluso emiten opinión en las plataformas digitales. Pese a ello, el Colegio de Periodistas del Perú (CPP), a través de sus sedes a nivel nacional, han venido reportando considerables avances a la hora de habilitar a los periodistas que lograron superar su vida académica. Arequipa no es ajena a ello, presentando un honroso quinto lugar del ranking nacional de regiones que registran el mayor número de periodistas colegiados, esto de acuerdo con el Padrón de Colegiados del Colegio de Periodistas del Perú (CPP). Con 485 profesionales colegiados, nuestra región solo es superada por Lima (3743 colegiados), Cusco (718 colegiados), La Libertad (597 colegiados) y Piura (549) respectivamente (Colegio de periodistas del Perú, 2024).

El aumento en el número de colegiados es progresivo y auspicioso, teniendo como principales herramientas los incentivos que ofrece el gremio a quienes están próximos a titularse o que aún no han podido realizar el trámite. De acuerdo con el Decano del Colegio de Periodistas de Arequipa (CPA), Héctor Mayhuire, una de las estrategias para rescatar a más comunicadores es flexibilizar el monto abonado para colegiarse, además de nutrir paulatinamente a los agremiados con capacitaciones y seminarios.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Estas estrategias tienen como objetivo dignificar la profesión periodística, promoviendo su ejercicio dentro de un marco formal y en cumplimiento de la Ley N.º 23221, la cual establece de manera explícita que la colegiatura es un requisito fundamental para ejercer el periodismo. Sin embargo, posteriormente se hace alusión al Inciso 4 del Artículo 2 de la Constitución Política del Perú de 1979, que reconocía el derecho de todos los ciudadanos, sin excepción, a acceder y difundir información (Congreso de la Republica del Perú, 1980). En consecuencia, esta restricción quedó solo en el ámbito normativo y no tuvo aplicación efectiva en la realidad.

N° Correlativo	Región	Número de colegiados
1	Lima	3743
2	Cuzco	718
3	La Libertad	597
4	Piura	549
5	**Arequipa**	**485**

Fuente: Elaboración propia 2024

2.2. Fundamentos teóricos

2.2.1. Medios periodísticos tradicionales

Los medios periodísticos tradicionales son aquellos que han estado presentes durante mucho tiempo en la sociedad y que utilizan formatos convencionales para difundir información, como periódicos impresos, revistas, radio y televisión. Estos medios han sido fundamentales en la transmisión de noticias y han sido una fuente confiable de información para la población durante décadas.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Según Parra (2020) aún persiste la percepción de que los medios periodísticos tradicionales principalmente los impresos y la televisión ejercen una mayor influencia en la agenda pública en comparación con los medios digitales, debido, en gran parte, a su prestigio consolidado y a la calidad percibida de sus contenidos informativos. El autor indica que esta situación era característica de la era preinternet, cuando los medios masivos definían los temas considerados noticiosos, al tener control casi exclusivo de los espacios informativos y ante la escasa presencia de fuentes alternativas.

Asimismo, Parra señala que los gobiernos, en ese contexto, podían ejercer control sobre los contenidos transmitidos por señales abiertas e incluso influir en la prensa escrita. No obstante, con la democratización de los medios impulsada por el desarrollo tecnológico, ese control se ha visto considerablemente restringido. Las dinámicas propias de la globalización con economías interconectadas y la acelerada circulación de la información han limitado aún más esta capacidad de control. Las plataformas digitales contemporáneas han transformado y generado nuevos espacios económicos, culturales, políticos y, especialmente, comunicativos.

En la actualidad, afirma Parra, ya no son exclusivamente los medios de comunicación quienes determinan la agenda informativa; ahora son las plataformas digitales las que condicionan el acceso a la información, priorizando los contenidos con mayor número de visualizaciones, "me gusta" o veces compartidas. Esta lógica conlleva una desventaja significativa, pues muchos de estos contenidos están alterados, corresponden a noticias falsas, provienen de fuentes poco confiables o se basan en simples rumores.

Por otro lado, de acuerdo con Campos (2008) los medios tradicionales están pasando por un proceso de riesgos. En primer lugar, enfrentan una fuerte competencia entre ellos mismos. Por otro lado, la irrupción de los medios digitales ha traído un cambio, aunado con el tradicional criterio de la economía de la atención. Estos medios digitales han incorporado

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

nuevas formas y modelos basados en la colaboración y participación de los usuarios. Dado que, los usuarios se han convertido en productores de atención, información, comunicación, conocimiento y de ocio. Esto representa un desafío para los medios tradicionales, que han tenido que adaptarse a este nuevo entorno digital en el que los consumidores ya no son meros receptores pasivos, sino que tienen un rol más activo en la generación y difusión de contenidos (p.3)

En ese sentido, Campos (2008) señala que los medios tradicionales se encuentran en una encrucijada, pues deben equilibrar su modelo de negocio y contenidos para hacer frente a la competencia de los medios digitales, que ofrecen una mayor interactividad y personalización de la información. Esto implica la necesidad de adoptar nuevas estrategias y herramientas tecnológicas, sin perder de vista la calidad y credibilidad que los ha caracterizado históricamente.

2.2.1.1. Audiencia

La audiencia de los medios periodísticos tradicionales ha mostrado una diversidad considerable, siendo influenciada por diversos factores como demografía, situación socioeconómica y avances tecnológicos.

A pesar de ello, el concepto de audiencia ha sido tradicionalmente aceptado sin cuestionamiento en el ámbito de los medios de comunicación. En este contexto, los primeros estudios sobre las audiencias surgieron explorando las percepciones de los efectos y los usos de estas en relación con los medios. En esa línea Frank y Grenberg (1974) lo definen como "grupo con diferentes estilos de vida, identificables por medio de análisis de factores estadísticos" (p.16).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Por otra parte, Nightingale (1996) argumenta que la audiencia se puede concebir como un conjunto complejo de interacciones interconectadas dentro de un sistema organizado de comunicación de masas. Nightingale propone tres tipos de relaciones que caracterizan a la audiencia. Estas son: a) Relación entre la audiencia y la industria, que implica la interacción entre la tecnología y la producción mediática; b) Relación entre la audiencia y el medio, que engloba tanto la tecnología como las características individuales de los receptores; y c) Relación entre la audiencia y el texto, que se refiere a la interacción entre las tecnologías de los sistemas de signos y el individuo receptor (p.234).

Por otro lado, Huertas (2006) señala:

A lo largo de la evolución de los estudios en comunicación, la audiencia ha sido analizada desde tres enfoques principales: como un colectivo masivo, como un conjunto de grupos sociales diferenciados según factores socioeconómicos y como una comunidad de individuos que interactúan dentro de un entorno social basado en sus relaciones más cercanas (p. 197).

Asimismo, desde una perspectiva contemporánea basada en la lógica del mercado, Huertas (2006) argumenta que el objetivo no es satisfacer los gustos específicos de diversos sectores de la población, sino atraer al mayor número de espectadores posible. Las empresas del sector de medios se enfocan en ofrecer canales que puedan captar la mayor audiencia, priorizando así la maximización del mercado potencial sobre la respuesta a grupos sociales específicos (p. 198).

En este contexto, la audiencia que solía consumir medios periodísticos tradicionales difiere notablemente de la audiencia actual, debido a la influencia de los avances tecnológicos que han provocado un cambio significativo, requiriendo así una adaptación por parte de los

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

medios. Como señala Huertas, incluso la misma lógica empresarial en este sector ha experimentado una transformación con respecto a las prácticas de los medios periodísticos tradicionales. Anteriormente, el enfoque estaba en la calidad de la información y en garantizar la satisfacción del usuario. Sin embargo, en la actualidad, el objetivo primordial es atraer la mayor cantidad posible de espectadores, lo que a veces implica alterar la información para aumentar la audiencia.

2.2.1.2. Confiabilidad y credibilidad

La confiabilidad y la credibilidad son atributos fundamentales de los medios periodísticos tradicionales, que históricamente han sido pilares de su función en la sociedad. Estos medios se han esforzado por establecer y mantener la confianza del público a través de prácticas periodísticas éticas y rigurosas, así como de la verificación de hechos.

Según García et al. (2014) la confianza y la credibilidad de los medios y de los periodistas influyen en las decisiones informativas de los usuarios (p. 880). En esa línea, entiéndase la confiabilidad como la capacidad de los medios para proporcionar información precisa y verificada de manera consistente.

Los medios periodísticos tradicionales suelen seguir estándares profesionales y éticos, como la verificación de fuentes, la corroboración de hechos y la objetividad en la presentación de la información. Esta fiabilidad a lo largo del tiempo ha contribuido a que los medios sean considerados como fuentes de información confiables y respetadas por el público.

Por otro lado, García et al. (2014) sostienen, apoyándose en opiniones de expertos, que la credibilidad que los usuarios otorgan a la información no depende únicamente de las acciones de los medios periodísticos. También son factores determinantes el prestigio de la marca y la imagen social de sus periodistas.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

En otros términos, la credibilidad se relaciona con la percepción del público sobre la confiabilidad y la imparcialidad de los medios. Los medios periodísticos tradicionales han construido credibilidad a través de su compromiso con la honestidad, la imparcialidad y la transparencia en su cobertura informativa.

Sin embargo, en el entorno actual, la confianza y la credibilidad de los medios periodísticos tradicionales se enfrentan a desafíos significativos. La proliferación de noticias falsas, la polarización política y la competencia con plataformas de medios digitales han generado dudas sobre la integridad y la imparcialidad de algunos medios tradicionales. Por lo tanto, es crucial que los medios periodísticos continúen demostrando su compromiso con la precisión, la objetividad y la ética periodística para mantener y fortalecer la confianza del público en su labor informativa.

2.2.1.3. Accesibilidad

La accesibilidad de los medios periodísticos tradicionales ha sido un factor crucial en su capacidad para informar y educar al público. Esta accesibilidad ha evolucionado significativamente, influenciada por el desarrollo tecnológico, las estructuras económicas y las condiciones sociales de distintas épocas.

De acuerdo con Gonzales (2018) los medios de comunicación tradicionales, como la prensa, la radio y la televisión, ahora también están disponibles en Internet y han adaptado algunas de sus funciones para el entorno digital. Además, han aparecido nuevos medios en línea que han tomado algunos aspectos de los medios tradicionales para formar su contenido y estructura (p. 226). En esa línea es notable la convergencia entre los medios tradicionales y los digitales, con una influencia mutua y adaptación a las nuevas tecnologías.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Históricamente, la prensa escrita ha sido uno de los medios más importantes para la difusión de información. Los periódicos y revistas se distribuían físicamente a través de suscripciones y puntos de venta como quioscos y tiendas. Esta distribución dependía de una logística bien organizada que aseguraba la llegada puntual de las publicaciones a sus lectores. Sin embargo, el costo de compra, aunque generalmente asequible para la clase media, representaba una barrera para algunos sectores de la población. Además, la capacidad de acceder y beneficiarse de la prensa escrita estaba intrínsecamente ligada a los niveles de alfabetización, limitando así el alcance de estos medios entre las personas con habilidades limitadas de lectura y escritura.

Por otro lado, la televisión emergió como un medio poderoso debido a su capacidad para combinar audio y video, ofreciendo una experiencia informativa más rica y dinámica. La accesibilidad de la televisión estaba influenciada principalmente por la cobertura geográfica de las señales de transmisión. En las áreas urbanas, la recepción de señal era generalmente confiable, mientras que en las zonas rurales podría ser intermitente o inexistente. Poseer un televisor implicaba una inversión económica significativa, lo que limitaba el acceso a este medio entre las familias de menores ingresos. Además, la programación de noticias y otros contenidos informativos estaba restringida a horarios específicos, obligando a los espectadores a ajustar sus rutinas para consumir la información.

La radio se destacó por su portabilidad y accesibilidad, convirtiéndose en un medio esencial para las noticias, especialmente en regiones donde la televisión y la prensa escrita tenían un alcance limitado. Los radios portátiles permitían a las personas mantenerse informadas desde cualquier lugar, y el costo relativamente bajo de los aparatos de radio hacía este medio accesible para un amplio sector de la población. La señal de radio, con su capacidad para cubrir vastas áreas geográficas, incluyendo zonas rurales y remotas, garantizaba que la

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

información llegara a audiencias que de otro modo estarían desconectadas de las noticias diarias.

2.2.2. Medios periodísticos digitales

La comunicación digital en el mundo interconectado actual, como señalan Villacrez y Colángelo (2023) ha llevado a una transformación en los medios tradicionales, que ahora se ven obligados a adaptarse a las nuevas plataformas digitales. Esta migración es considerada indispensable, como destaca Latorre (2018) citado por Solórzano (2021) quien advierte que la resistencia a la digitalización por parte de los medios impresos podría afectar su relevancia, dado el declive en la compra de periódicos y la presión ambiental generada por las redes sociales.

Por otro lado, Albarello (2020) agrega una perspectiva interesante al explicar que la evolución de los medios de comunicación implica la interacción entre los nuevos y antiguos medios, generando combinaciones en términos de contenido e interfaces. Esta dinámica conduce a que los medios tradicionales ocupen un lugar más periférico cuando surgen nuevas formas de comunicación.

En ese contexto, desde el ámbito periodístico, Puente (2019) resalta la profunda conexión entre el periodista y la naturaleza misma de su labor, señalando que cualquier modificación en el entorno social, político o tecnológico conlleva transformaciones inevitables en el ejercicio del periodismo. En esta línea, el autor sostiene que la irrupción de la era digital ha reconfigurado tanto la estructura de la sociedad como el modelo tradicional de comunicación, generando un escenario en el que los consumidores priorizan contenidos virales, interactivos y multimedia, lo cual obliga al periodismo a adaptarse a nuevas dinámicas de producción y consumo informativo.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Ademas, Yezers'ka (2008) señala que esto ha provocado cambios significativos en el papel del periodista, quien ahora se involucra en tareas diversas como corrección, producción de textos, diseño, diagramación y documentación en bases de datos a través de redes telemáticas. En esa linea, Canavilhas (2011) citado por Justel (2012) complementa esta idea al resaltar que las redes sociales han transformado profundamente las rutinas de producción periodística, integrándose plenamente en la actividad profesional periodística, especialmente en la recopilación y distribución de noticias.

A pesar del potencial del periodismo digital, Facebook no se considera una plataforma periodística verdadera en comparación con Twitter. Según Quiroz (2014) esto es debido a su contexto más personal que profesional. La marca periodística, según Manfredi, et al. (2019) ha cedido su primacía ante la presión de las plataformas y algoritmos, que efectivamente controlan el flujo de difusión y consumo de noticias.

Por otro lado, la teoría del uso y gratificaciones explica las razones detrás de la elección de las personas de consumir noticias a través de plataformas digitales en lugar de medios tradicionales. Según Katz, et al. (1974) citado por Flores (2014), las personas recurren a los medios de comunicación de masas con la intención de obtener gratificaciones específicas derivadas de su consumo. En este sentido, la teoría explora cómo las necesidades individuales, tales como la búsqueda de información, el entretenimiento y la interacción social, influyen en la selección de medios y en la obtención de satisfacciones particulares a partir de su uso.

Adicionalmente, Flores (2014) señala los autores presentan cuatro supuestos fundamentales que estructuran su teoría. En primer lugar (a), destacan que el individuo tiene la capacidad de vincular la necesidad de gratificación con la elección de un medio específico. Este aspecto permite comprender que la preferencia por un medio digital en lugar de uno tradicional puede estar vinculada a la búsqueda de gratificaciones particulares, como la

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

conveniencia, accesibilidad o interactividad que ofrecen los medios digitales en comparación con sus contrapartes tradicionales.

Por otra parte, el supuesto (b) indica que los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades. Bajo esta premisa, se observa que los medios tradicionales compiten activamente con las nuevas tecnologías y plataformas digitales, las cuales ofrecen una diversidad más amplia de contenidos y experiencias, desplazando así la atención y preferencia de la audiencia hacia estos emergentes medios.

Adicionalmente, se plantea que (c) los individuos son conscientes de cómo utilizan los medios, así como de sus propios intereses y motivaciones. Finalmente, (d) se destaca que únicamente la audiencia tiene la capacidad de emitir juicios de valor sobre los contenidos de los medios de comunicación

2.2.2.1. Conveniencia

En el contexto actual, los medios periodísticos digitales se han consolidado como una alternativa eficiente y conveniente frente a los medios tradicionales, como la prensa, la radio y la televisión. Esta transición hacia lo digital ha sido impulsada por numerosas ventajas que estos nuevos medios ofrecen tanto a los consumidores de noticias como a los propios productores de contenido.

En este sentido, López (1999) citado por Oliva (2014) argumenta que la tecnología en la sociedad contemporánea ha facilitado el flujo de la información, lo que constituye una ventaja significativa. Sin embargo, señala que no se han resuelto los desequilibrios existentes, especialmente en términos de garantizar la calidad de las noticias (p. 3).

Por otra parte, Oliva (2014) destaca que la digitalización de las noticias ha obligado a los profesionales del periodismo a adaptarse a este cambio, utilizando herramientas

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

tecnológicas para desempeñar su trabajo con mayor comodidad. Además, enfatiza que estos canales de difusión deben ser utilizados para transmitir información de manera instantánea y simultánea, sin dejar de lado la ética profesional y el uso de un lenguaje adecuado (p. 4).

En esa línea, una de las principales ventajas de los medios digitales es el acceso inmediato a la información. A diferencia de los medios impresos que requieren distribución física o de los noticieros que tienen horarios fijos de emisión, las plataformas digitales permiten a los usuarios acceder a las noticias en cualquier momento y desde cualquier lugar con conexión a Internet. Además, los medios digitales se caracterizan por su capacidad de actualización constante. Las noticias pueden ser publicadas y actualizadas en tiempo real, lo que permite a los lectores estar al tanto de los eventos a medida que se desarrollan.

En este contexto, los medios digitales han provocado una transformación significativa. Tom Wolfe (s.f.) citado por Oliva (2014) menciona que el periodismo enfrenta grandes desafíos actualmente y considera que ver a un joven comprando un periódico hoy en día es una rareza, adjetivado como un anticuado (p. 7).

2.2.2.2. Accesibilidad

Según Persson et al. (2015) citado por González (2018) la accesibilidad se define como el grado en que los sistemas, servicios y productos pueden ser utilizados por personas con una amplia variedad de características y capacidades para alcanzar una meta específica en un contexto particular (p. 227).

En ese sentido, la accesibilidad en los medios periodísticos tradicionales se fundamenta en la premisa fundamental de que toda persona, sin importar sus capacidades físicas o sensoriales, debe tener la oportunidad equitativa de acceder a la información y participar en la esfera pública. Este concepto surge como respuesta a la necesidad de superar las barreras que

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

históricamente han excluido a individuos con discapacidades del consumo y la comprensión de los contenidos mediáticos**.**

Por otra parte, González (2018) indica que, para identificar las barreras de accesibilidad en los cibermedios, es necesario considerar que en cualquier medio de comunicación digital existen dos componentes principales: los tecnológicos y los de contenido. Identificar estas barreras implica diferenciar entre aquellas que forman parte de la estructura general de los sitios web y las que son creadas por los redactores en su práctica profesional (p. 228).

2.2.2.3. Interactividad

Según Castillo (2014) señala que la interactividad en el ámbito del periodismo se refiere a la capacidad que tienen los usuarios de proporcionar retroalimentación a los medios sobre sus contenidos. Esto incluye expresar preferencias, comentar sobre los temas presentados y contribuir con información adicional o ampliada.

Según Rost (2013) citado por Castillo (2014) la interactividad se define como la habilidad variable de un medio de comunicación para permitir a los usuarios seleccionar los contenidos que prefieren y participar activamente en la expresión y comunicación (p. 8). En esa línea, es notable que la interactividad en los medios periodísticos digitales ha transformado profundamente la forma en que las audiencias consumen y participan en la información. En lugar de ser meros receptores pasivos, los usuarios ahora tienen la capacidad de interactuar activamente con el contenido, contribuyendo a una experiencia más dinámica y participativa, lo que no pasaba en los medios periodísticos tradicionales.

En definitiva, la interactividad no solo mejora la experiencia del usuario al proporcionar un mayor nivel de personalización y participación, sino que también empodera a las audiencias al hacerlas sentir parte integral del proceso informativo. Al mismo tiempo, los medios digitales

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

pueden aprovechar estas interacciones para obtener retroalimentación inmediata, ajustar sus estrategias editoriales y mejorar la calidad y relevancia de su contenido.

3. ANTECEDENTES

3.1. Local

Vásquez, P. (2021) desarrolló la tesis "Consumos de periodismo digital en estudiantes universitarios de la provincia de Arequipa 2019". Esta investigación adoptó un enfoque descriptivo y empleó la técnica de encuestas con cuestionarios como herramienta. El objetivo principal fue conocer los consumos de periodismo digital, abordando aspectos como los medios multimedia utilizados, temáticas, formas, finalidad, frecuencia y los instrumentos para el consumo de periodismo digital por parte de estudiantes universitarios en la Provincia de Arequipa. La muestra consistió en 372 unidades de estudio de diferentes universidades licenciadas, seleccionadas mediante un muestreo al azar simple. Los resultados incluyeron 22 tablas estadísticas y gráficos que evidenciaron que los medios multimedia más utilizados para el consumo de periodismo digital en redes sociales por parte de los estudiantes universitarios fueron Facebook, Instagram, YouTube y WhatsApp. Esto puede ayudar a explicar el porqué de la necesidad de la digitalización de los medios tradicionales, puesto que el público se enfoca ahora más en ese campo.

