



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril
y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

Montero Gonzales, Ever Antonio (orcid.org/0000-0003-3766-0777)

Raymundo Ugarte, Fabrizio Alejandro (orcid.org/0000-0002-2663-0858)

ASESOR:

Dr. Matias Cristóbal, Obed Isaias (orcid.org/0000-0001-6378-0719)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

Dedicado a nuestras familias, en especial a nuestras madres por el apoyo y acompañamiento constante en nuestro desarrollo académico profesional, y a todas las personas que de una u otra forma aportaron en todo nuestro proceso de formación.

Agradecimiento

Agradecemos en primer lugar a Dios, a nuestros padres y familiares, y sobre todo a nuestros profesores y guías académicos, quienes nos apoyaron durante todo el proceso de investigación y redacción de esta tesis.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MATIAS CRISTÓBAL OBED ISAIAS, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "ESTUDIO DE LA CREDIBILIDAD DEL DIARIO DIGITAL LA REPÚBLICA ENTRE ABRIL Y JULIO, EN CONSUMIDORES DIGITALES DE LIMA, 2022", cuyos autores son MONTERO GONZALES EVER ANTONIO, RAYMUNDO UGARTE FABRIZIO ALEJANDRO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 26 de Junio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MATIAS CRISTÓBAL OBED ISAIAS DNI: 06917521 ORCID: 0000-0001-6378-0719	Firmado electrónicamente por: OMATIASCOR el 28- 06-2023 20:36:50

Código documento Trilce: TRI - 0553731



Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, MONTERO GONZALES EVER ANTONIO, RAYMUNDO UGARTE FABRIZIO ALEJANDRO estudiantes de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "ESTUDIO DE LA CREDIBILIDAD DEL DIARIO DIGITAL LA REPÚBLICA ENTRE ABRIL Y JULIO, EN CONSUMIDORES DIGITALES DE LIMA, 2022", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
MONTERO GONZALES EVER ANTONIO DNI: 74642218 ORCID: 0000-0003-3766-0777	Firmado electrónicamente por: EMONTEROG el 28-06-2023 20:29:38
RAYMUNDO UGARTE FABRIZIO ALEJANDRO DNI: 74689258 ORCID: 0000-0002-2663-0858	Firmado electrónicamente por: FRAYMUNDOUG7 el 28-06-2023 20:24:57

Código documento Trilce: INV - 1311869

Índice de contenidos

	Pág.
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	iv
Declaratoria de Originalidad del Autor / Autores	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. Introducción	1
II. Marco teórico	4
III. Metodología	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	11
3.3. Escenario de estudio	12
3.4. Participantes	13
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.6. Procedimientos	14
3.7. Rigor científico	15
3.8. Método de análisis de información	16
3.9. Aspectos éticos	17
IV. Resultados y discusión	19
4.1. Resultados de la guía de observación	19
4.2. Resultados de la guía de entrevista	21
4.3. Triangulación	27
V. Conclusiones.....	28
VI. Recomendaciones.....	29
Referencias	30
Anexos.....	34

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1: Resultados de las guías de observación	19
Tabla 2: Triangulación	27

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1: Credibilidad de medios digitales	21
Figura 2: Veracidad en medios digitales	22
Figura 3: Confiabilidad en medios digitales	23
Figura 4: Objetividad en medios digitales	24
Figura 5: Confianza en medios digitales	25
Figura 6: Nube de palabras	26

Resumen

La investigación sostuvo como objetivo principal analizar la presencia de la credibilidad en las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022. De la misma forma, se hizo uso del enfoque cualitativo y se planteó un tipo de investigación básica y un diseño de investigación hermenéutica. Se obtuvo como resultado principal que las publicaciones del diario digital La República cumplen en su mayoría con los elementos fundamentales que componen la credibilidad de un medio digital. No obstante, existen ciertos casos en específico en los cuales sus publicaciones llegan a incurrir en faltas, relacionadas mayormente a la falta de objetividad e imparcialidad, uso inadecuado del lenguaje y la influencia sesgada que pueden transmitir a sus lectores. Asimismo, se tuvo como conclusión general que dentro de las publicaciones del diario digital La República se puede ubicar la presencia de la credibilidad, ya que aplican criterios fundamentales de objetividad en el tratamiento de la información que comparten, sin embargo, existen problemas puntuales de falta de imparcialidad ubicados por los participantes como consecuencia de la evidenciada ideología sesgada que mantiene el medio en sí.