Díaz, J. (2020) llevó a cabo el estudio "Periodismo digital como opción laboral para los egresados de la especialidad de periodismo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa 2019". Esta investigación adoptó un enfoque mixto y tuvo un carácter descriptivo-correlacional, donde se describieron variables y sus relaciones. El objetivo principal fue analizar la situación del periodismo digital en Arequipa y determinar su incidencia en la opción laboral de los egresados. Los resultados se obtuvieron mediante el análisis documental de los medios digitales en diversas plataformas,

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

encuestas a los egresados y entrevistas a los administradores de los medios. La investigación reveló limitaciones en el desarrollo del ejercicio periodístico en los medios digitales locales, así como deficiencias en su administración y gerencia. Además, destacó que estos medios digitales no resultan ser un espacio atractivo de plenitud profesional y laboral para los egresados, quienes encuentran complicado hallar puestos de trabajo respetables en medios tradicionales.

Bedoya, G. (2022) desarrolló la tesis "Opinión de la población arequipeña respecto a la producción noticiosa de los medios tradicionales de comunicación masiva en Arequipa 2020". La investigación tuvo un enfoque descriptivo, con un diseño no experimental y transversal descriptivo. El objetivo principal fue conocer la opinión que tiene la población arequipeña respecto a la producción de los medios tradicionales de comunicación masiva. Para obtener los resultados, se utilizó una escala de medición de Likert compuesta por 22 ítems con cinco opciones de respuesta, aplicada a una muestra representativa de 400 unidades muestrales. Las conclusiones indican que el 81,5 % de la población arequipeña tiene una opinión neutra, mientras que solo un 2 % mantiene una opinión favorable. Esto se debe a cuestionamientos sobre la precisión de los datos, el manejo de las fuentes y la pluralidad informativa en los medios tradicionales.

Ari, M. (2022) llevó a cabo la investigación "Arte entre los medios: Análisis comparativo de medios tradicionales y medios digitales en la difusión de arte en Arequipa entre los años 2015 - 2020". Se trata de un estudio de tipo comparativo, descriptivo y explicativo, con un enfoque cualitativo. El diseño empleado fue no experimental, ya que se basó en la recopilación de información sin alterar las variables o fuentes para obtener resultados. El objetivo central de este estudio fue exponer el contraste en la difusión de producciones artísticas entre medios tradicionales y digitales, abarcando espacios físicos y plataformas en

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

línea, como redes sociales, durante el período comprendido entre 2015 y 2020. La población seleccionada representó a aquellos que experimentaron el avance tecnológico de la llamada aldea global en Arequipa, abordando la temática desde una perspectiva generacional. Para obtener los resultados, se llevó a cabo una revisión de diversas herramientas y la evolución de Internet, analizando su impacto en los medios tradicionales de difusión y producción de contenido artístico. Entre las conclusiones, se destaca que, aunque los artistas en Arequipa no están completamente separados de las nuevas tecnologías, estas aún se consideran principalmente como herramientas en el proceso de creación y no ejercen un protagonismo significativo en la difusión de las obras artísticas.

3.2. Nacional

Evangelista, A. (2019) exploró en su tesis "La incursión del periodista político en el mundo digital, en Facebook, 2019" la adaptación de contenidos realizados por el periodista político, trasladándolos del lenguaje tradicional digital. La investigación, de carácter básico y enfoque mixto, evaluó tanto aspectos cuantitativos como cualitativos. La población objetivo fueron jóvenes adultos del cono norte de la provincia Lima, Perú, con una muestra específica de jóvenes de 21 a 35 años del distrito de Los Olivos. Los resultados se obtuvieron a través de fichaje de libros, fuentes de datos globales y encuestas. Las conclusiones destacaron la necesidad de que la incursión del periodista en el mundo web responda a características específicas de las plataformas, sin perder la esencia informativa, caracterizada por la transparencia, imparcialidad e investigación.

Torres, C. (2021) exploró la transformación del periodismo analógico al digital en su tesis "La transformación del periodismo analógico en el entorno digital. El caso de los fanzines y la prensa especializada en rock". Este estudio cualitativo, explicativo y correlacional adoptó un método inductivo, siendo de campo y etnográfico. El objetivo era analizar las características

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

del periodismo amateur en fanzines de 1984-1986 y blogs en el siglo XXI. Se utilizaron entrevistas, historia de vida, análisis crítico del discurso e investigación documental. Los resultados indican una mayor diversificación y alcance en la prensa especializada en rock en el entorno digital, pero persisten desafíos como la continuidad y aprovechamiento pleno del multimedia.

Sánchez, P. (2022) investigó las "Nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021". Esta investigación aplicada tiene un enfoque cualitativo con un diseño de Teoría Fundamentada. El objetivo fue determinar las nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia. La muestra incluyó 10 periodistas profesionales seleccionados bajo criterios de inclusión. Se utilizaron entrevistas semiestructuradas y un cuestionario de 11 preguntas como método de recolección de datos. Los resultados destacan la importancia de que los periodistas dominen las tecnologías de la información (TIC), tengan conocimientos profesionales y técnicos, y posean habilidades para desempeñarse en la multiplataforma, especialmente en entornos digitales.

Bustamante, J. y Saavedra, A. (2023) llevaron a cabo la investigación "Medios digitales en el desarrollo del periodismo turístico en la región San Martín, 2022". Este estudio empleó un enfoque cualitativo y un diseño fenomenológico. El objetivo fue analizar el impacto de los medios digitales en el periodismo turístico de la región. La población estudiada incluyó especialistas en periodismo del lugar. Los resultados se obtuvieron a través de entrevistas y observaciones utilizando una guía de entrevistas y una ficha de observación. Los especialistas concluyeron que, a diferencia de los medios tradicionales, los medios digitales tienen un impacto significativo en el periodismo turístico de la Región San Martín, facilitando una mayor difusión de información sobre centros turísticos para generar interés entre los turistas.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

3.3. Internacional

Costa, M. (2022) realizó una investigación cualitativa acerca de "La Infografía en Medios Periodísticos: Del Papel al Dispositivo Digital", con un enfoque interpretativo para explorar la evolución de la infografía en medios periodísticos durante la transición del papel a los dispositivos digitales. La autora buscó comprender las transformaciones en la construcción de historias a través de la información gráfica tradicional y su adaptación a entornos digitales. El estudio incluyó más de doscientas imágenes informativas impresas entre 1995 y 2008, seleccionándose 39 para un análisis detallado. Adicionalmente, se examinaron 22 gráficos digitales entre 2010 y 2020. El método utilizado para obtener resultados fue un enfoque semiótico aplicado a casos seleccionados. Los hallazgos destacaron el cambio intrínseco del género de la información gráfica en la era digital, indicando la necesidad de continuar investigando sus formas en evolución. Esta investigación contribuyó al campo de la Comunicación al resaltar la dinámica cambiante de la información gráfica en respuesta a la digitalización de los medios.

Zalbidea, G. (2021) exploró en su tesis "El Periodismo Escrito en la Era Digital" los cambios experimentados por los profesionales de la información durante la era digital. El estudio, con enfoque cualitativo, se llevó a cabo en la Universidad de Deusto en el País Vasco, España, utilizando entrevistas en profundidad semiestructuradas y centrándose en la adaptación del periódico El Correo a la era digital. El objetivo principal fue comprender la evolución del trabajo periodístico en este contexto. La población de estudio incluyó empleados del periódico El Correo. La obtención de resultados se basó en entrevistas y revisión documental y teórica. Los hallazgos destacaron la necesidad de que las ediciones digitales asuman un papel central en el futuro del periodismo, dado el impacto de las nuevas herramientas en el trabajo de los periodistas.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Delgado et al. (2022) abordó en su artículo "Transformación del Periodismo hacia las Plataformas Digitales" la metamorfosis del periodismo desde un enfoque tradicional hacia el digital. La investigación se basó en una revisión académica centrada en temas teóricos relacionados con dicha transformación. Se recopilaron los datos a través de recursos electrónicos, usando fuentes como Google Académico respaldadas por descriptores certificados por el tesauro de la UNESCO. Los resultados y conclusiones enfatizan la complejidad de la transición, destacando que no se trata simplemente de cambiar de una versión impresa a una página web, sino de una transformación global del contenido, orientada a comprender al consumidor, diseñar la noticia de manera eficaz y utilizar elementos visuales impactantes.

López, X. y Vizoso, A. (2021) exploraron en su artículo "Periodismo de Alta Tecnología: Signo de los Tiempos Digitales del Tercer Milenio" la intersección entre el periodismo y la tecnología en la era digital. La investigación se centró en una aproximación al estado de la cuestión, analizando experiencias y delineando algunos de los desafíos presentes. Los resultados y conclusiones señalan una tendencia irreversible que plantea debates renovados sobre las amenazas y oportunidades en el complejo ecosistema comunicativo actual. La necesidad de respuestas para establecer modelos sostenibles destaca la importancia de garantizar la existencia de información periodística de calidad en este contexto cambiante.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

4.1. Técnica:

-La técnica aplicada para la recolección de datos de ambas variables fue la encuesta.

4.2. Instrumento:

- En el presente estudio de investigación, se aplicaron dos cuestionarios compuestos por un total de 36 preguntas.

5. CAMPO DE VERIFICACIÓN

5.1. Ubicación espacial:

- La presente investigación se desarrollará en la provincia de Arequipa.

5.2. Ubicación temporal:

- La investigación mantendrá un horizonte de tiempo del año 2024.

5.3. Unidades de estudio

2.3.1. Universo/corpus:

Las unidades de estudio fueron aquellos periodistas inscritos en el patrón de Colegio de Periodistas de Arequipa. Según las estadísticas de esta entidad, hasta febrero del 2024, se registró un total de 485 profesionales colegiados.

Fuente: CPA (Colegio de Periodistas de Arequipa)

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

2.3.2. Muestra/subcorpus:

Para establecer la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = N. Z^2. P. Q / (N-1). E^2 + Z^2. P.Q$$

$$n = \frac{485. (1.96)^2. 0.5. (1- 0.5)}{(485 – 1). (0.05)^2 + (1.96)^2 . 0.5. (1- 0.5)}$$

$$n = 214$$

N= Tamaño total de la población

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza

E= Margen de error

P= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado

Q= Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

La muestra obtenida después de aplicar la fórmula es de 214 periodistas a evaluar en la provincia de Arequipa.

6. ESTRATEGIAS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS

6.1. Criterios y procedimientos

6.1.1. Criterios de inclusión

- Periodistas inscritos en el Colegio de Periodistas de Arequipa.
- Periodistas de ambos géneros con más de 5 años de experiencia.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- Periodistas que acepten participar en la investigación.

6.1.2. Procedimientos

Dada la escasez de investigaciones previas sobre la relación entre las variables de estudio en el contexto de la migración de los medios periodísticos tradicionales a medios digitales, se encontraron limitaciones en los instrumentos disponibles. Por consiguiente, se optó por desarrollar nuevos instrumentos mediante la creación de ítems específicos para este estudio. Se diseñaron dos instrumentos separados, cada uno compuesto por 18 ítems, uno para cada variable.

Una vez validados los instrumentos, se informará a los periodistas sobre la investigación y se solicitará su participación mediante el consentimiento informado. Posteriormente, se procederá con la aplicación de los instrumentos. Los datos recolectados serán procesados utilizando el software estadístico SPSS 27. Para determinar la relación entre las variables del estudio, se aplicará el coeficiente de correlación de Spearman, adecuado para variables no paramétricas y escalas de tipo ordinal.

Para la presentación de los resultados, se utilizará el programa Excel para ajustar las tablas conforme a las normas de APA séptima edición. Este proceso garantizará la adecuada presentación e interpretación de los datos recolectados, asegurando la coherencia y precisión metodológica requerida en estudios académicos y de investigación.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

7. RESULTADOS

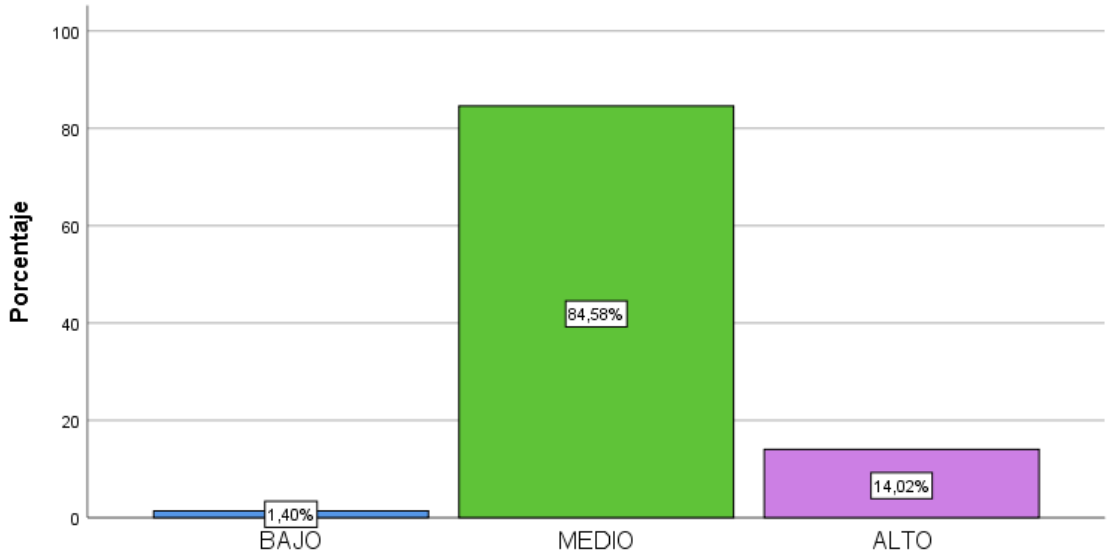
7.1. Estadística descriptiva

Tabla 1. *Nivel de medios periodísticos tradicionales*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	1.40 %
Medio	181	84.58 %
Alto	30	14.02 %
Total	214	100 %

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 1. *Nivel de medios periodísticos tradicionales*



Fuente: Elaboración propia 2024

Con respecto a los resultados, el 84.58 % de los periodistas evaluaron que los medios periodísticos tradicionales se encuentran en un nivel medio, lo que sugiere que estos medios cumplen con un estándar aceptable, aunque no necesariamente destacado, en términos de su

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

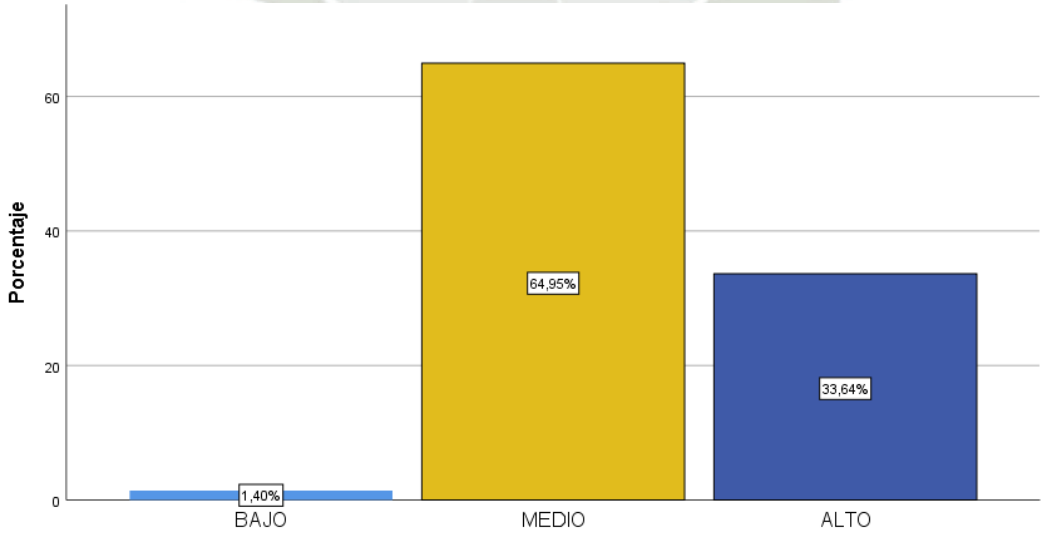
desempeño, relevancia o calidad percibida. Por su parte, un 14.02 % los calificaron en un nivel alto, indicando que una minoría de periodistas percibe que los medios tradicionales sobresalen en estos aspectos. Finalmente, solo un 1.40 % consideró que se encuentran en un nivel bajo, lo cual evidencia que el porcentaje de críticas severas hacia los medios tradicionales es mínimo, reflejando posiblemente una percepción general de estabilidad o suficiencia en su desempeño.

Tabla 2. *Nivel de medios periodísticos digitales*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	1.40 %
Medio	139	64.95 %
Alto	72	33.64 %
Total	214	100 %

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 2*. Nivel de medios periodísticos digitales*



Con respecto a los resultados, el 64.95 % de los periodistas evaluaron que los medios periodísticos digitales se encuentran en un nivel medio, lo que indica que una mayoría percibe

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

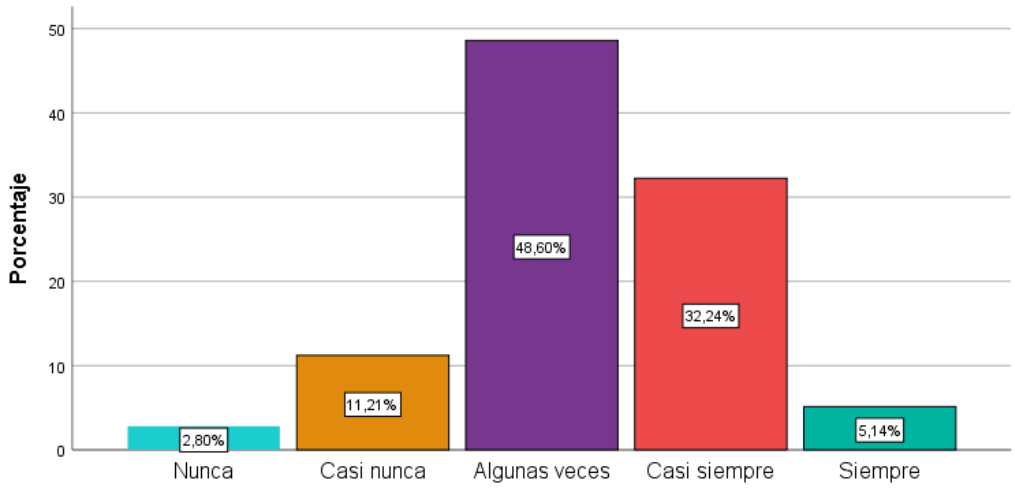
estos medios como adecuados, pero con espacio para mejoras. Por otro lado, el 33.64 % los calificaron en un nivel alto, lo que refleja una apreciación significativa de la calidad, innovación o relevancia de los medios digitales entre un sector considerable de periodistas. Finalmente, solo un 1.40 % los evaluó en un nivel bajo, lo que sugiere que las críticas hacia los medios digitales son mínimas y que su desempeño es ampliamente aceptado.

Tabla 3. *¿Considera que los medios periodísticos tradicionales cubren temas relevantes para los diversos grupos demográficos?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	2.8
Casi nunca	24	11.2
Algunas veces	104	48.6
Casi siempre	69	32.2
Siempre	11	5.1
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 3. *¿Considera que los medios periodísticos tradicionales cubren temas relevantes para los diversos grupos demográficos?*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 48.60 % de los evaluados (104 personas) considera que los medios periodísticos tradicionales solo cubren temas relevantes para diversos grupos demográficos en algunas ocasiones, lo que indica una percepción mayoritaria de cobertura parcial o inconsistente. Un 32.24 % (69 evaluados) opina que esta cobertura es casi siempre adecuada, reflejando una visión más positiva, aunque aún limitada. Por otro lado, un 11.21 % (24 evaluados) cree que casi nunca se abordan temas relevantes, y un 2.80 % (6 evaluados) considera que nunca lo hacen, lo que evidencia una crítica minoritaria pero presente hacia la falta de representatividad de estos medios. Finalmente, solo un 5.14 % (11 evaluados) afirma que los medios siempre cubren temas relevantes, lo que sugiere que solo una pequeña proporción percibe una cobertura constantemente satisfactoria.