Palabras clave: Credibilidad, Medios digitales, Contenido digital, Consumidores digitales.

Abstract

The main objective of the research was to analyze the presence of credibility in the publications of the digital newspaper La República between the months of April and July 2022. In the same way, the qualitative approach was used and a type of basic and a hermeneutic research design. The main result was obtained that the publications of the digital newspaper La República comply mostly with the fundamental elements that make up the credibility of a digital medium. However, there are certain specific cases in which their publications come to incur faults, mainly related to the lack of objectivity and impartiality, inappropriate use of language and the biased influence that they can transmit to their readers. Likewise, it was had as a general conclusion that within the publications of the digital newspaper La República the presence of credibility can be located, since they apply fundamental criteria of objectivity in the treatment of the information they share, however, there are specific problems of lack of impartiality located by the participants as a consequence of the evidenced biased ideology that the medium itself maintains.

Keywords: Credibility, Digital media, Digital content, Digital consumers.

I. INTRODUCCIÓN:

En los últimos años, el constante crecimiento de los medios digitales ha traído consigo diversos tipos de problemáticas, ubicando como una de estas principales, la credibilidad que tienen los usuarios de Internet al respecto de este tipo de contenidos. Asimismo en la actualidad, como señaló Acosta (2018), los medios digitales ofrecen múltiples ventanas a los usuarios y consumidores digitales, quienes gracias a estas modernas vías de comunicación pueden acceder a la información de manera casi instantánea, pero esto a su vez ha traído consigo un grave conflicto para estos mismos usuarios, quienes a raíz de casos evidentes de información falsa, han generado en sí mismos una propia desconfianza de la realidad de lo que se encuentra en Internet.

Al respecto de ello, dentro del plano internacional la credibilidad de los medios digitales según Bilbeny (2012), ha tenido una transformación a consecuencia de la percepción que tienen, sobretodo los jóvenes, de la forma en la que se les entrega la información, puesto que perciben a esta misma como más actual, accesible y asequible que la tradicional. Las plataformas virtuales han planteado un reto para la continuidad de la existencia de los medios tradicionales, diversos blogs o el mismo Twitter, entre otros, movilizan datos que cada vez más seguido sustituyen a los de la propia prensa profesional.

De igual manera, dentro del plano nacional Estremadoyro (2009) plantea que, a través del exceso de subjetividad, la salida del marco ético representa un abuso en contra de la credibilidad. Esta misma subjetividad se ve convertida en ciertas formas de autoritarismo, lo que tiene como consecuencia la destrucción de la labor periodística, que sirve como método de interpretación de la realidad. En el Perú han existido antecedentes de lo descrito, con el caso de los diarios “chicha” y el uso de determinados programas televisivos que directamente producían contenido para servicio de los gobiernos de turno, dejando pasar por alto la credibilidad con la que debe contar la información.

Por su parte, Herrera (2017) en el plano local, indica que el nivel de credibilidad que mantienen los medios de comunicación ha decrecido con el transcurrir de los últimos meses. Según análisis desarrollados en Lima, solo cuatro

de cada diez personas tienen confianza en su prensa. Esto refleja una realidad preocupante al respecto de lo que significan actualmente los medios digitales como fuentes de información para los ciudadanos, puesto que su nivel de credibilidad ha disminuido considerablemente.

En ese sentido, se planteó el siguiente problema de investigación general: ¿Cómo se encuentra la presencia de la credibilidad en las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022? Además, se tienen los siguientes problemas específicos: a) ¿Cómo se encuentra la presencia de la credibilidad en las imágenes de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022?, b) ¿Cómo se encuentra la presencia de la credibilidad en la redacción de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022?, c) ¿Cómo se encuentra la presencia de la credibilidad en las fuentes de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022?

La presente investigación sostiene su justificación social basada en el lineamiento de Responsabilidad Social Universitaria planteado en relación al desarrollo económico, empleo y emprendimiento, debido a que a día de hoy, la mayor parte de la población peruana ha ubicado en las publicaciones en internet su principal fuente de información, sin considerar que la existencia de las denominadas fake news van en aumento, generando desinformación en gran medida. Los consumidores digitales serán beneficiados por los resultados de esta investigación al conocer a fondo el nivel de credibilidad que sostienen las publicaciones del diario digital La República, teniendo un alto impacto y alcance social.

De la misma manera, la justificación teórica del estudio radica en la contribución que hace este mismo para cubrir vacíos de conocimiento acerca del nivel de credibilidad que tienen los diarios digitales del Perú. La investigación que se llevó a cabo en base al diario digital La República podrá ser generalizada para conseguir principios más amplios sobre la credibilidad en medios digitales, utilizando como base los principios éticos y de veracidad del periodismo así como de los aspectos y valores en medios digitales.

Por otro lado, la justificación metodológica del presente estudio se sostiene en el aporte que hace al utilizar el instrumento de recolección de datos denominada entrevista, delimitando la forma más adecuada de estudiar a la población de consumidores digitales puesto que de esta manera, se podrá tener mayor información con respecto al nivel de credibilidad que tiene esta población ante las publicaciones de un diario digital, pudiendo comprender de una mejor forma al sujeto de estudio.

Por consiguiente, la presente investigación contó con el objetivo general de analizar la presencia de la credibilidad en las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022, así como también se tuvieron los siguientes objetivos específicos: a) Analizar la presencia de la credibilidad en las imágenes de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022, b) Analizar la presencia de la credibilidad en la redacción de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022, c) Analizar la presencia de la credibilidad en las fuentes de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022.

II. MARCO TEÓRICO:

A continuación, se muestran los antecedentes encontrados en diversas fuentes de información, tales como tesis doctorales y artículos de revistas indexadas, todas ellas en relación con investigaciones acerca del nivel de credibilidad de las publicaciones de un diario digital.

En cuanto a la revisión al respecto de la credibilidad que mantienen los medios digitales, se tiene que en base a los últimos estudios de la Universidad de Oxford (2021), que tuvieron como objetivo evaluar el consumo de medios online y offline de un grupo de estudiantes universitarios peruanos, se utilizó el enfoque cualitativo y se obtuvo que en el Perú, solo el 63% de la población consume noticias televisivas. Es en este sentido que las personas que buscan información a través de medios tradicionales cada vez son menos, puesto que en la actualidad los peruanos buscan informarse a través de los nuevos y modernos medios digitales. Esto a su vez enciende las alarmas con respecto a la credibilidad que sostienen las publicaciones de este tipo de medios, puesto que para la búsqueda de información, es primordial e importante saber si esta misma mantiene cierto nivel de confiabilidad.

Asimismo, Mumuni et al. (2020) en su estudio con el objetivo de analyze on OPR impact compared to review credibility, hicieron uso del enfoque cualitativo para sostener que source-related dimensions (expertise, credibility, and trustworthiness) significantly influence credibility. It is also important to note that source trustworthiness differs from source credibility, as it indicates the degree of confidence in the source's intent to communicate valid assertions without bias. Bajo esta premisa, se debe considerar a la fuente de información como una parte esencial y básica para la construcción de la credibilidad de un medio digital, frente a la percepción que tienen los consumidores de este tipo de contenido con respecto a sus publicaciones.

Por su parte, Palomares (2020) en su investigación con el objetivo de determinar la causa que ha generado la pérdida de la credibilidad en el periodismo deportivo, utilizó un enfoque cualitativo, contando con la participación de nueve profesionales de distintos medios de comunicación, quienes fueron consultados en

cuanto al formato y el contenido de los programas deportivos. Este estudio indica que la credibilidad que sostienen los medios frente a su audiencia no se da únicamente por la decisión de los primeros, sino que también se basa en la reputación que tenga la marca y la de los profesionales del periodismo que tengan en el cargo.

De igual manera, Who (2020) en su estudio con el objetivo de valer como pauta o referente para todos los agentes implicados en la implantación de la sociedad de la información hizo uso del enfoque cualitativo para afirmar que son las audiencias quienes terminan por determinar los grados de credibilidad y confianza que se le otorga a un medio determinado, así como también a toda aquella información que se encuentra en espacios tales como las redes sociales, las plataformas digitales y los servicios de mensajería instantánea. Tanto es así que incluso la propia Organización Mundial de la Salud (OMS) alertó a los consumidores de este tipo de contenido al respecto de la infodemia, término empleado para referirse a la abundancia de información sobre un tema en específico.