Tabla 4. *¿Considera que los medios tradicionales satisfacen las necesidades informativas específicas de los usuarios?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	2.8
Casi nunca	37	17.3
Algunas veces	100	46.7
Casi siempre	54	25.2
Siempre	17	7.9
Total	214	100.0

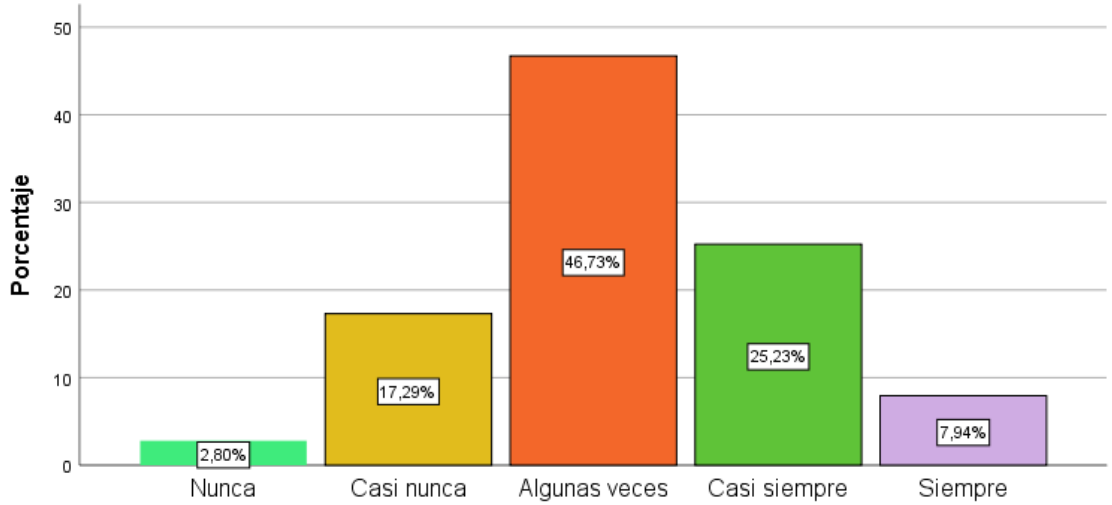
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 4. *¿Considera que los medios tradicionales satisfacen las necesidades informativas específicas de los usuarios?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 46.73 % de los evaluados (100 personas) considera que los medios periodísticos tradicionales satisfacen las necesidades informativas de los usuarios solo en algunas ocasiones, lo que señala una percepción predominante de insuficiencia o inconsistencia en la oferta informativa. Un 25.23 % (54 evaluados) indica que esta satisfacción se logra casi siempre, reflejando una visión más favorable pero aún minoritaria. Por otro lado, un 17.29 % (37 evaluados) cree que casi nunca satisfacen estas necesidades, mientras que un 2.80 % (6 evaluados) considera que nunca lo hacen, lo que destaca una crítica significativa, aunque no mayoritaria. Finalmente, solo un 7.94 % (17 evaluados) señala que los medios siempre cumplen con las necesidades informativas, indicando que apenas una pequeña proporción de usuarios percibe un nivel alto de satisfacción constante.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

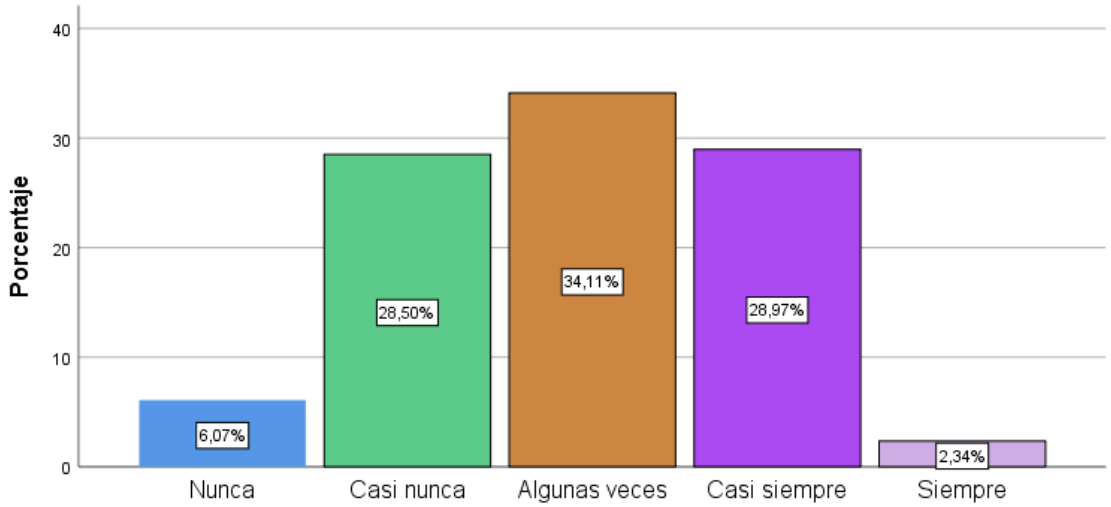
REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 5*. ¿Crees que los lectores valoran la consistencia y objetividad en la cobertura de noticias de los medios tradicionales?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	6.1
Casi nunca	61	28.5
Algunas veces	73	34.1
Casi siempre	62	29.0
Siempre	5	2.3
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 5. *¿Crees que los lectores valoran la consistencia y objetividad en la cobertura de noticias de los medios tradicionales?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 34.11 % de los evaluados (73 personas) considera que los lectores solo algunas veces valoran la consistencia y objetividad en la cobertura de noticias de los medios periodísticos tradicionales, lo que indica una percepción general de irregularidad en

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

estas cualidades. Un 28.97 % (62 evaluados) opina que los lectores casi siempre valoran estos aspectos, sugiriendo un nivel moderado de reconocimiento positivo. Sin embargo, un 28.50 % (61 evaluados) percibe que casi nunca lo hacen, y un 6.07 % (13 evaluados) considera que nunca, lo que refleja una crítica importante hacia la falta de consistencia y objetividad en la percepción del público. Por último, solo un 2.34 % (5 evaluados) indica que los lectores siempre valoran estas cualidades, evidenciando que pocos usuarios perciben a los medios tradicionales como constantemente confiables en este aspecto.

Tabla 6*. ¿Cuán probable es que los lectores continúen consumiendo noticias de los mismos medios tradicionales en el futuro?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	9	4.2
Casi nunca	91	42.5
Algunas veces	69	32.2
Casi siempre	43	20.1
Siempre	2	0.9
Total	214	100.0

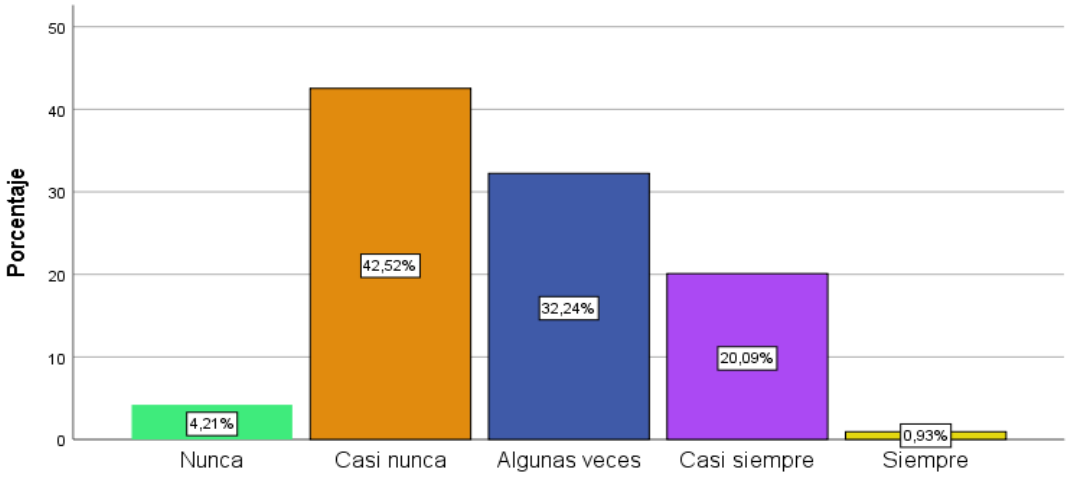
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 6. *¿Cuán probable es que los lectores continúen consumiendo noticias de los mismos medios tradicionales en el futuro?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados indican que el 42.52 % de los evaluados (91 personas) cree que los lectores casi nunca seguirán consumiendo noticias de los medios tradicionales en el futuro, lo que sugiere un fuerte escepticismo respecto a la sostenibilidad de estos medios frente a las cambiantes preferencias de los usuarios. Un 32.24 % (62 personas) opina que este consumo ocurrirá algunas veces, reflejando una percepción moderada pero todavía incierta sobre su relevancia futura. Por otro lado, un 20.09 % (43 personas) considera que los lectores casi siempre continuarán consumiendo noticias de los medios tradicionales, lo que indica cierta confianza en su permanencia. Sin embargo, un 4.21 % (9 personas) sostiene que nunca lo harán, mientras que apenas un 0.93 % (2 personas) cree que siempre lo harán, evidenciando que solo una minoría percibe un nivel de lealtad constante hacia estos medios.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

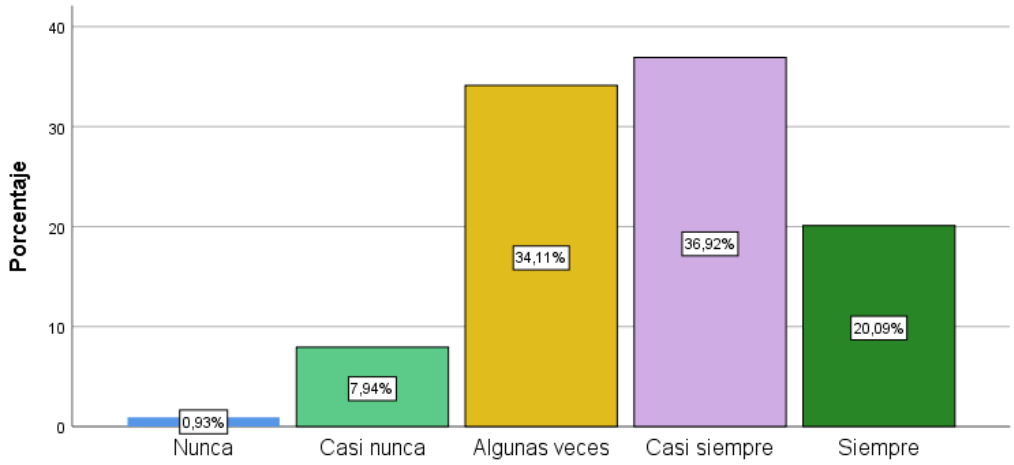
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 7. *¿Consideras que las preferencias personales de los lectores influyen en su elección de medios tradicionales?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	0.9
Casi nunca	17	7.9
Algunas veces	73	34.1
Casi siempre	79	36.9
Siempre	43	20.1
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 7. *¿Consideras que las preferencias personales de los lectores influyen en su elección de medios tradicionales?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 36.92 % de los evaluados (79 personas) considera que las preferencias personales de los lectores casi siempre influyen en la elección de medios tradicionales, lo que sugiere que estos factores juegan un rol significativo en la selección de

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

fuentes informativas. Un 34.11 % (73 evaluados) indica que esta influencia ocurre algunas veces, evidenciando que, aunque relevante, no siempre es determinante. Por otro lado, un 20.09 % (43 evaluados) percibe que las preferencias personales siempre influyen, lo que refuerza la importancia de los intereses individuales en este proceso. Sin embargo, un 7.94 % (17 evaluados) considera que estas preferencias casi nunca son un factor clave, mientras que un 0.93 % (2 evaluados) cree que nunca influyen, reflejando que, aunque minoritaria, existe una percepción de independencia frente a las preferencias personales en la elección de medios tradicionales.

Tabla 8. *¿Consideras que los medios tradicionales satisfacen las necesidades específicas de información y entretenimiento de sus lectores?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	9	4.2
Casi nunca	43	20.1
Algunas veces	118	55.1
Casi siempre	35	16.4
Siempre	9	4.2
Total	214	100.0

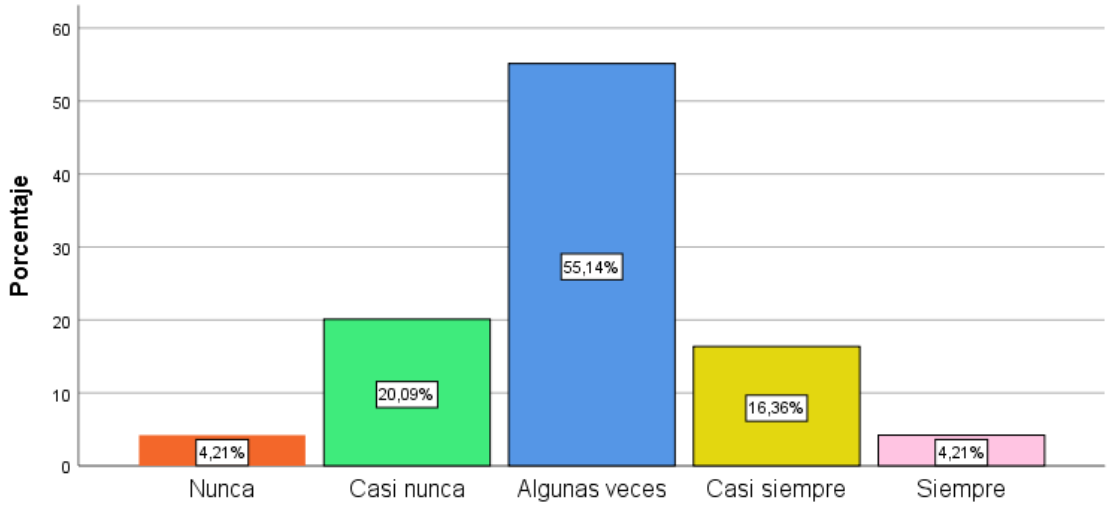
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 8. *¿Consideras que los medios tradicionales satisfacen las necesidades específicas de información y entretenimiento de sus lectores*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 55.14 % de los evaluados (118 personas) considera que los medios tradicionales satisfacen solo algunas veces las necesidades de información y entretenimiento de sus lectores, lo que refleja una percepción predominante de desempeño intermitente en estos aspectos. Un 20.09 % (43 evaluados) opina que casi nunca cumplen con estas expectativas, lo que evidencia una crítica significativa hacia su capacidad de satisfacer estas demandas. Por otro lado, un 16.36 % (35 evaluados) percibe que los medios tradicionales casi siempre logran satisfacer estas necesidades, sugiriendo un reconocimiento positivo pero minoritario. Finalmente, un 4.21 % (9 evaluados) sostiene que nunca lo hacen, mientras que un grupo similar del 4.21 % (9 evaluados) considera que siempre lo logran, mostrando opiniones extremas que, aunque reducidas, subrayan la diversidad de percepciones entre los lectores.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

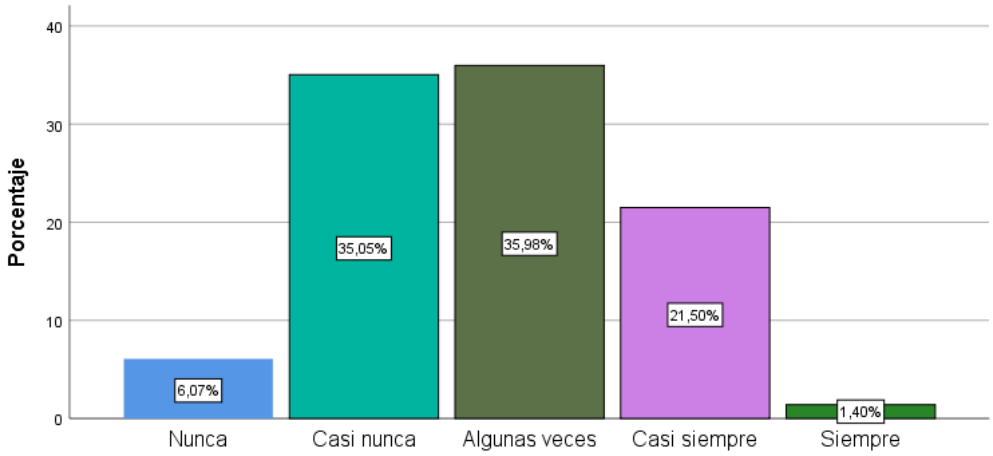
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 9. *¿Consideras que los medios periodísticos tradicionales son transparentes en cuanto a sus agendas editoriales y sesgos?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	6.1
Casi nunca	75	35.0
Algunas veces	77	36.0
Casi siempre	46	21.5
Siempre	3	1.4
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 9. *¿Consideras que los medios periodísticos tradicionales son transparentes en cuanto a sus agendas editoriales y sesgos?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 35.98 % de los evaluados (77 personas) considera que los medios tradicionales son transparentes en cuanto a sus agendas editoriales y sesgos solo algunas veces, lo que refleja una percepción predominante de falta de consistencia en su apertura hacia estos temas. Un 35.05 % (75 evaluados) indica que casi nunca son transparentes, destacando una crítica importante hacia su comunicación sobre agendas y posibles sesgos. Por

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

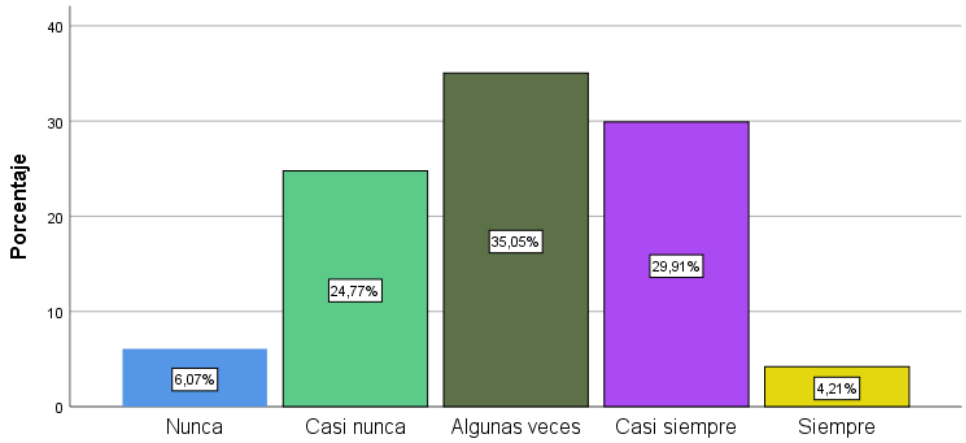
otro lado, un 21.50 % (46 evaluados) percibe que casi siempre muestran transparencia, sugiriendo que una proporción significativa pero minoritaria valora positivamente este aspecto. Finalmente, un 6.07 % (13 evaluados) opina que nunca son transparentes, mientras que un grupo muy reducido, el 1.40 % (3 evaluados), considera que siempre lo son, evidenciando una amplia diversidad de opiniones con un predominio de posturas críticas.

Tabla 10. *¿Confías en la claridad con la que los medios tradicionales divulgan sus fuentes y métodos de obtención de información?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	6.1
Casi nunca	53	24.8
Algunas veces	75	35.0
Casi siempre	64	29.9
Siempre	9	4.2
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 10*. ¿Confías en la claridad con la que los medios tradicionales divulgan sus fuentes y métodos de obtención de información?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Los resultados muestran que el 35.05 % de los evaluados (75 personas) considera que los medios tradicionales confían en la claridad con la que divulgan sus fuentes y métodos de obtención de información solo algunas veces, lo que refleja una percepción de transparencia intermitente y un posible escepticismo sobre su disposición a ser claros en este aspecto. Un 29.91 % (64 evaluados) indica que casi siempre confían en esa claridad, sugiriendo que una proporción significativa valora positivamente este aspecto, aunque no de manera universal. Además, un 24.77 % (53 evaluados) percibe que los medios tradicionales casi nunca son claros en cuanto a sus fuentes y métodos, lo que subraya una crítica considerable sobre la falta de transparencia. Un 6.07 % (13 evaluados) considera que nunca divulgan claramente sus fuentes y métodos, y un 4.21 % (9 evaluados) sostiene que siempre lo hacen, lo que indica que, aunque minoritaria, existe una pequeña proporción que percibe un nivel alto de claridad y confianza en estos medios.