Por otro lado, Casero-Ripolles (2020) en su estudio con el objetivo de estudiar la influencia del nuevo coronavirus en el consumo de noticias, hizo uso del enfoque cualitativo empleando el análisis comparativo de datos secundarios para abordar, entre otros aspectos, el nivel de credibilidad otorgado a los medios de comunicación por parte de los ciudadanos americanos, utilizando como base los datos del Pew Research Center's American Trends Panel, obteniendo como resultado la aparición de un resurgimiento del protagonismo de los medios tradicionales como la televisión, motivado por la pérdida de la credibilidad en el contenido compartido a través de medios digitales. De igual forma, se identificó una reconexión de las audiencias más alejadas de la información con las noticias compartidas durante los últimos meses.

Del mismo modo, Masip et al. (2020) en su investigación con el objetivo de estudiar la manera en la que el consumo de información se ha transformado durante el último período de tiempo y la forma en la que los consumidores perciben la cobertura periodística desarrollada por los medios de comunicación, utilizaron un enfoque cualitativo para explorar la forma en la que los ciudadanos percibían la

cobertura mediática desarrollada por los medios de comunicación. Dentro de esta exploración se pudo encontrar que las audiencias mantuvieron una actitud crítica frente a la información que emitieron estos mismos medios. Esto se contrasta con el bajo nivel de credibilidad con el que cuentan determinados medios al compartir información no objetiva y con sesgos marcados en favor de intereses personales.

Por su parte, Rodríguez M.; Martínez V.; Juanatey O. (2020) en su estudio con el objetivo de estudiar cuáles son los factores que tienen influencia y sobre cuáles incide la credibilidad de un portal en línea, hicieron uso del enfoque cualitativo basado en el desarrollo de encuestas a estudiantes universitarios y el empleo de un modelo de ecuaciones estructurales. Estos mismos sostuvieron que, en cuanto al sector de las publicaciones de diarios en papel, la prensa ha sido afectada en gran medida, puesto que la digitalización ha desarrollado transformaciones importantes en su modelo de negocio. Ante esta realidad, la credibilidad resalta como factor relevante al momento de seleccionar fuentes digitales de información, ya que en lo que a prensa en línea se refiere, es importante saber identificar la veracidad de lo que se está consumiendo como contenido digital. Es entonces que para que un usuario digital sienta seguridad de que lo que está leyendo en un diario digital es verídico, este debe contar con el concepto de que este medio mantiene su nivel de credibilidad en todo sentido.

De la misma forma, Newman et al. (2020) en su investigación con el objetivo de estudiar los porcentajes del nivel de credibilidad de los medios digitales utilizaron el enfoque cuantitativo para afirmar que, en el escenario actual de los medios digitales, la credibilidad y la confianza se encuentran siendo examinadas a diario. En el último informe de Digital News Report se confirmó que la desconfianza en los medios online se ha incrementado a consecuencia de la aparición de una mayor cantidad de fake news. Dentro de 40 países que conformaron el estudio, el grado de confianza promedio se ubica en un 38%, en el caso puntual de España, el porcentaje cae a un 36%. Este decrecimiento solo refleja la realidad que enfrenta el nivel de credibilidad que tienen los consumidores digitales antes las publicaciones de medios web.

Con respecto a los factores relacionados al nivel de credibilidad, Cheung et al. (2012); Ismagilova et al. (2017) y Thomas et al. (2019) en su estudio con el objetivo de examine determinants of online review credibility and its effect on consumers' purchase intentions, hicieron uso del enfoque cualitativo y coincidieron en que, based on the above framework, we conceptualize the comprehensive model of eWOM credibility in which review and reviewer-related factors are the antecedents of the eWOM credibility, while response factors are the consequences of eWOM credibility. Esto destaca dos puntos importantes a tener en cuenta, la revisión y el revisor de la información publicada son los antecedentes de la credibilidad, mientras que los factores de respuesta son las consecuencias de la credibilidad como tal.

Por otro lado, Rodríguez P. (2019) señala que ante esta problemática, han surgido nuevas formas de conceptualizar este fenómeno, siendo algunas de estas las fake news, desórdenes informativos o desinformación como tal, siendo este último término uno de los más utilizados dentro del área académica. No obstante, el concepto de noticias falsas abunda en las redes sociales, concepto que debería ser reemplazado por el de desinformación, debido a que las noticias falsas no cubren todos los aspectos de la desinformación. En el debate por esta conceptualización, se consideró adecuado el término puesto que sirve para desacreditar al periodista y las motivaciones que encubre tras la producción de este tipo de noticias.

En otro aspecto, Borrat (2019) manifiesta que el hecho de conseguir fuentes de información confiables y de calidad le otorga prestigio a los medios de comunicación, puesto que entre mayor sea la calidad y diversidad del contenido informativo que se produce, mayor será su nivel de creatividad y por consiguiente su influencia. Es en este sentido que las fuentes de información de los medios digitales toman total importancia, ya que estos mismos reconocen que la fidelización de su público se basa en la confiabilidad que les ofrezcan dentro del contenido que producen.

También, Salaverría (2019) en su estudio con el objetivo de estudiar el periodismo digital como una disciplina afianzada, utilizó el enfoque cualitativo para

exponer que el periodista no debe limitarse a sólo a redactar simplemente para que el público consuma su contenido, sino que además debe buscar expresarse con su escritura con un estilo original que lo diferencie del resto. Es de este modo que la redacción periodística prevalece en la opinión pública puesto que su finalidad es transmitir con un estilo y lenguaje propio que a su vez genere credibilidad. Es en este sentido que el estilo periodístico propio debe buscar nuevos matices diferenciadores, sin perder por ningún motivo la orientación hacia la objetividad, para así mantener la tan buscada credibilidad.

Por su lado, Sandoval y Miranda (2019) en su estudio con el objetivo de estudiar de qué manera impactan las noticias falsas en redes sociales, particularmente en Facebook, hicieron uso del enfoque cualitativo, describiendo y analizando conceptos teóricos que sirven para comprender el fenómeno de las noticias falsas para afirmar que, en el análisis realizado sobre ciertas noticias falsas, estas mismas afectan el nivel de credibilidad del medio que las produce como tal, y a su vez influyen en el pensamiento colectivo. Los resultados de la investigación arrojan que la mayor parte de los jóvenes no logra distinguir entre una noticia verdadera y una falsa. Esto evidencia lo complicado que es para esta población reconocer la credibilidad del contenido producido por medios digitales y promocionado a través de distintas herramientas digitales de difusión.

Asimismo, Del Valle (2018) en su investigación con el objetivo de revisar la postura de las audiencias frente a la prensa y las nuevas tecnologías, e identificar el nivel de fiabilidad que los consumidores mantienen frente a los medios digitales, utilizó el enfoque cualitativo aplicando instrumentos de medición basados en la recolección de datos para sostener que, la credibilidad con la que cuenta la información, mantiene signos de veracidad, imparcialidad, precisión y rigor informativo, entre varios otros aspectos de la misma importancia, que deben cumplir para que sus consumidores ganen una conexión de confianza con el medio. Con esta afirmación, se dispone que la credibilidad del contenido de un medio digital debe estar basada en la verdad, sustentando la información desde fuentes confiables para así no caer en el error de promocionar noticias falsas.

Una de las dimensiones a tomar en cuenta al respecto de la información que compone una noticia es la veracidad. Al respecto, López (2018) entiende que para tener una cercanía con la verdad, es realmente importante la objetividad, puesto que esto es una forma previa de conseguir la seguridad de saber si los medios son veraces o no. Además, lo anterior también forma parte de desarrollar el buen periodismo con valores y principios éticos. En sintonía con lo mencionado, la credibilidad del contenido de un diario digital también puede ser repuesta a la objetividad con la que se maneja y se le da tratamiento a la información en este medio.

Otra dimensión que revisar según Wardle (2018), es la libertad de expresión y de información, sabiendo que estas conforman pilares fundamentales de la democracia, se debe de encontrar un límite que contraste con el derecho a la veracidad de la información que se recibe. El conocimiento original de la realidad es lo que les permite a los consumidores desarrollar una postura frente a los acontecimientos que nos rodean a diario, no obstante, el permanente flujo de información y las noticias falsas explotan la credibilidad al respecto de esta realidad, generando desinformación, entendida como cualquier contenido informativo falso que se haya producido y difundido de manera deliberada.