Tabla 11. *¿Consideras que los medios periodísticos tradicionales verifican la veracidad de la información antes de publicarla?*

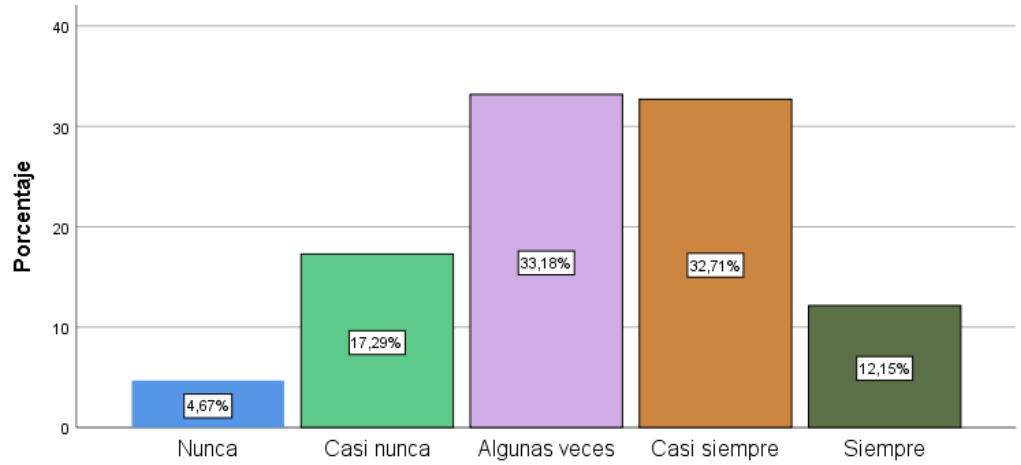
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	4.7
Casi nunca	37	17.3
Algunas veces	71	33.2
Casi siempre	70	32.7
Siempre	26	12.1
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 11. *¿Consideras que los medios periodísticos tradicionales verifican la veracidad de la información antes de publicarla?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 33.18 % de los evaluados (71 personas) considera que los medios periodísticos tradicionales verifican la veracidad de la información solo algunas veces antes de publicarla, lo que refleja una percepción de inconsistencia en su proceso de verificación. Un 32.71 % (70 evaluados) opina que casi siempre verifican la información, sugiriendo que una proporción significativa confía en la rigurosidad de estos medios, aunque aún existen dudas sobre su consistencia. Además, un 17.29 % (37 evaluados) percibe que casi nunca se lleva a cabo una verificación adecuada, lo que señala una crítica importante hacia la falta de fiabilidad en algunos casos. Un 12.15 % (26 evaluados) considera que siempre se verifica la veracidad de la información, lo que subraya una percepción positiva, aunque minoritaria, sobre el compromiso de estos medios con la exactitud. Finalmente, un 4.67 % (10 evaluados) cree que nunca se realiza esta verificación, reflejando una postura crítica hacia la credibilidad de los medios tradicionales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

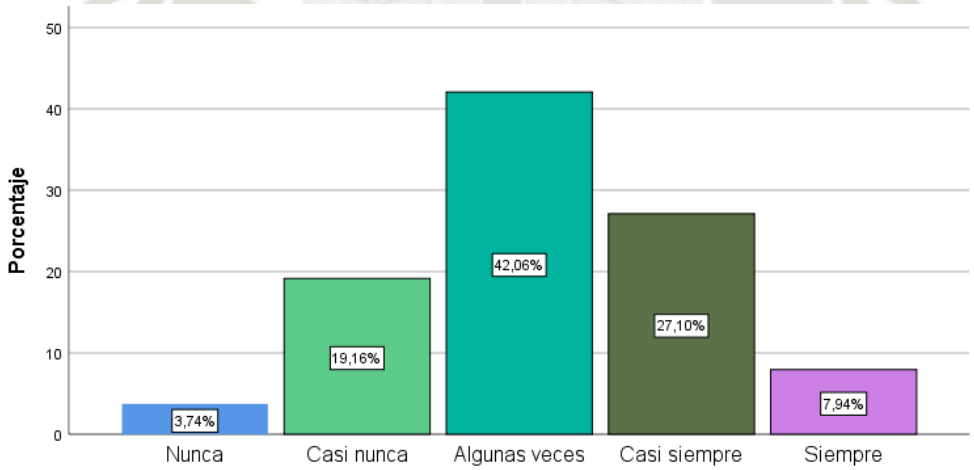
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 12. *¿Confías en la precisión de las fuentes utilizadas por los medios tradicionales en sus reportajes?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	3.7
Casi nunca	41	19.2
Algunas veces	90	42.1
Casi siempre	58	27.1
Siempre	17	7.9
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 12. *¿Confías en la precisión de las fuentes utilizadas por los medios tradicionales en sus reportajes**?***



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 42.06 % de los evaluados (90 personas) considera que algunas veces confían en la precisión de las fuentes utilizadas por los medios tradicionales en sus reportajes, lo que sugiere que, en general, existe una percepción de incertidumbre sobre la fiabilidad de las fuentes en estos medios. Un 27.10 % (58 evaluados) indica que casi siempre

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

confían en la precisión de estas fuentes, lo que refleja una confianza significativa, aunque no generalizada. Además, un 19.16 % (41 evaluados) percibe que casi nunca se puede confiar en la precisión de las fuentes, lo que subraya una preocupación considerable sobre la calidad de la información proporcionada. Un 7.94 % (17 evaluados) considera que siempre confían en la precisión de las fuentes, lo que destaca una pequeña pero positiva visión sobre la fiabilidad de los medios tradicionales. Finalmente, un 3.74 % (8 evaluados) opina que nunca se puede confiar en la precisión de las fuentes, lo que refleja una postura crítica y escéptica frente a la cobertura de los medios tradicionales.

Tabla 13. *¿Consultas la reputación y credibilidad de un medio antes de confiar en su información como fuente?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	2.3
Casi nunca	9	4.2
Algunas veces	51	23.8
Casi siempre	70	32.7
Siempre	79	36.9
Total	214	100.0

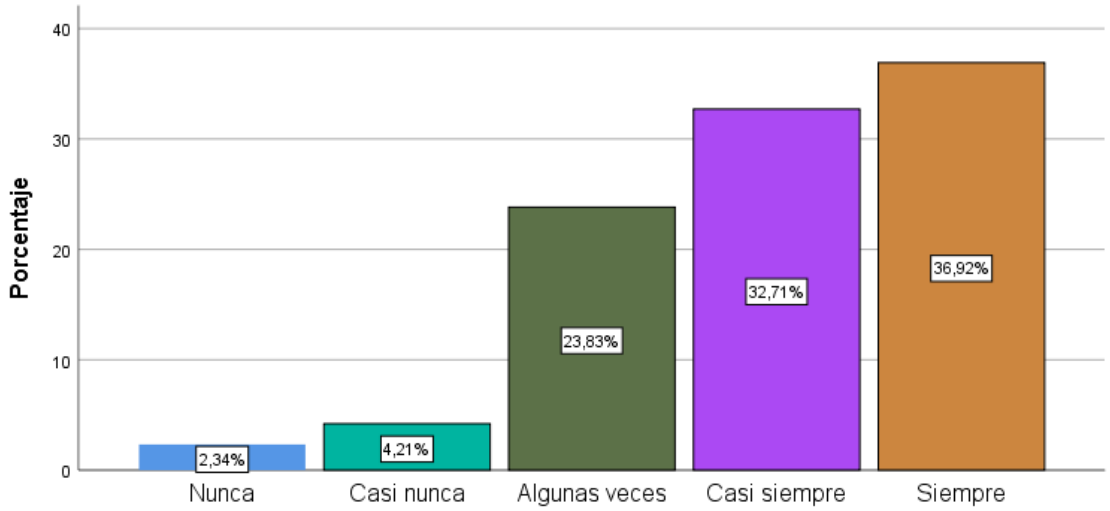
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 13. *¿Consultas la reputación y credibilidad de un medio antes de confiar en su información como fuente?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 36.92 % de los evaluados (79 personas) considera que siempre consulta la reputación y credibilidad de un medio antes de confiar en su información como fuente, lo que indica una actitud responsable y crítica hacia la veracidad de los medios. Un 32.71 % (70 evaluados) indica que casi siempre lo hace, sugiriendo que una proporción significativa de los usuarios toma en cuenta estos factores con regularidad, pero no de manera constante. Además, un 23.83 % (51 evaluados) percibe que consulta la reputación de los medios solo algunas veces, lo que refleja una menor prioridad dada a la credibilidad en ciertos casos. Por otro lado, un 4.21 % (9 evaluados) señala que casi nunca consulta estos aspectos, y un grupo minoritario del 2.34 % (5 evaluados) considera que nunca lo hace, lo que subraya la existencia de un pequeño segmento de usuarios que no prestan atención a la fiabilidad de los medios antes de consumir su información.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

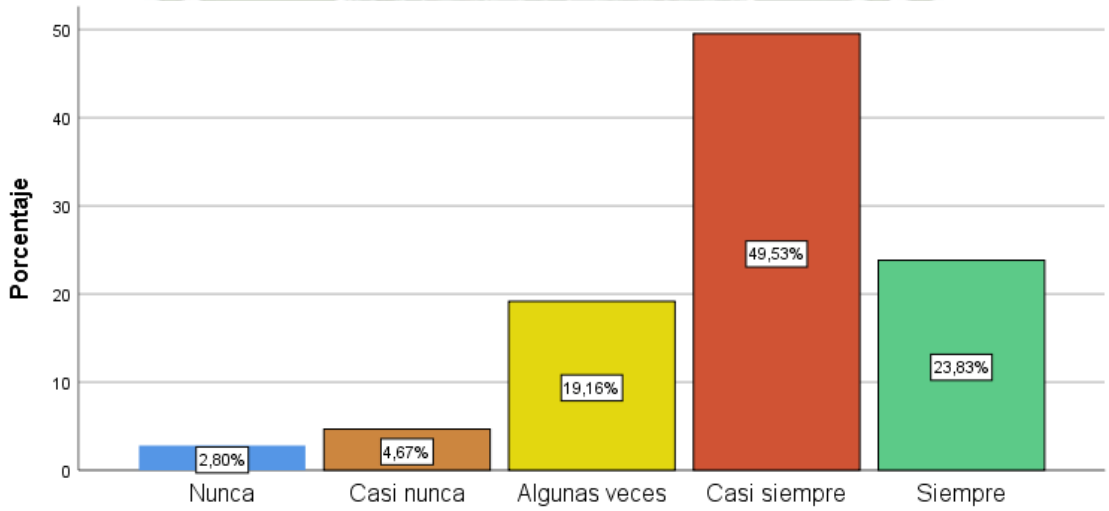
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 14. *¿Consideras que la reputación de un medio periodístico tradicional afecta su capacidad para influir en la opinión pública?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	2.8
Casi nunca	10	4.7
Algunas veces	41	19.2
Casi siempre	106	49.5
Siempre	51	23.8
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 14*. ¿Consideras que la reputación de un medio periodístico tradicional afecta su capacidad para influir en la opinión pública?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 49.53 % de los evaluados (106 personas) considera que casi siempre la reputación de un medio periodístico tradicional afecta su capacidad para influir en la opinión pública, lo que refleja una percepción generalizada de que la confianza en los medios

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

tiene un impacto considerable en su influencia. Un 23.83 % (51 evaluados) indica que siempre lo hace, destacando una visión aún más firme sobre la relación entre reputación y poder de influencia. Además, un 19.16 % (41 evaluados) percibe que la reputación afecta la influencia solo algunas veces, lo que sugiere que, aunque importante, este factor no es considerado decisivo en todos los casos. Por otro lado, un 4.67 % (10 evaluados) indica que casi nunca la reputación tiene este impacto, y un pequeño grupo minoritario del 2.80 % (6 evaluados) considera que nunca influye en la capacidad del medio para moldear la opinión pública, lo que refleja una postura escéptica hacia la relevancia de la reputación en la influencia mediática.

Tabla 15. *¿Con qué frecuencia percibes que los medios periodísticos tradicionales están disponibles en lugares públicos, como quioscos o bibliotecas?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	2.3
Casi nunca	13	6.1
Algunas veces	50	23.4
Casi siempre	105	49.1
Siempre	41	19.2
Total	214	100.0

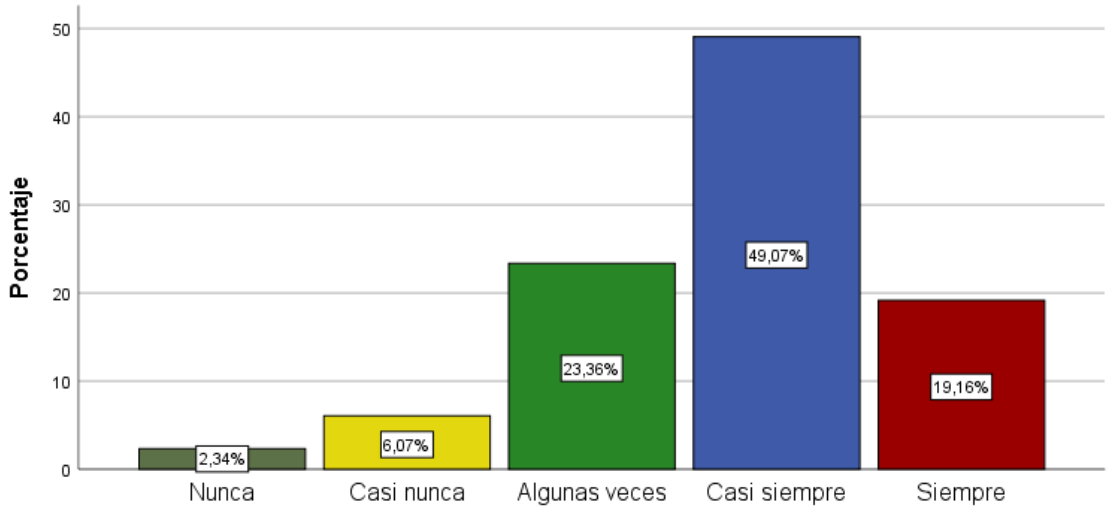
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 15. *¿Con qué frecuencia percibes que los medios periodísticos tradicionales están disponibles en lugares públicos, como quioscos o bibliotecas?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 49.07 % de los evaluados (105 personas) considera que casi siempre percibe que los medios periodísticos tradicionales están disponibles en lugares públicos, lo que indica una percepción generalizada de accesibilidad de estos medios en el espacio público. Un 23.36 % (50 evaluados) indica que los encuentra disponibles solo algunas veces, lo que refleja una disponibilidad menos constante en ciertos contextos. Además, un 19.16 % (41 evaluados) considera que los medios tradicionales están siempre presentes en estos lugares, lo que refuerza la idea de su accesibilidad continua en espacios públicos. Por otro lado, un 6.07 % (13 evaluados) percibe que casi nunca están disponibles, y un pequeño grupo minoritario del 2.34 % (5 evaluados) considera que nunca se encuentran en estos lugares, sugiriendo que, aunque escasa, existe una percepción de exclusión de estos medios en ciertos espacios públicos.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

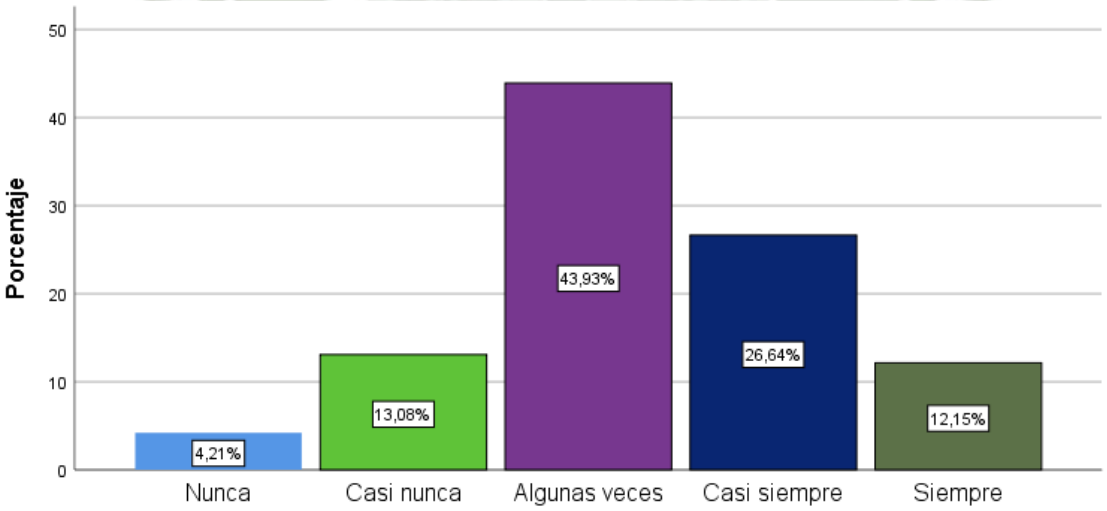
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 16. *¿Cuánto crees que la disponibilidad física de los medios tradicionales afecta la accesibilidad de la información para su audiencia?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	9	4.2
Casi nunca	28	13.1
Algunas veces	94	43.9
Casi siempre	57	26.6
Siempre	26	12.1
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 16*. ¿Cuánto crees que la disponibilidad física de los medios tradicionales afecta la accesibilidad de la información para su audiencia?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 43.93 % de los evaluados (94 personas) considera que algunas veces la disponibilidad física de los medios tradicionales afecta la accesibilidad de la información para su audiencia, lo que sugiere que la presencia física de estos medios tiene una influencia moderada sobre el acceso a la información. Un 26.64 % (57 evaluados) opina que

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

esta disponibilidad afecta la accesibilidad casi siempre, lo que indica que una proporción significativa de los evaluados ve una relación consistente entre la presencia física de los medios y su capacidad para acceder a la información. Además, un 12.15 % (26 evaluados) percibe que siempre existe una relación directa entre la disponibilidad física y la accesibilidad de la información. Por otro lado, un 13.08 % (28 evaluados) indica que casi nunca la disponibilidad física tiene un impacto en la accesibilidad, y un grupo minoritario del 4.21 % (9 evaluados) considera que nunca ocurre, lo que refleja una visión escéptica sobre la influencia de la presencia física de los medios en la facilidad para acceder a la información.

Tabla 17. *¿Cuánto utilizas las plataformas en línea de los medios periodísticos tradicionales para publicar y distribuir noticias?*

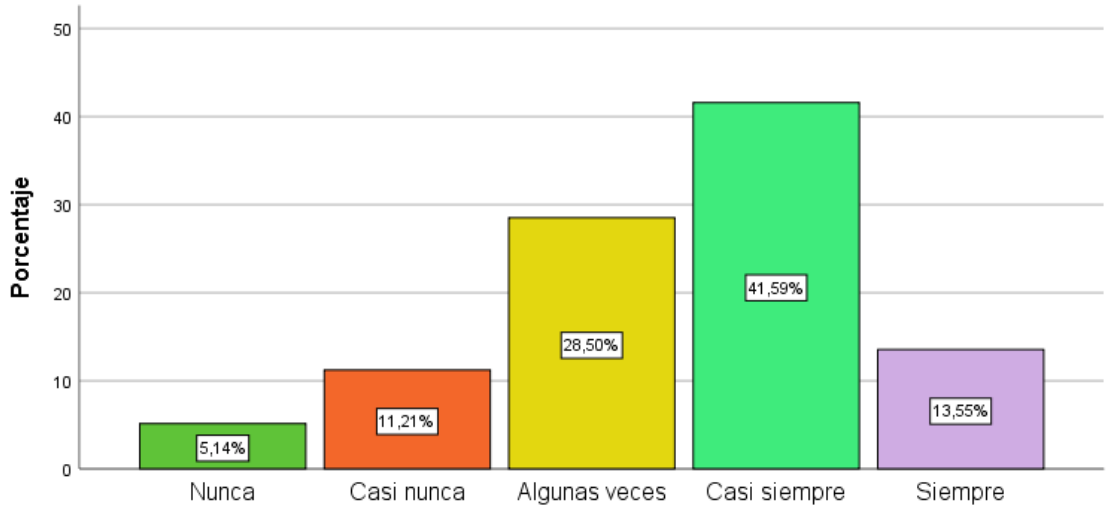
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	5.1
Casi nunca	24	11.2
Algunas veces	61	28.5
Casi siempre	89	41.6
Siempre	29	13.6
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 17. *¿Cuánto utilizas las plataformas en línea de los medios periodísticos tradicionales para publicar y distribuir noticias?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 41.59 % de los evaluados (89 personas) considera que casi siempre utiliza las plataformas en línea de los medios periodísticos tradicionales para publicar y distribuir noticias, lo que indica una fuerte tendencia hacia la utilización de estos medios digitales para la difusión de información. Un 28.50 % (61 evaluados) indica que las usa solo algunas veces, lo que refleja un uso moderado, pero no constante de estas plataformas. Además, un 13.55 % (29 evaluados) percibe que siempre emplea estas plataformas, lo que resalta una relación continua y directa con los medios digitales. Por otro lado, un 11.21 % (24 evaluados) señala que casi nunca las utiliza, y un pequeño grupo minoritario del 5.14 % (11 evaluados) considera que nunca recurre a estas plataformas, sugiriendo que una pequeña fracción de la audiencia no interactúa con los medios tradicionales a través de sus canales en línea.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

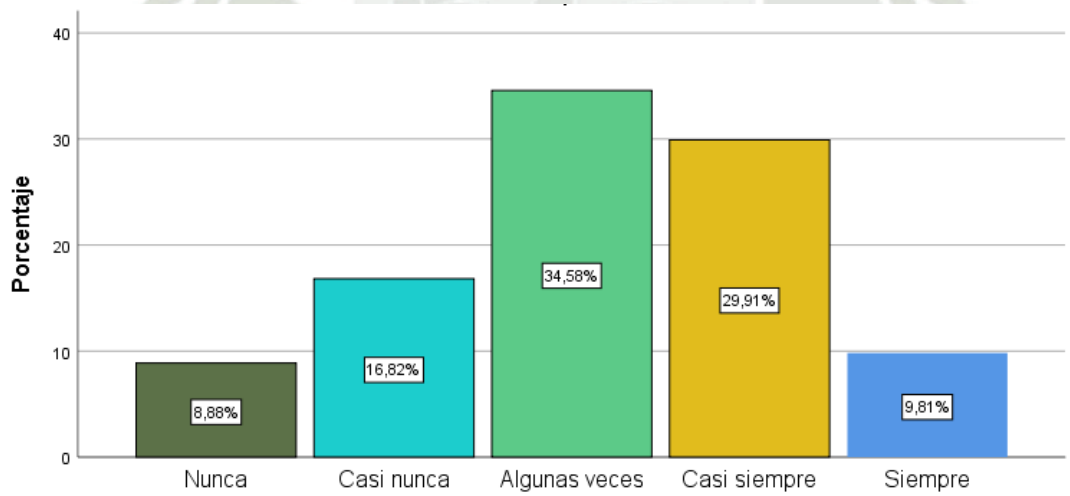
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 18. *¿Consideras que la calidad de la información en línea de los medios tradicionales es comparable a la versión impresa?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	19	8.9
Casi nunca	36	16.8
Algunas veces	74	34.6
Casi siempre	64	29.9
Siempre	21	9.8
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 18. *¿Consideras que la calidad de la información en línea de los medios tradicionales es comparable a la versión impresa?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 34.58 % de los evaluados (74 personas) considera que algunas veces la calidad de la información en línea de los medios tradicionales es comparable a la versión impresa, lo que sugiere que, en general, los usuarios perciben una calidad variable entre ambos formatos. Un 29.91 % (64 evaluados) opina que casi siempre la calidad en línea se

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

asemeja a la de la versión impresa, lo que refleja una percepción positiva y consistente sobre la calidad digital de los medios tradicionales. Además, un 16.82 % (36 evaluados) percibe que casi nunca la calidad en línea alcanza el nivel de la versión impresa, lo que destaca una crítica hacia la información digital de estos medios. Un 9.81 % (21 evaluados) considera que siempre la calidad en línea es comparable a la impresa, lo que subraya una visión más positiva, aunque minoritaria, sobre la equivalencia entre ambos formatos. Finalmente, un 8.88 % (19 evaluados) opina que nunca la calidad en línea es comparable a la versión impresa, sugiriendo una percepción negativa y una clara distinción entre ambos formatos.