El mismo Wardle (2017) menciona que, cuando los mensajes con consistentes y coordinados, pueden lograr engañar fácilmente a las mentes de sus consumidores, ya agotados y cada vez más dependientes de la creación e invención de conocimientos, debido a la abrumadora cantidad de información que aparece ante sus ojos a diario. Cuando visualizamos una múltiple cantidad de mensajes en relación al mismo tema, el cerebro lo toma como un atajo psicológico y lo relaciona con la credibilidad encontrada en este tipo de contenidos en medios digitales.

Al respecto de la búsqueda de la credibilidad por parte del propio periodista, Blank (2017) en su estudio con el objetivo de analizar la credibilidad en los medios de comunicación digitales de la BBC, hizo uso del enfoque cualitativo para plantear que los periodistas se encuentran capacitados para ir en búsqueda y transmitir la noticia con total objetividad, como valoración del buen periodismo, esto teniendo en

cuenta que el corresponsal encargado debe contar con buenos valores, principios éticos y vocación por su trabajo. Son estos valores los que llevarán al periodista a desarrollar un trabajo óptimo con información contundente y confiable, para así no caer en la producción y promoción de contenido engañoso o falso.

Por otro lado, Metzger et al. (como se citó en Hellmueller & Trilling, 2012) sostienen que los estudios sobre la credibilidad de los medios giran en torno a tres principales elementos, quienes a su vez tienen una conexión entre sí que es completamente evidente para los propios autores. Estos elementos se componen por: la credibilidad de la fuente, la credibilidad del medio y la credibilidad del mensaje. Es en este sentido que la credibilidad de los contenidos que se producen y publican a través de medios digitales ubican distintas dimensiones relacionadas entre sí mismas para construir la percepción que tienen los consumidores digitales sobre estas mismas.

III. METODOLOGÍA:

3.1. Tipo y diseño de investigación:

3.1.1. Tipo de investigación:

El presente estudio utilizó la investigación de tipo básica. De acuerdo con CONCYTEC (2018), este tipo de investigación encuentra su motivación en la curiosidad y el gozo inmenso de encontrar nueva información. A su vez, esta investigación se sustenta como básica puesto que sirve de base para los estudios aplicados o tecnológicos, y es esencial para el desarrollo de la ciencia.

La presente tesis se considera de tipo básica, debido a que su estudio se orienta al análisis de las publicaciones de un diario digital para visibilizar el nivel de credibilidad que sostienen los consumidores digitales con respecto a estas mismas.

3.1.2. Diseño de investigación:

La presente investigación hizo uso del diseño hermenéutico. En concordancia con Quintana y Hermida (2019), la hermenéutica expone una opción diferente para la investigación focalizada en la interpretación de textos, la misma implica el desarrollo de un proceso dialéctico en donde el investigador se sumerge entre el todo y las partes del texto para lograr comprender adecuadamente a este mismo de manera estructurada.

De acuerdo con este concepto, el presente estudio se desarrolló con el diseño hermenéutico, puesto que revisó e interpretó diversas fuentes de información y a su vez, las mismas publicaciones del diario digital en cuestión, revisándolo parte a parte y llevándolo al análisis correspondiente para así obtener resultados que aporten al estudio del nivel de credibilidad de las publicaciones de un diario digital, y lograr entender con mayor precisión la postura de los consumidores de este tipo de contenido.

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización:

En el presente estudio se consideraron las siguientes categorías y subcategorías a ser analizadas, apoyadas de los criterios sobre los cuales se realizaron las comparaciones y clasificaciones. Como principal y única categoría se consideró la credibilidad, que como señalan Calvo, Juanatey y Martínez (2014),

depende de múltiples factores, tales como la percepción que tienen los usuarios o la audiencia al respecto de determinado medio de comunicación, de un periodista perteneciente a este mismo, o del contenido en sí de alguna noticia, motivo por el cual, esta categoría se dividirá en las subcategorías: veracidad, confiabilidad, objetividad y confianza.