Tabla 19. *¿Consideras que los precios de los medios periodísticos tradicionales son justos en comparación con la calidad de la información que ofrecen?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	3.3
Casi nunca	34	15.9
Algunas veces	57	26.6
Casi siempre	105	49.1
Siempre	11	5.1
Total	214	100.0

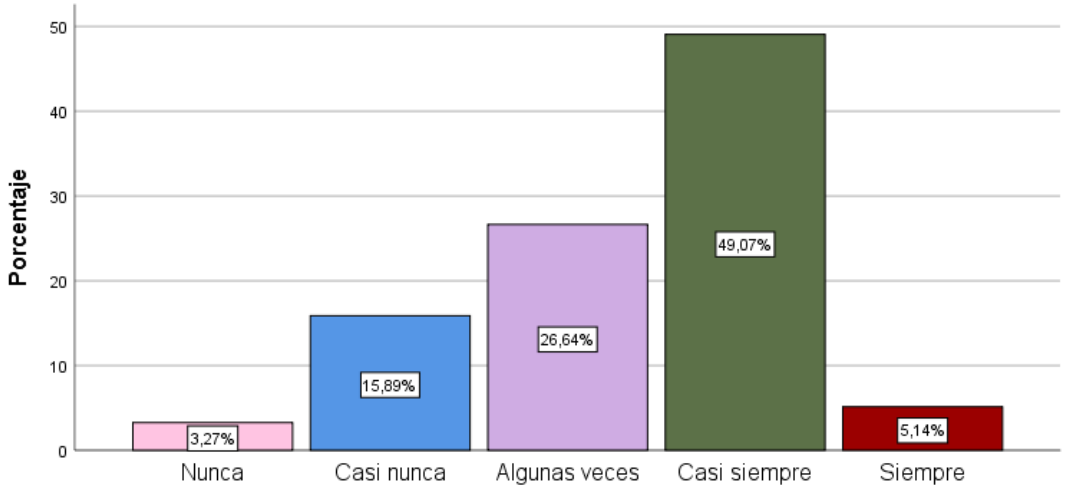
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 19. *¿Consideras que los precios de los medios periodísticos tradicionales son justos en comparación con la calidad de la información que ofrecen?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 49.07 % de los evaluados (105 personas) considera que casi siempre los precios de los medios periodísticos tradicionales son justos en comparación con la calidad de la información que ofrecen, lo que refleja una percepción generalmente positiva sobre la relación calidad-precio en estos medios. Un 26.64 % (57 evaluados) opina que los precios son justos solo algunas veces, lo que sugiere que, aunque en general se percibe una relación adecuada, no siempre se considera equilibrada. Además, un 15.89 % (34 evaluados) percibe que casi nunca los precios son justos en relación con la calidad de la información, lo que destaca una crítica significativa hacia la rentabilidad de estos medios en cuanto al valor que proporcionan. Un 5.14 % (11 evaluados) considera que siempre los precios son justos, sugiriendo una percepción muy positiva, aunque minoritaria. Finalmente, un pequeño grupo del 3.27 % (7 evaluados) considera que nunca los precios son justos, lo que refleja una postura crítica y escéptica respecto a la relación entre los costos y la calidad de la información ofrecida por los medios tradicionales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

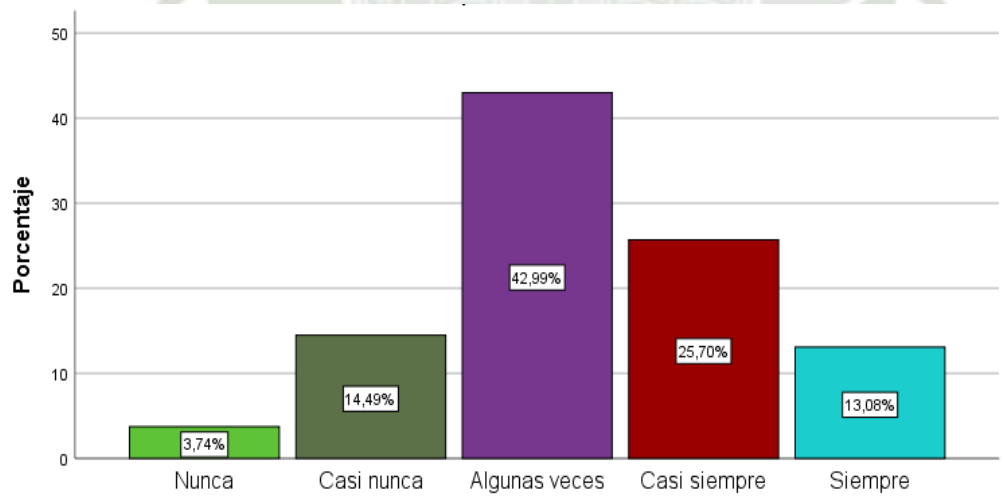
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 20. *¿Crees que la asequibilidad de los medios periodísticos tradicionales afecta su alcance y relevancia para la audiencia?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	3.7
Casi nunca	31	14.5
Algunas veces	92	43.0
Casi siempre	55	25.7
Siempre	28	13.1
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 20. *¿Crees que la asequibilidad de los medios periodísticos tradicionales afecta su alcance y relevancia para la audiencia?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 42.99 % de los evaluados (92 personas) considera que algunas veces la asequibilidad de los medios periodísticos tradicionales afecta su alcance y relevancia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

para la audiencia, lo que indica que la disponibilidad económica de estos medios tiene un impacto variable en su capacidad para llegar a una audiencia amplia. Un 25.70 % (55 evaluados) opina que casi siempre la asequibilidad influye en este aspecto, lo que refleja una percepción de que la capacidad económica de acceder a estos medios tiene una relación directa y constante con su alcance. Además, un 14.49 % (31 evaluados) percibe que casi nunca la asequibilidad afecta el alcance, sugiriendo que, en su experiencia, otros factores son más determinantes. Un 13.08 % (28 evaluados) considera que siempre la asequibilidad afecta este alcance, lo que resalta una visión más comprometida con la idea de que los costos impactan de manera significativa la relevancia de los medios. Finalmente, un pequeño grupo del 3.74 % (8 evaluados) cree que nunca la asequibilidad tiene efecto en el alcance y relevancia, lo que refleja una postura menos influenciada por los factores económicos.

Tabla 21. *¿Consideras que los usuarios prefieren consumir periodismo digital porque encuentran mayor cantidad de contenido multimedia en comparación con los medios tradicionales?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	1.9
Casi nunca	7	3.3
Algunas veces	54	25.2
Casi siempre	106	49.5
Siempre	43	20.1
Total	214	100.0

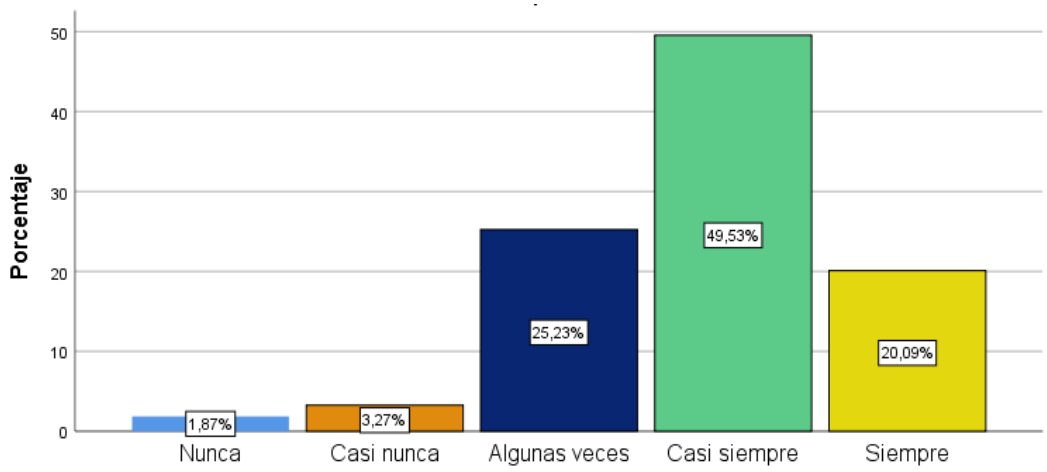
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 21. *¿Consideras que los usuarios prefieren consumir periodismo digital porque encuentran mayor cantidad de contenido multimedia en comparación con los medios tradicionales?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 49.53 % de los evaluados (106 personas) considera que casi siempre los usuarios prefieren consumir periodismo digital debido a la mayor cantidad de contenido multimedia disponible, lo que indica una clara preferencia por los medios digitales que ofrecen formatos visuales y multimedia más variados. Un 25.23 % (54 evaluados) indica que los usuarios prefieren este tipo de periodismo solo algunas veces, lo que sugiere que, aunque el contenido multimedia es un factor importante, no siempre es decisivo. Además, un 20.09 % (43 evaluados) percibe que siempre existe esta preferencia por el contenido multimedia en el periodismo digital, destacando la importancia de los elementos visuales y multimedia en la experiencia informativa. Por otro lado, un 3.27 % (7 evaluados) indica que casi nunca los usuarios prefieren periodismo digital por esta razón, y un pequeño grupo minoritario del 1.87 % (4 evaluados) considera que nunca ocurre, lo que refleja una postura más tradicional respecto a las preferencias de los usuarios en cuanto a los formatos informativos.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

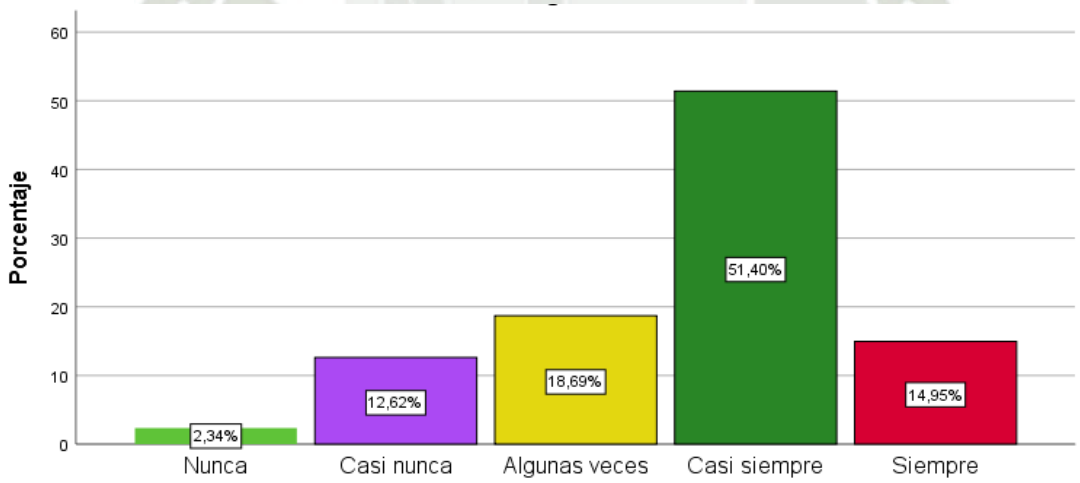
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 22. *¿Crees que es la presencia de contenido multimedia mejora la experiencia de lectura en los medios digitales?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	2.3
Casi nunca	27	12.6
Algunas veces	40	18.7
Casi siempre	110	51.4
Siempre	32	15.0
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 22. *¿Crees que es la presencia de contenido multimedia mejora la experiencia de lectura en los medios digitales?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 51.40 % de los evaluados (110 personas) considera que casi siempre la presencia de contenido multimedia mejora la experiencia de lectura en los medios digitales, lo que refleja una fuerte preferencia por los elementos visuales y multimedia como factores clave en la mejora de la interacción con los contenidos. Un 18.69 % (40 evaluados) indica que esto ocurre solo algunas veces, sugiriendo que, aunque la multimedia es valorada,

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

no siempre es un factor determinante en la calidad de la experiencia de lectura. Además, un 14.95 % (32 evaluados) percibe que siempre el contenido multimedia mejora la experiencia, lo que resalta una visión muy positiva sobre la influencia de estos elementos en la lectura digital. Por otro lado, un 12.62 % (27 evaluados) indica que casi nunca se experimenta una mejora significativa, y un pequeño grupo minoritario del 2.34 % (5 evaluados) considera que nunca el contenido multimedia tiene un impacto positivo en la experiencia, lo que sugiere una percepción negativa o irrelevante de estos elementos en su interacción con los medios digitales.

Tabla 23. *¿Consideras que los medios periodísticos digitales incluyen una amplia gama de fuentes en sus noticias?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	23	10.7
Casi nunca	47	22.0
Algunas veces	82	38.3
Casi siempre	44	20.6
Siempre	18	8.4
Total	214	100.0

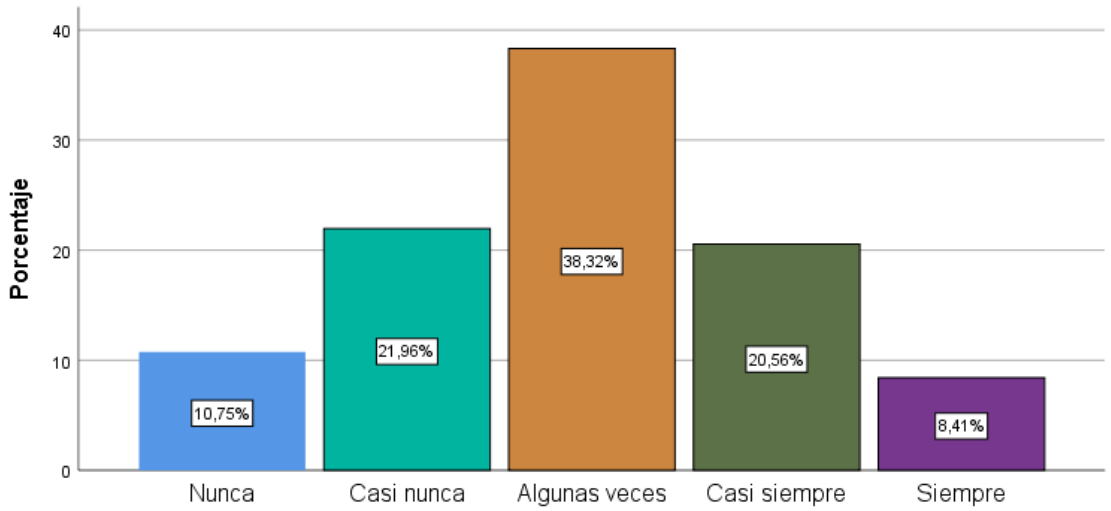
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 23. ¿Consideras que los medios periodísticos digitales incluyen una amplia gama de fuentes en sus noticias?



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 38.32 % de los evaluados (82 personas) considera que algunas veces los medios periodísticos digitales incluyen una amplia gama de fuentes en sus noticias, lo que sugiere que, en general, hay una diversidad moderada en las fuentes, aunque no siempre es una práctica consistente. Un 21.96 % (47 evaluados) indica que casi nunca se incluyen diversas fuentes, lo que refleja una percepción de falta de pluralidad en la información proporcionada por estos medios. Además, un 20.56 % (44 evaluados) percibe que casi siempre los medios digitales incluyen una variedad de fuentes, destacando la importancia de la diversidad informativa en estos formatos. Por otro lado, un 10.75 % (23 evaluados) indica que nunca se incluyen múltiples fuentes, lo que subraya una crítica hacia la falta de diversidad en la cobertura informativa. Finalmente, un pequeño grupo minoritario del 8.41 % (18 evaluados) considera que siempre se utilizan una amplia gama de fuentes, lo que indica una visión positiva pero menos generalizada sobre la pluralidad informativa en los medios digitales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

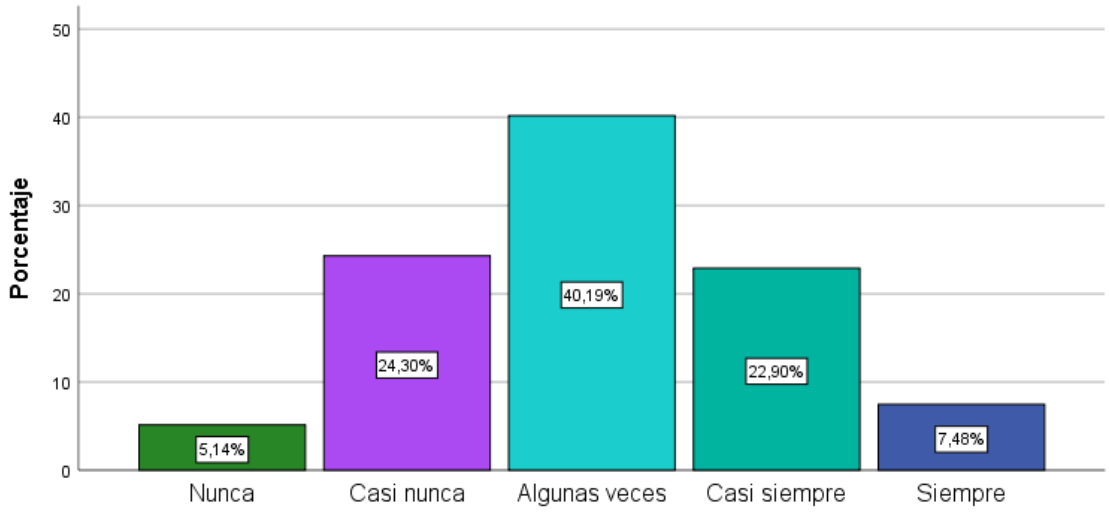
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 24. *¿Crees que los medios digitales garantizan la veracidad y credibilidad de las diversas fuentes que utilizan?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	5.1
Casi nunca	52	24.3
Algunas veces	86	40.2
Casi siempre	49	22.9
Siempre	16	7.5
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 24*. ¿Crees que los medios digitales garantizan la veracidad y credibilidad de las diversas fuentes que utilizan?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 40.19 % de los evaluados (86 personas) considera que algunas veces los medios digitales garantizan la veracidad y credibilidad de las diversas fuentes que utilizan, lo que sugiere una percepción general de que, en ocasiones, los medios digitales no cumplen de manera consistente con los estándares de verificación. Un 24.30 % (52 evaluados)

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

indica que casi nunca se garantiza la veracidad de las fuentes, lo que refleja una crítica significativa hacia la fiabilidad de la información en estos medios. Además, un 22.90 % (49 evaluados) percibe que casi siempre los medios digitales aseguran la credibilidad de sus fuentes, lo que muestra una visión relativamente positiva sobre la verificación de la información en estos formatos. Por otro lado, un 7.48 % (16 evaluados) indica que siempre se garantiza esta veracidad, lo que subraya una confianza más fuerte pero minoritaria en los estándares de los medios digitales. Finalmente, un pequeño grupo del 5.14 % (11 evaluados) considera que nunca se garantiza la credibilidad de las fuentes, lo que refleja una visión muy negativa sobre la transparencia y fiabilidad de la información proporcionada por estos medios.

Tabla 25. *¿Qué tan importante crees que es la adaptabilidad al consumo móvil para la accesibilidad de la información en la era digital?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	0.5
Casi nunca	1	0.5
Algunas veces	46	21.5
Casi siempre	103	48.1
Siempre	63	29.4
Total	214	100.0

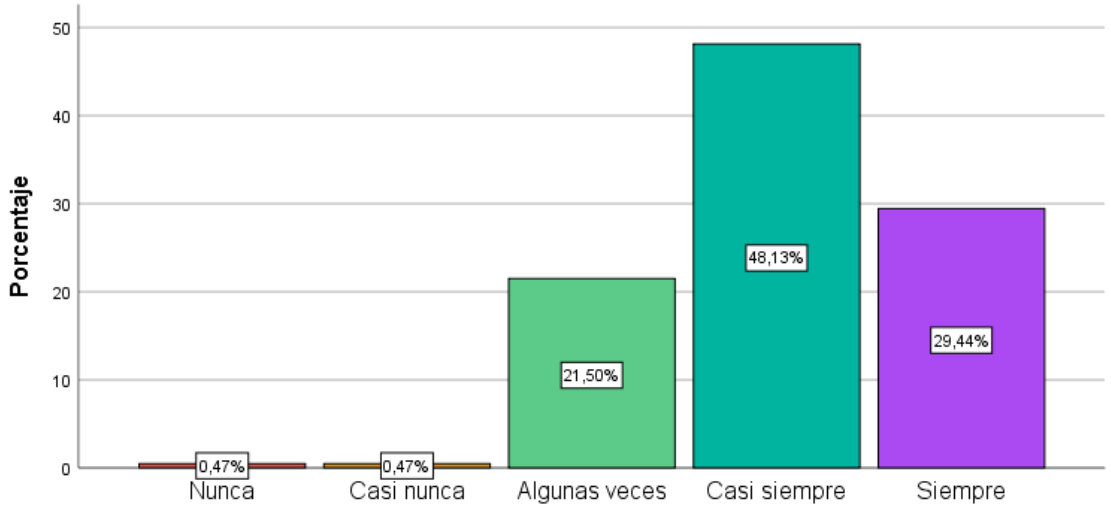
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 25. *¿Qué tan importante crees que es la adaptabilidad al consumo móvil para la accesibilidad de la información en la era digital?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 48.13 % de los evaluados (103 personas) considera que casi siempre es importante la adaptabilidad al consumo móvil para la accesibilidad de la información en la era digital, lo que refleja una fuerte opinión de que la capacidad de acceder a contenido de manera óptima en dispositivos móviles es un factor crucial en la actualidad. Un 29.44 % (63 evaluados) indica que siempre es importante esta adaptabilidad, lo que destaca una visión consistente de que los medios digitales deben ser plenamente compatibles con los dispositivos móviles para garantizar una buena experiencia de usuario. Además, un 21.50 % (46 evaluados) percibe que la adaptabilidad es importante solo algunas veces, sugiriendo que, aunque reconocen su relevancia, no siempre la consideran un factor determinante. Por otro lado, un 0.47 % (1 evaluado) indica que casi nunca es relevante esta adaptabilidad, lo que refleja una postura minoritaria y poco representativa. Finalmente, un grupo similar del 0.47 % (1 evaluado) considera que nunca es importante, lo que indica una visión muy marginal de que el consumo móvil no juega un papel esencial en la accesibilidad de la información digital.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

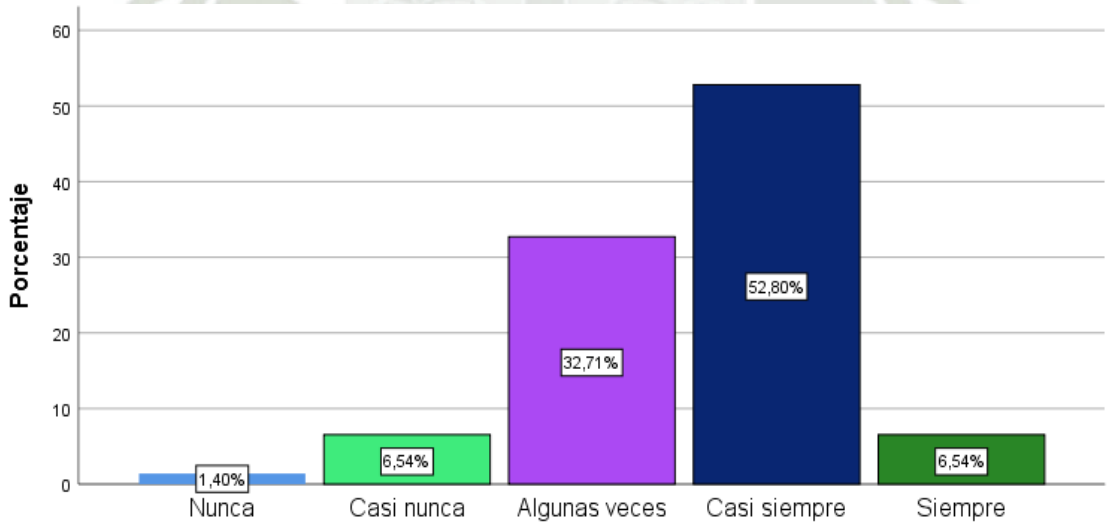
REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 26. *¿Cuán satisfecho estás con la experiencia de lectura en dispositivos móviles ofrecida por los medios periodísticos digitales que consumes?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	1.4
Casi nunca	14	6.5
Algunas veces	70	32.7
Casi siempre	113	52.8
Siempre	14	6.5
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 26. *¿Cuán satisfecho estás con la experiencia de lectura en dispositivos móviles ofrecida por los medios periodísticos digitales que consumes?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 52.80 % de los evaluados (113 personas) considera que casi siempre están satisfechos con la experiencia de lectura en dispositivos móviles ofrecida por los medios periodísticos digitales, lo que refleja una apreciación generalizada y positiva de la

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

adaptación de los medios digitales a los dispositivos móviles. Un 32.71 % (70 evaluados) indica que la satisfacción se experimenta solo algunas veces, sugiriendo que, aunque hay satisfacción, no es siempre constante. Además, un 6.54 % (14 evaluados) percibe que siempre están satisfechos con la experiencia de lectura, lo que resalta una opinión aún más positiva pero menos común. Por otro lado, un 6.54 % (14 evaluados) indica que casi nunca se sienten satisfechos con la experiencia de lectura en móviles, lo que subraya la existencia de algunas críticas o áreas de mejora. Finalmente, un pequeño grupo minoritario del 1.40 % (3 evaluados) considera que nunca están satisfechos, lo que refleja una visión muy negativa sobre la experiencia de lectura móvil proporcionada por los medios periodísticos digitales.

Tabla 27. *¿Consideras que los medios periodísticos digitales ofrecen una cobertura amplia y detallada de noticias internacionales en comparación con los medios tradicionales?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	18	8.4
Casi nunca	21	9.8
Algunas veces	81	37.9
Casi siempre	60	28.0
Siempre	34	15.9
Total	214	100.0

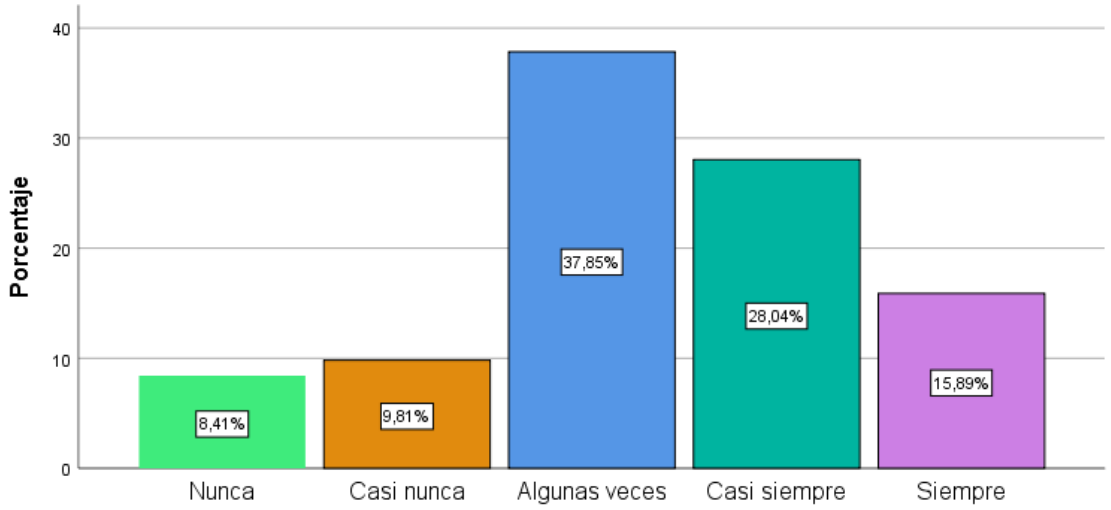
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 27. *¿Consideras que los medios periodísticos digitales ofrecen una cobertura amplia y detallada de noticias internacionales en comparación con los medios tradicionales?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 37.85 % de los evaluados (81 personas) considera que algunas veces los medios periodísticos digitales ofrecen una cobertura amplia y detallada de noticias internacionales, lo que sugiere una percepción generalizada de que, aunque en ocasiones se ofrece una cobertura completa, no siempre se aborda con la profundidad esperada. Un 28.04 % (60 evaluados) indica que casi siempre los medios digitales proporcionan una cobertura detallada de noticias internacionales, destacando la frecuencia con que se percibe una oferta informativa sólida y global. Además, un 15.89 % (34 evaluados) percibe que siempre los medios digitales cubren noticias internacionales de manera amplia y detallada, lo que refleja una visión positiva sobre la calidad informativa en este aspecto. Por otro lado, un 9.81 % (21 evaluados) indica que casi nunca se ofrece una cobertura extensa de noticias internacionales, lo que subraya una percepción crítica sobre la amplitud y profundidad de la información. Finalmente, un grupo minoritario del 8.41 % (18 evaluados) considera que nunca se brinda este tipo de cobertura, reflejando una visión muy negativa respecto a la globalidad y profundidad de las noticias internacionales en los medios digitales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

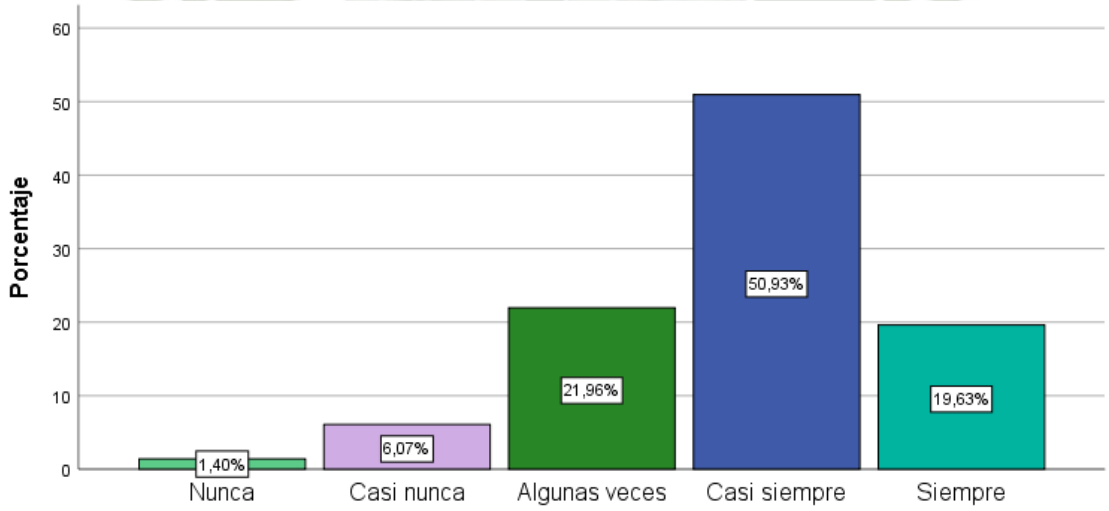
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 28. *¿Qué tan importante crees que es la accesibilidad a noticias internacionales para una comprensión global de los eventos actuales?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	1.4
Casi nunca	13	6.1
Algunas veces	47	22.0
Casi siempre	109	50.9
Siempre	42	19.6
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 28*. ¿Qué tan importante crees que es la accesibilidad a noticias internacionales para una comprensión global de los eventos actuales?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 50.93 % de los evaluados (109 personas) considera que casi siempre es importante la accesibilidad a noticias internacionales para una comprensión global de los eventos actuales, lo que refleja un fuerte consenso sobre la relevancia de estar informados

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

a nivel global para comprender mejor los sucesos que afectan al mundo. Un 21.96 % (47 evaluados) indica que esta accesibilidad es importante algunas veces, sugiriendo que, aunque reconocen su valor, no siempre la consideran fundamental. Además, un 19.63 % (42 evaluados) percibe que siempre es importante tener acceso a noticias internacionales, destacando la importancia de una perspectiva global constante. Por otro lado, un 6.07 % (13 evaluados) indica que casi nunca consideran importante este acceso, lo que sugiere que algunos prefieren centrarse más en la información local o regional. Finalmente, un grupo minoritario del 1.40 % (3 evaluados) considera que nunca es importante la accesibilidad a noticias internacionales, reflejando una visión muy específica y limitada sobre la relevancia de los eventos globales para la comprensión de los acontecimientos actuales.

Tabla 29. *¿Cuánto crees que los usuarios consumen periodismo digital debido a la accesibilidad a noticias internacionales que ofrecen los medios digitales?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	6.1
Casi nunca	20	9.3
Algunas veces	78	36.4
Casi siempre	80	37.4
Siempre	23	10.7
Total	214	100.0

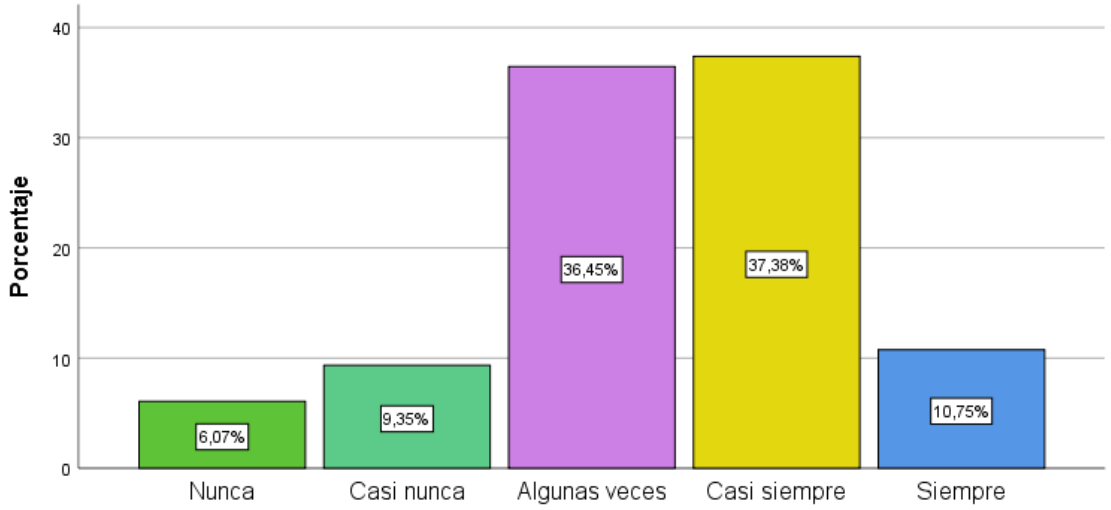
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 29. *¿Cuánto crees que los usuarios consumen periodismo digital debido a la accesibilidad a noticias internacionales que ofrecen los medios digitales?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 37.38 % de los evaluados (80 personas) considera que casi siempre los usuarios consumen periodismo digital debido a la accesibilidad a noticias internacionales que ofrecen los medios digitales, lo que refleja una percepción significativa de que la capacidad de acceder a información global es un factor clave en la elección del medio digital. Un 36.45 % (78 evaluados) indica que los usuarios consumen periodismo digital debido a este acceso algunas veces, lo que sugiere que, aunque es un factor importante, no siempre es el motivo principal. Además, un 10.75 % (23 evaluados) percibe que siempre es el acceso a noticias internacionales lo que impulsa el consumo de periodismo digital, lo que subraya una confianza constante en la cobertura global de estos medios. Por otro lado, un 9.35 % (20 evaluados) indica que casi nunca los usuarios consumen periodismo digital por este motivo, reflejando que, en algunos casos, los usuarios pueden priorizar otros aspectos del periodismo digital. Finalmente, un grupo minoritario del 6.07 % (13 evaluados) considera que nunca se consume periodismo digital debido al acceso a noticias internacionales, lo que resalta una

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

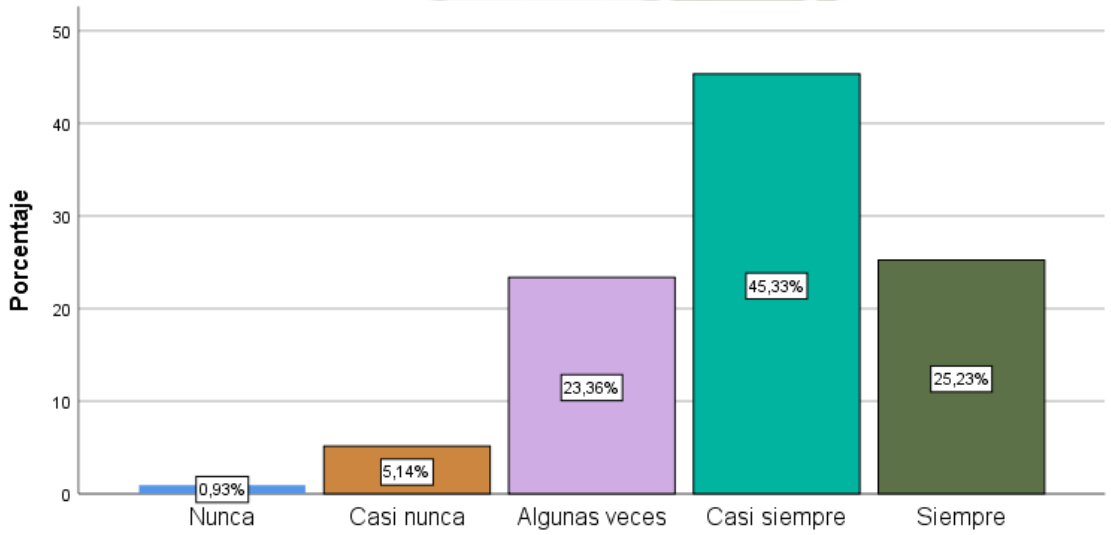
visión más escéptica sobre la relevancia de las noticias globales en la decisión de consumo de medios digitales.

Tabla 30. *¿Valoras la relevancia de las noticias locales para la comunidad a la que sirves como periodista?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	0.9
Casi nunca	11	5.1
Algunas veces	50	23.4
Casi siempre	97	45.3
Siempre	54	25.2
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 30. *¿Valoras la relevancia de las noticias locales para la comunidad a la que sirves como periodista?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Los resultados muestran que el 45.33 % de los evaluados (97 personas) considera que casi siempre valoran la relevancia de las noticias locales para la comunidad a la que sirven como periodistas, lo que destaca una fuerte percepción de que la cobertura de temas locales es esencial para el trabajo periodístico y para el vínculo con la audiencia. Un 25.23 % (54 evaluados) indica que siempre consideran esta relevancia, lo que resalta la importancia constante que le otorgan a las noticias locales en su labor. Además, un 23.36 % (50 evaluados) percibe que algunas veces la relevancia de las noticias locales es un factor importante, sugiriendo que, aunque no siempre es la prioridad, se reconoce su valor en muchas ocasiones. Por otro lado, un 5.14 % (11 evaluados) indica que casi nunca consideran relevante este tipo de noticias, lo que señala que para algunos periodistas la cobertura local no siempre está entre sus principales enfoques. Finalmente, un grupo minoritario del 0.93 % (2 evaluados) considera que nunca valoran la relevancia de las noticias locales, lo que refleja una percepción marginal de la importancia de la información local en su trabajo.