De la misma forma, las subcategorías estarán divididas por ciertos criterios específicos. En el caso de la subcategoría veracidad, se tendrá como criterios el mensaje y el lenguaje. Por su parte, dentro de la subcategoría confiabilidad, se encuentran los criterios de concordancia e influencia. Asimismo, en la subcategoría objetividad, se tendrá como criterios la comprobación y la imparcialidad. Por último, dentro de la subcategoría confianza, se encuentran los criterios de empatía y comunicación.

3.3. Escenario de estudio:

El escenario de estudio de la presente investigación se ubica en un entorno digital en donde los diarios web generan publicaciones de manera constante, encontrando en estas mismas un nivel de credibilidad específico, en este caso se analizó el nivel de credibilidad de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022, así como también la percepción que tienen los consumidores digitales al respecto de este contenido.

De la misma forma, el diario digital La República se presenta también como escenario de estudio, puesto que fueron sus publicaciones las que se llevaron al análisis para determinar el nivel de credibilidad de estas mismas. Este medio digital es parte de un grupo periodístico aún más grande a nivel nacional, que se encarga de la producción y difusión de información a través de diferentes vías. En este caso, se analizó su sitio web que mantiene la misma misión relacionada a compartir información. Este diario digital dirige su contenido a un público cuyos intereses se encuentren basados en información relacionada a la política, sociedad, deportes, entre otros.

Por su parte, este público se encuentra conformado en su mayoría por el grupo de consumidores digitales, siendo el más destacado dentro de esta investigación, puesto que son ellos quienes consumen de manera casi diaria los

contenidos producidos por el diario digital, motivo por el cual también se utilizaron como sujetos de estudio en la entrevista a profundidad que se desarrolló. Este grupo se compone de personas que se encuentran en un rango etario de entre 18 y 25 años, de sexo indistinto y cuyo nivel socioeconómico se ubica en el sector B y C en su mayoría.

3.4. Participantes:

En el presente estudio, se contó con dos tipos de participantes, por un lado se encuentran cuatro personas ubicadas dentro del grupo de consumidores digitales a quienes se les hizo una entrevista a profundidad con respecto al nivel de credibilidad de las publicaciones del diario digital La República entre abril y julio del 2022.

Por otro lado, se ubican las fuentes de donde se obtuvo la información que se analizó, siendo principalmente las publicaciones del diario como tal, que se encuentran en su sitio web. Se hizo uso de estas publicaciones para que los entrevistados constaten el nivel de credibilidad que perciben de este contenido en cuestión.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

La técnica de recolección de datos que se utilizó en el presente estudio fue la observación. Según Campos y Lule (2012), esta técnica por sí misma representa una de las maneras más lógicas y sistematizadas para el registro visual y verificable de lo que se desea conocer. La observación consiste en hacer uso de los sentidos para describir, analizar o explicar una temática específica desde una perspectiva científica, confiable y válida.

Por su parte, el instrumento de recolección de datos que se usó fue la guía de observación. Según Campos y Lule (2012), este instrumento es el que permite al observador situarse en lo que realmente es objeto de estudio para la investigación, basándose en una serie de preguntas que responden a ciertos objetivos, y que son formuladas de manera correcta con el propósito de orientar la observación. Asimismo, es el medio que conduce a la obtención y recolección de información de un hecho o fenómeno en específico.

Como segunda técnica de recolección de datos utilizada en la presente investigación se tiene a la entrevista a profundidad. Según Morales, Bilbao y Meneses (2016), el desarrollo de esta técnica es uno de los procesos metodológicos más eficaces dentro de la investigación de tipo cualitativo, puesto que permite capturar una dimensión de la realidad social que no es posible desde otros paradigmas metodológicos.

En ese sentido, el instrumento de recolección de datos que se usó para esta técnica fue la guía de entrevista. Según Plascencia, este instrumento sirve como contexto para el estudio de situaciones actuales hipotéticas, teniendo a su vez un propósito doble: de evaluación y de intervención. La guía de entrevista fue diseñada teniendo en cuenta los principios teóricos del enfoque evolutivo-estructural piagetiano y tureliano y se compone por seis historias hipotéticas, dos largas y cuatro cortas.

3.6. Procedimiento:