Tabla 31. *¿Consideras que los medios periodísticos digitales proporcionan cobertura en tiempo real de eventos importantes?*

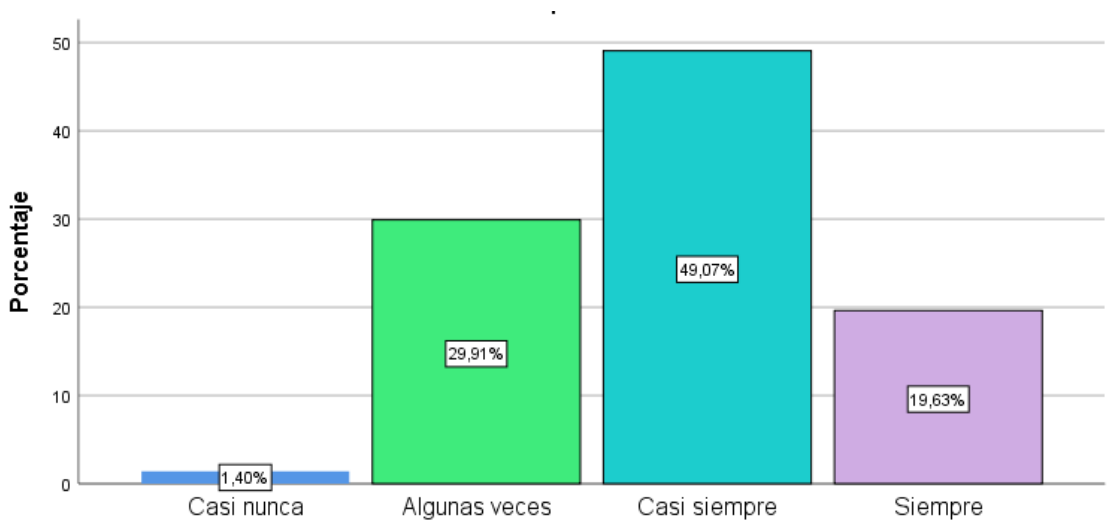
	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	3	1.4
Algunas veces	64	29.9
Casi siempre	105	49.1
Siempre	42	19.6
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 31. *¿Consideras que los medios periodísticos digitales proporcionan cobertura en tiempo real de eventos importantes?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 49.07 % de los evaluados (105 personas) considera que casi siempre los medios periodísticos digitales proporcionan cobertura en tiempo real de eventos importantes, lo que destaca una percepción generalizada de que la inmediatez es una característica clave del periodismo digital en la actualidad. Un 29.91 % (64 evaluados) indica que esta cobertura se da algunas veces, lo que sugiere que, aunque en muchos casos los medios digitales son rápidos en informar, no siempre ofrecen actualizaciones en tiempo real. Además, un 19.63 % (42 evaluados) percibe que siempre los medios digitales proporcionan esta cobertura, lo que refleja una confianza considerable en la rapidez de estos medios para cubrir eventos importantes. Por otro lado, un 1.40 % (3 evaluados) indica que casi nunca los medios digitales proporcionan cobertura en tiempo real, lo que resalta una visión crítica sobre la eficiencia temporal en la distribución de noticias en plataformas digitales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

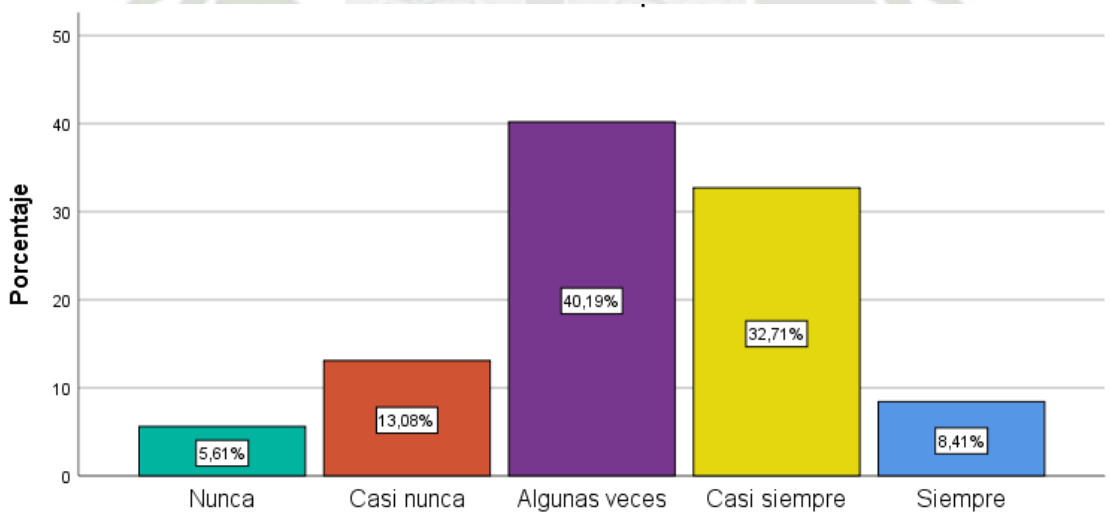
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 32. *¿Confías en la precisión y veracidad de la información proporcionada por los medios digitales durante eventos en tiempo real?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	12	5.6
Casi nunca	28	13.1
Algunas veces	86	40.2
Casi siempre	70	32.7
Siempre	18	8.4
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 32. *¿Confías en la precisión y veracidad de la información proporcionada por los medios digitales durante eventos en tiempo real?*



Fuente: Elaboración propia 2024}

Los resultados muestran que el 40.19 % de los evaluados (86 personas) considera que algunas veces confían en la precisión y veracidad de la información proporcionada por los medios digitales durante eventos en tiempo real, lo que refleja una visión cautelosa respecto a la

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

fiabilidad de las noticias inmediatas. Un 32.71 % (70 evaluados) indica que casi siempre confían en esta precisión, lo que resalta la confianza significativa en la exactitud de las informaciones digitales en momentos de alta urgencia noticiosa. Además, un 13.08 % (28 evaluados) percibe que casi nunca confían en la veracidad de la información en tiempo real, lo que sugiere una desconfianza moderada sobre la fiabilidad de la cobertura digital en esos momentos. Por otro lado, un 8.41 % (18 evaluados) indica que siempre confían en la precisión de la información proporcionada, lo que refleja una apreciación constante de la calidad de las noticias en tiempo real. Finalmente, un grupo minoritario del 5.61 % (12 evaluados) considera que nunca confían en esta información, lo que evidencia una postura crítica sobre la fiabilidad de las fuentes digitales en situaciones urgentes.

Tabla 33. *¿Consideras que los medios periodísticos digitales fomentan la participación de los usuarios a través de comentarios, encuestas u otras formas de interacción?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	0.9
Casi nunca	4	1.9
Algunas veces	56	26.2
Casi siempre	110	51.4
Siempre	42	19.6
Total	214	100.0

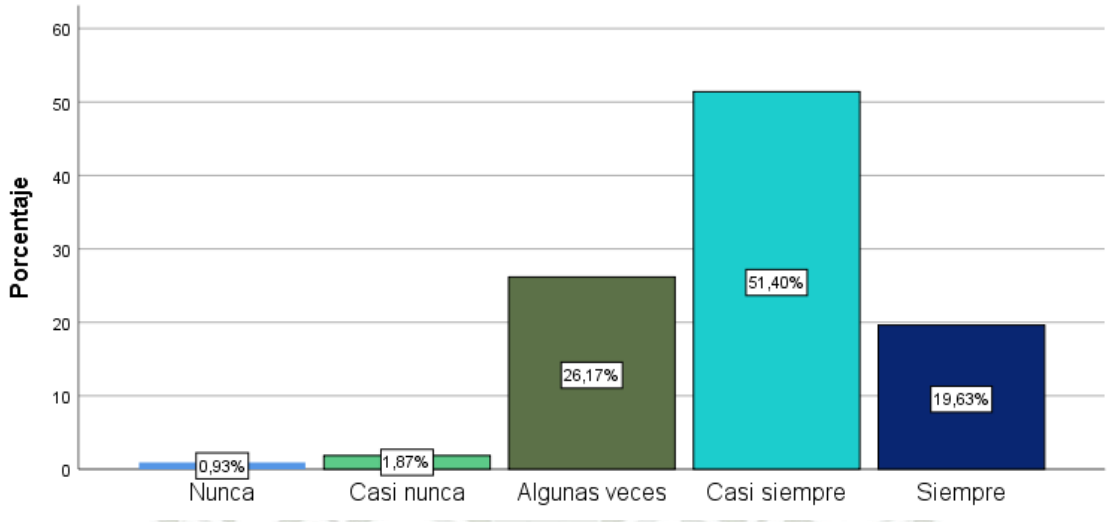
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 33. *¿Consideras que los medios periodísticos digitales fomentan la participación de los usuarios a través de comentarios, encuestas u otras formas de interacción?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 51.40 % de los evaluados (110 personas) considera que casi siempre los medios periodísticos digitales fomentan la participación de los usuarios a través de comentarios, encuestas u otras formas de interacción, lo que resalta el papel activo que los medios digitales juegan en la involucración del público en el proceso informativo. Un 26.17 % (56 evaluados) indica que los medios fomentan la participación algunas veces, lo que sugiere que, en muchos casos, aunque no de manera constante, se alienta la interacción con la audiencia. Además, un 19.63 % (42 evaluados) percibe que siempre los medios digitales promueven esta participación, lo que refleja una confianza significativa en que estos medios involucran regularmente a sus usuarios. Por otro lado, un 1.87 % (4 evaluados) indica que casi nunca los medios digitales fomentan la participación, lo que señala una percepción de falta de interacción en ciertos casos. Finalmente, un grupo minoritario del 0.93 % (2 evaluados) considera que nunca se fomenta esta participación, lo que indica una visión crítica respecto a la interactividad en los medios digitales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

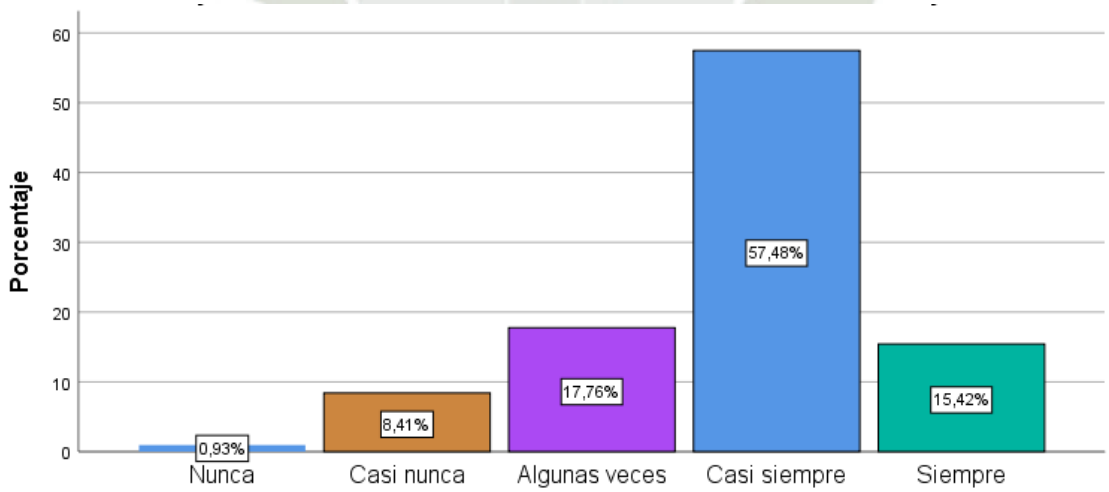
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 34. *¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden participar activamente en la discusión y el debate a través de funciones interactivas como comentarios y encuestas?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	0.9
Casi nunca	18	8.4
Algunas veces	38	17.8
Casi siempre	123	57.5
Siempre	33	15.4
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 34. *¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden participar activamente en la discusión y el debate a través de funciones interactivas como comentarios y encuestas?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 57.48 % de los evaluados (123 personas) considera que casi siempre los usuarios consumen periodismo digital porque pueden participar activamente en la

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

discusión y el debate a través de funciones interactivas, lo que destaca el atractivo que tiene la interacción directa con el contenido para una amplia mayoría. Un 17.76 % (38 evaluados) indica que los usuarios participan algunas veces, lo que sugiere que, en muchos casos, aunque no de manera constante, la posibilidad de interactuar está presente. Además, un 15.42 % (33 evaluados) percibe que siempre los usuarios pueden participar en los debates, lo que refleja una percepción positiva y continua de la interactividad. Por otro lado, un 8.41 % (18 evaluados) indica que casi nunca los usuarios tienen oportunidad de participar, lo que apunta a una limitación en la interacción en algunos casos. Finalmente, un grupo minoritario del 0.93 % (2 evaluados) considera que nunca los usuarios pueden participar, lo que sugiere una percepción de desconexión total entre los usuarios y las plataformas digitales en cuanto a la interacción.

Tabla 35. *¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden personalizar el contenido según sus intereses y preferencias individuales?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	1.4
Casi nunca	6	2.8
Algunas veces	50	23.4
Casi siempre	119	55.6
Siempre	36	16.8
Total	214	100.0

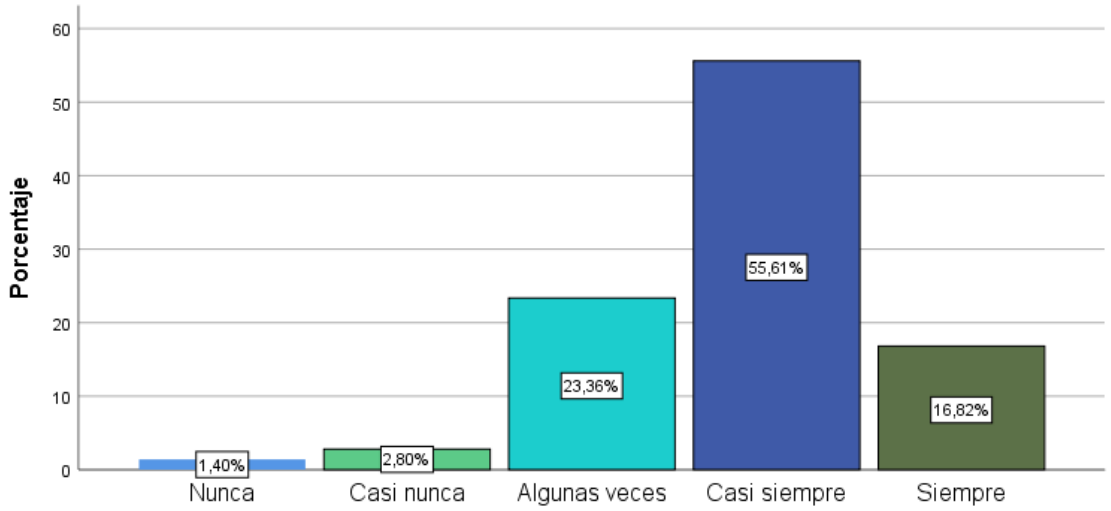
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 35. *¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden personalizar el contenido según sus intereses y preferencias individuales?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 55.61 % de los evaluados (119 personas) considera que casi siempre los usuarios consumen periodismo digital porque pueden personalizar el contenido según sus intereses y preferencias, lo que resalta la importancia de la personalización en la experiencia del usuario como un factor clave para atraer a los lectores. Un 23.36 % (50 evaluados) indica que los usuarios personalizan el contenido algunas veces, lo que sugiere que, en ciertos casos, la personalización está disponible pero no de forma constante. Además, un 16.82 % (36 evaluados) percibe que siempre los usuarios pueden personalizar el contenido, lo que refleja una valoración positiva de la flexibilidad que ofrecen los medios digitales. Por otro lado, un 2.80 % (6 evaluados) indica que casi nunca los usuarios pueden personalizar el contenido, lo que señala que en algunos casos esta opción es limitada o no está suficientemente implementada. Finalmente, un grupo minoritario del 1.40 % (3 evaluados) considera que nunca los usuarios tienen la posibilidad de personalizar el contenido, lo que indica una percepción de falta de personalización en ciertos medios digitales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

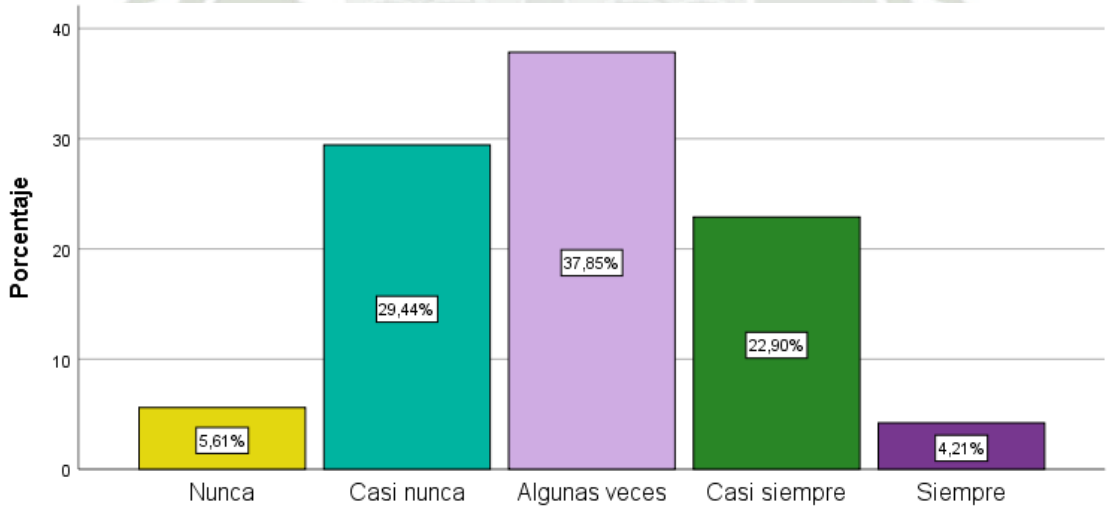
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 36. *¿Consideras que los medios digitales protegen la privacidad y la seguridad de los datos mientras ofrecen contenido personalizado?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	12	5.6
Casi nunca	63	29.4
Algunas veces	81	37.9
Casi siempre	49	22.9
Siempre	9	4.2
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 36. *¿Consideras que los medios digitales protegen la privacidad y la seguridad de los datos mientras ofrecen contenido personalizado?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 37.85 % (81 evaluados) considera que algunas veces los medios digitales protegen la privacidad y la seguridad de los datos al ofrecer contenido personalizado, lo que sugiere una percepción de que esta protección no siempre es consistente. Un 29.44 %

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

(63 evaluados) indica que casi nunca los medios digitales garantizan esta protección, lo que refleja una preocupación generalizada sobre la seguridad de los datos personales en los medios digitales. Además, un 22.90 % (49 evaluados) percibe que casi siempre los medios digitales aseguran la privacidad y la seguridad, lo que indica que una parte significativa de los evaluados valora positivamente las medidas de protección que algunos medios implementan. Por otro lado, un 5.61 % (12 evaluados) considera que nunca se protegen adecuadamente los datos, lo que señala una desconfianza en la capacidad de los medios digitales para resguardar la información personal. Finalmente, un grupo minoritario del 4.21 % (9 evaluados) opina que siempre los medios garantizan la privacidad y seguridad, lo que destaca la importancia de mejorar la percepción sobre la protección de datos para aumentar la confianza en el periodismo digital.

Tabla 37. *¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden interactuar directamente con periodistas y expertos a través de plataformas digitales?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	2.3
Casi nunca	21	9.8
Algunas veces	55	25.7
Casi siempre	105	49.1
Siempre	28	13.1
Total	214	100.0

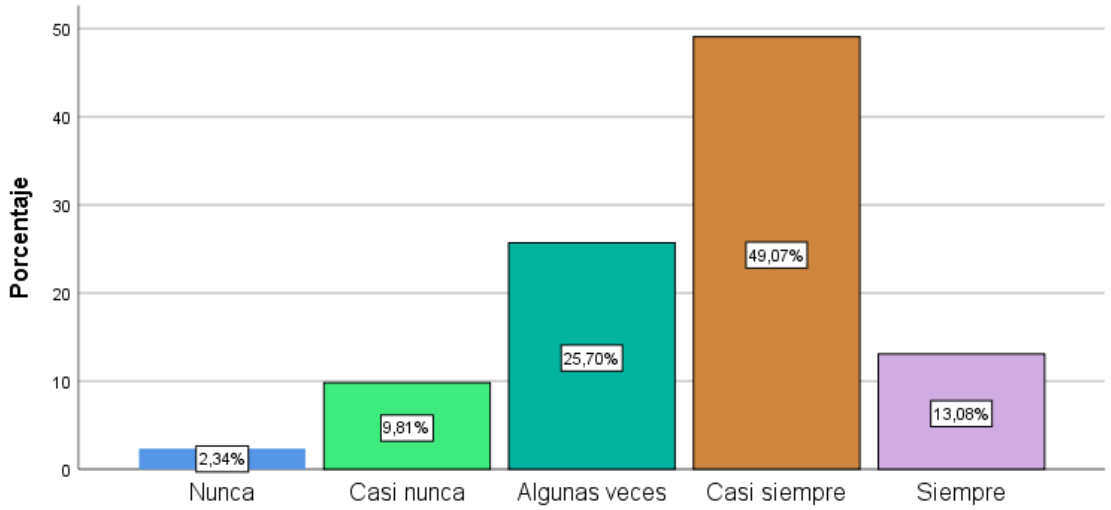
Fuente: Elaboración propia 2024

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 37. *¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden interactuar directamente con periodistas y expertos a través de plataformas digitales?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 49.07 % (105 evaluados) considera que casi siempre los usuarios consumen periodismo digital debido a la posibilidad de interactuar directamente con periodistas y expertos, lo que refleja la importancia de la interacción en tiempo real como un atractivo clave para el consumo de noticias. Un 25.70 % (55 evaluados) indica que esto ocurre algunas veces, lo que sugiere que, aunque la interacción directa no siempre es un factor determinante, sigue siendo relevante para una porción significativa de los usuarios. Además, un 13.08 % (28 evaluados) percibe que siempre los usuarios interactúan con periodistas y expertos, lo que resalta la valorabilidad de este tipo de conexiones directas. Por otro lado, un 9.81 % (21 evaluados) indica que casi nunca se produce esta interacción, lo que refleja un porcentaje menor de personas que perciben una falta de conexión entre los medios digitales y sus audiencias. Finalmente, un grupo minoritario del 2.34 % (5 evaluados) considera que nunca se facilita este tipo de interacción, lo que sugiere que una pequeña fracción de usuarios no percibe la interacción directa como un componente relevante en el periodismo digital.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

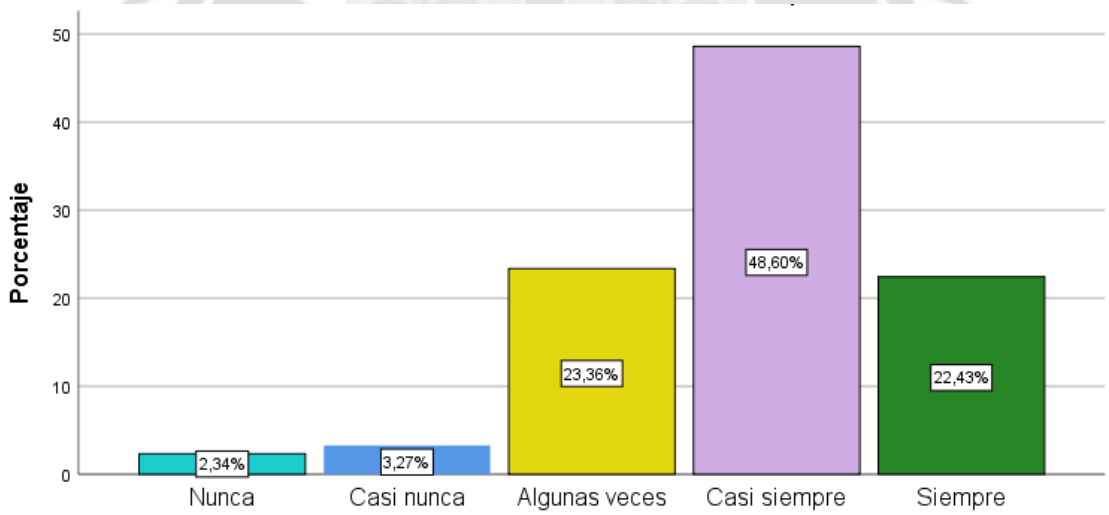
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 38. *¿Valoras la oportunidad de los usuarios de interactuar con periodistas y expertos para obtener información adicional o aclaraciones sobre temas específicos?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	2.3
Casi nunca	7	3.3
Algunas veces	50	23.4
Casi siempre	104	48.6
Siempre	48	22.4
Total	214	100.0

Fuente: Elaboración propia 2024

Figura 38. *¿Valoras la oportunidad de los usuarios de interactuar con periodistas y expertos para obtener información adicional o aclaraciones sobre temas específicos?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que el 48.60 % (104 evaluados) considera que casi siempre valoran la oportunidad de interactuar con los periodistas para obtener información adicional o aclaraciones sobre temas específicos. Esto resalta la importancia de la interacción directa entre

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

el usuario y el periodista como una herramienta clave para enriquecer el proceso informativo. Un 23.36 % (50 evaluados) indica que esto ocurre algunas veces, sugiriendo que aunque la interacción no siempre es esencial, sigue siendo un factor relevante en el consumo de noticias. Además, un 22.43 % (48 evaluados) percibe que siempre aprovechan esta oportunidad de interacción, lo que refleja una significativa valorización de la comunicación directa con los periodistas. Por otro lado, un 3.27 % (7 evaluados) indica que casi nunca recurren a esta opción, lo que muestra que una pequeña proporción de usuarios no considera la interacción como una necesidad frecuente. Finalmente, un grupo minoritario del 2.34 % (5 evaluados) considera que nunca utilizan esta oportunidad de interacción, lo que sugiere que existen algunos usuarios para los que la relación directa con los periodistas no es un componente relevante en su experiencia informativa.

7.2. Estadística Inferencial

Tabla 39*. Relación entre medios periodísticos tradicionales y medios periodísticos digitales.*

			Medios periodísticos digitales
Rho de Spearman	Medios periodísticos tradicionales	Coeficiente de correlación	0,94**
		Sig. (bilateral)	0,173
		N	214

Nota. Según lo observado en la tabla 3, los resultados del estudio muestran un **coeficiente de correlación de 0.94**, lo que indica una relación fuerte entre la migración de medios periodísticos tradicionales a medios digitales. Sin embargo, el **p-valor de 0.173** sugiere que esta correlación no es estadísticamente significativa, dado que supera el umbral convencional de 0.05. En ese sentido se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 40. *Relación entre medios periodísticos tradicionales y la conveniencia*

			Conveniencia
Rho de Spearman	Medios periodísticos tradicionales	Coeficiente de correlación	-0,029**
		Sig. (bilateral)	,669
		N	214

Fuente: Elaboración propia 2024

Nota. Según lo observado en la tabla 4 se cuenta con suficiente evidencia estadística para inferir que la variable medios periodísticos tradicionales no se relaciona con la conveniencia con un p.valor de 0,669; y se tiene además, un grado de correlación negativa baja según Rho de Spearman de -0,029. En ese sentido se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula que señala; no existe relación entre los medios periodísticos tradicionales y la conveniencia de usar contenido digital.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 41. *Relación entre medios periodísticos tradicionales y la accesibilidad*

			Accesibilidad
Rho de Spearman	Medios periodísticos tradicionales	Coeficiente de correlación	0,267**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	214

Fuente: Elaboración propia 2024

Nota. Según lo observado en la tabla 5 se cuenta con suficiente evidencia estadística para inferir que la variable medios periodísticos tradicionales si se relaciona con la conveniencia con un p.valor de 0,000; y se tiene además, un grado de correlación positiva baja según Rho de Spearman de 0,267. En ese sentido se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que señala; si existe relación entre los medios periodísticos tradicionales y la accesibilidad a de usar contenido digital.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 42. *Relación entre medios periodísticos tradicionales y la interactividad*

			Interactividad
Rho de Spearman	Medios periodísticos tradicionales	Coeficiente de correlación	-,032**
		Sig. (bilateral)	0,640
		N	214

Fuente: Elaboración propia 2024

Nota. Según lo observado en la tabla 6 se cuenta con suficiente evidencia estadística para inferir que la variable medios periodísticos tradicionales no se relaciona con la interactividad con un p.valor de 0,640; y se tiene además, un grado de correlación negativa baja según Rho de Spearman de -0,032. En ese sentido se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula que señala; no existe relación entre los medios periodísticos tradicionales y la interactividad.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CONCLUSIONES

PRIMERA. La correlación entre la migración de medios periodísticos tradicionales a medios periodísticos digitales muestra un coeficiente de correlación de 0.94, lo que indica una correlación positiva fuerte. Además, se obtuvo un valor de significancia de 0.173 lo que evidencia que la relación entre las variables de estudio no es significativa.

SEGUNDA. Al determinar la relación entre la variable medios periodísticos tradicionales y la dimensión conveniencia, se obtuvo un coeficiente de correlación de -0.029, lo que indica una relación prácticamente nula entre ambas variables. Además, el valor de significancia de 0.669 supera el umbral convencional de 0.05, lo que evidencia que la relación observada no es estadísticamente significativa y, por lo tanto, no se puede establecer una asociación entre estas variables dentro del estudio.

TERCERA. La correlación entre la migración de medios periodísticos tradicionales y la dimensión accesibilidad de los medios periodísticos digitales arrojó un coeficiente de 0.267, lo que indica una relación positiva entre ambas variables. Además, el valor de significancia de 0.000 confirma que esta relación es estadísticamente significativa, lo que sugiere que la migración hacia medios digitales está asociada con una mayor accesibilidad a la información periodística.

CUARTA. Al determinar la relación entre la variable medios periodísticos tradicionales y la dimensión interactividad, se obtuvo un coeficiente de correlación de -0.032, lo que indica una relación prácticamente nula entre ambas variables. Además, el valor de significancia de 0.640 supera el umbral convencional de 0.05, lo que evidencia que la relación observada no es estadísticamente significativa y, por lo tanto, no se puede establecer una asociación entre estas variables dentro del estudio.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

SUGERENCIAS

PRIMERA. Se recomienda implementar un sistema de monitoreo que permita conocer las preferencias de los usuarios en cuanto al consumo de noticias. Esto se puede lograr mediante herramientas de análisis de datos que identifiquen los temas de mayor interés y permitan ofrecer información acorde a sus inclinaciones. Además, sería beneficioso realizar encuestas de percepción cada seis meses para evaluar qué tipo de medio prefieren los usuarios, así como la confiabilidad de las fuentes y la presentación de la información. De esta manera, los periodistas podrán ajustar sus estrategias de difusión y mejorar la experiencia de acceso a las noticias.

SEGUNDA. Se recomienda que los medios implementen estrategias de inclusión digital, como la creación de versiones ligeras de sus noticias para reducir el consumo de datos móviles, el desarrollo de formatos accesibles como documentos descargables o audios, y la firma de convenios con operadoras para ofrecer acceso gratuito a ciertos portales informativos. Estas medidas contribuirían a reducir la brecha digital y garantizar el derecho a la información.

TERCERA. Para optimizar la navegación en los medios digitales y facilitar la búsqueda de información, se sugiere la implementación de filtros temáticos dentro de las plataformas informativas. Estos permitirían a los usuarios seleccionar las noticias según sus áreas de interés, como economía, política, sociedad o salud, favoreciendo una experiencia más personalizada. Además, la integración de un sistema de recomendaciones basado en inteligencia artificial ayudaría a sugerir contenido relacionado, promoviendo un consumo informativo más diverso y enriquecedor.

CUARTA. Finalmente, toda empresa periodística que se dedique a la difusión de noticias debe contar con una plataforma que fomente la interacción entre los periodistas y los usuarios. Para ello, se recomienda habilitar secciones de comentarios moderados, chats en vivo con

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

periodistas y conversatorios sobre temas de actualidad. Estas iniciativas permitirían fortalecer la relación entre los medios y su audiencia, promoviendo un periodismo más participativo, donde la retroalimentación de los lectores contribuya a mejorar la calidad y relevancia del contenido informativo.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albarello, F. (2020). De la hegemonía al nicho: desplazamiento de medios tradicionales en rutinas informativas de un grupo de universitarios argentinos. *32*, 46-60. doi://doi.org/10.22235/d.vi32.1946

Ari, M. (2022). Arte entre los medios: Análisis comparativo de medios tradicionales y medios digitales en la difusión de arte en Arequipa entre los años 2015 - 2020. http://hdl.handle.net/20.500.12773/14141

Bedoya, G. (2022). Opinión de la población arequipeña respecto a la producción noticiosa de los medios tradicionales de comunicación masiva en Arequipa 2020. http://hdl.handle.net/20.500.12773/13647

Bustamante, J., & Saavedra, A. (2023). Medios digitales en el desarrollo del periodismo turístico en la región San Martín, 2022. Repositorio Institucional - UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/115041

Campos Freire, F., (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. Revista Latina de Comunicación Social, 11 (63). https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=81912006023

Castillo, L., (2014). Interactividad y audiencias en los periódicos digitales. Estudio de tres medios mexicanos. https://www.scielo.org.mx/pdf/ins/n8/n8a7.pdf

Colegio de Periodistas del Perú. (2024). *Padrón de colegiados por regiones 2024*. https://cpp.pe/organigrama/elementor-inicio/padron-de-colegiados/

Congreso de la República del Perú. (1980). Ley N.º 23221. Ley que norma el ejercicio profesional del periodista. Diario Oficial El Peruano.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Costa, M. (2022). La infografía en medios periodísticos. Del papel al dispositivo digital [doctoralThesis]. https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/28297

Delgado, J., Silva, D, & Quiroga, K. (2022). Transformación del periodismo hacia las plataformas digitales. RECIAMUC, 6(3), Article 3. https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.359-366

Diaz, J. (2020). Estudio del periodismo digital como opción laboral para los egresados de la especialidad de periodismo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa 2019. http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10498

Evangelista, A. (2019). La incursión del periodista político en el mundo digital, en Facebook, 2019. Biblioteca Concytec. https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5562

Flores, I. (2014). Hábitos y consumos televisivos de la generación digital desde la perspectiva de los usos y gratificaciones. Estudio de caso en la Universidad Rey Juan Carlos. *Revista Mediterránea de Comunicación*. Obtenido de Dialnet-HabitosYConsumosTelevisivosDeLaGeneracionDigitalDe-4740428.pdf

García, et al. (2014). La credibilidad de los contenidos informativos en internet para los 'nativos digitales': estudio de caso. 17 (3), 875-894. http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v17n3/v17n3a13.pdf

Gil, J. (2016). *Técnicas e instrumentos para la recogida de información.* Madrid : Universidad Nacional Educación a Distancia . Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ANrkDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=que+es+una+tecnica+y+instrumento+diferencias+en+investigacion+&ots=rc3onNi9CE&sig=ZTfmHXr6nrfpv_SDR10gn_FyT_A#v=onepage&q&f=false

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Gonzáles, L., (2018). La accesibilidad de lo medios de comunicación digitales en España: Responsabilidad de los periodistas en la generación de los contenidos inclusivos. 8 (1). LaAccesibilidadDeLosMediosDeComunicacionDigitalesE-7385993.pdf

Huertas, A. (2006). Sobre la construcción ontológica del concepto de audiencia. Revista Fronteiras. VIII (3). 196-202. https://core.ac.uk/download/pdf/132083967.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2017). *Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas – Resultados definitivos*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1544/

Justel, S. (2012). Transformación en la audiencia, transformación en los medios: un marco para el estudio de los retos y estrategias de las empresas periodísticas. (4). doi:http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.4.3

Llanos, E. &. (2021). Migración de los medios impresos de Machala a entornos digitales en el 2020. *5*, pp. 232-247. doi:https://doi.org/10.18272/pd.v5i1.2387

López, X., & Vizoso, Á. (2021). Periodismo de alta tecnologí-a: Signo de los tiempos digitales del tercer milenio. Profesional de la información / Information Professional, 30(3), Article 3. https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.01

Manfredi, J. U. (2019). Innovación periodística y sociedad digital: Una adaptación de los estudios de Periodismo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1633 - 1654. Obtenido de Dialnet-InnovacionPeriodisticaYSociedadDigital-8241546.pdf

Méndez Muros, S., & Castillo Zamora, J. M. (2023). Producción periodística y reconversión digital en Centroamérica: avances y retos. *Revista de Comunicación*, 22(2), 377–398. https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3284

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Oliva, C., (2014). EL PERIODISMO DIGITAL Y SUS RETOS EN LA SOCIEDAD GLOBAL Y DEL CONOCIMIENTO. Aposta. Revista de Ciencias Sociales. (61), 1-30. https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=495950257004

Parra, R. (2020). Medios periodísticos tradicionales y poder simbólico. Blog. Pensar la comunicación. https://pensarlacomunicacion.mx/2020/11/15/medios-periodisticos-tradicionales-y-poder-simbolico/

Puente, G. (2019). *El periodista en la era digital: Transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita.* Pontificia Universidad Católica del Ecuador- Matriz. Obtenido de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16497/El%20periodista%20en%20la%20era%20digital%20transformaciones%20y%20cambios%20d.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quiroz, Y. (2014). Las redes sociales como herraminetas del periodismo digital. *Revista cultura*(28), 279-303. Obtenido de https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_28_1_las-redes-sociales-como-herramientas-del-periodismo-digital.pdf

Sanchez, C. (2022). Nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021. Repositorio Institucional - USS. http://repositorio.uss.edu.pe//handle/20.500.12802/10211

Solórzano, M. (2021). Migración de medios tradicionales a redes sociales. Caso de estudio: Diario El Mercurio de Manta. Obtenido de https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4290/1/ULEAM-POSG-C.CD-0013.pdf

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Torres, C. (2021). La transformación del periodismo analógico en el entorno digital. El caso de los fanzines y la prensa especializada en rock. Repositorio Académico USMP. https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/9238

Vásquez, P. (2021). Consumos de periodismo digital en estudiantes universitarios de la provincia de Arequipa 2019. Universidad Católica de Santa María. https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/10527

Villacrez, A. &. (2023). *Medios tradicionales y medios alternativos en Cuenca: un análisis del contenido de la plataforma Facebook durante el Paro Nacional en Ecuador del 3 al 10 de octubre de 2019* (Primera edición ed.). Quito- Ecuador . Obtenido de https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/24788/4/EL %20GIRO %20DEL %20PODER %20MEDIA %CC %81TICO %20EN %20LA %20ERA %20DIGITAL.pdf

Yezers'ka, L. (2008). Impacto de internet en el trabajo de los periodistas digitales en Perú. *Revista de Comunicación*, 108-138. Obtenido de Dialnet-ImpactoDeInternetEnElTrabajoDeLosPeriodistasDigita-3870847.pdf

Zalbidea, G. (2021). El periodismo escrito en la Era Digital: Estudio de caso sobre la transformación de la prensa tradicional a partir de Internet y las Redes Sociales [Universidad de Deusto]. https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=284490

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ANEXOS

CUESTIONARIO DE MEDIOS PERIODISTICOS TRADICIONALES

Escala de Likert:
1. Nunca (N)
2. Casi nunca (CN)
3. Algunas veces (AV)
4. Casi Siempre (CS)
5. Siempre (S)

N	DIMENSIONES/ ítems	Escala de valoración				
	DIMENSIÓN 1: Audiencia	1	2	3	4	5
1	¿Considera que los medios periodísticos tradicionales cubren temas relevantes para los diversos grupos demográficos?					
2	¿Considera que los medios tradicionales satisfacen las necesidades informativas específicas de los usuarios?					
3	¿**C**rees que los lectores valoran la consistencia y objetividad en la cobertura de noticias de los medios tradicionales?					
4	¿Cuán probable es que los lectores continúen consumiendo noticias de los mismos medios tradicionales en el futuro?					
5	¿Consideras que las preferencias personales de los lectores influyen en su elección de medios tradicionales?					
6	¿Consideras que los medios tradicionales satisfacen las necesidades específicas de información y entretenimiento de sus lectores?					
	DIMENSIÓN 2: Confiabilidad y Credibilidad					
7	¿Consideras que los medios periodísticos tradicionales son transparentes en cuanto a sus agendas editoriales y sesgos?					
8	¿Confías en la claridad con la que los medios tradicionales divulgan sus fuentes y métodos de obtención de información?					
9	¿Consideras que los medios periodísticos tradicionales verifican la veracidad de la información antes de publicarla?					
10	¿Confías en la precisión de las fuentes utilizadas por los medios tradicionales en sus reportajes?					
11	¿Consultas la reputación y credibilidad de un medio antes de confiar en su información como fuente?					
12	¿Consideras que la reputación de un medio periodístico tradicional afecta su capacidad para influir en la opinión pública?					
	DIMENSIÓN 3: Accesibilidad					
13	¿Con qué frecuencia percibes que los medios periodísticos tradicionales están disponibles en lugares públicos, como quioscos o bibliotecas?					
14	¿Cuánto crees que la disponibilidad física de los medios tradicionales afecta la accesibilidad de la información para su audiencia?					
15	¿Cuánto utilizas las plataformas en línea de los medios periodísticos tradicionales para publicar y distribuir noticias?					

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

16	¿Consideras que la calidad de la información en línea de los medios tradicionales es comparable a la versión impresa?					
17	¿Consideras que los precios de los medios periodísticos tradicionales son justos en comparación con la calidad de la información que ofrecen?					
18	¿Crees que la asequibilidad de los medios periodísticos tradicionales afecta su alcance y relevancia para la audiencia?					

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CUESTIONARIO DE MEDIOS PERIODISTICOS DIGITALES

Escala de Likert:
1. Nunca (N)
2. Casi nunca (CN)
3. Algunas veces (AV)
4. Casi Siempre (CS)
5. Siempre (S)

N	DIMENSIONES/ ítems	Escala de valoración				
	DIMENSIÓN 1: Conveniencia	1	2	3	4	5
1	¿Consideras que los usuarios prefieren consumir periodismo digital porque encuentran mayor cantidad de contenido multimedia en comparación con los medios tradicionales?					
2	¿Crees que es la presencia de contenido multimedia mejora la experiencia de lectura en los medios digitales?					
3	¿Consideras que los medios periodísticos digitales incluyen una amplia gama de fuentes en sus noticias?					
4	¿Crees que los medios digitales garantizan la veracidad y credibilidad de las diversas fuentes que utilizan?					
5	¿Qué tan importante crees que es la adaptabilidad al consumo móvil para la accesibilidad de la información en la era digital?					
6	¿Cuán satisfecho estás con la experiencia de lectura en dispositivos móviles ofrecida por los medios periodísticos digitales que consumes?					
	DIMENSIÓN 2: Accesibilidad					
7	¿Consideras que los medios periodísticos digitales ofrecen una cobertura amplia y detallada de noticias internacionales en comparación con los medios tradicionales?					
8	¿Qué tan importante crees que es la accesibilidad a noticias internacionales para una comprensión global de los eventos actuales?					
9	¿Cuánto crees que los usuarios consumen periodismo digital debido a la accesibilidad a noticias internacionales que ofrecen los medios digitales?					
10	¿Valoras la relevancia de las noticias locales para la comunidad a la que sirves como periodista?					
11	¿Consideras que los medios periodísticos digitales proporcionan cobertura en tiempo real de eventos importantes?					
12	¿Confías en la precisión y veracidad de la información proporcionada por los medios digitales durante eventos en tiempo real?					
	DIMENSIÓN 3: Interactividad					
13	¿Consideras que los medios periodísticos digitales fomentan la participación de los usuarios a través de comentarios, encuestas u otras formas de interacción?					
14	¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden participar activamente en la discusión y el debate a través de funciones interactivas como comentarios y encuestas?					
15	¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden personalizar el contenido según sus intereses y preferencias individuales?					

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

16	¿Consideras que los medios digitales protegen la privacidad y la seguridad de los datos mientras ofrecen contenido personalizado?					
17	¿Consideras que los usuarios consumen periodismo digital porque pueden interactuar directamente con periodistas y expertos a través de plataformas digitales?					
18	¿Valoras la oportunidad de los usuarios de interactuar con periodistas y expertos para obtener información adicional o aclaraciones sobre temas específicos?					

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis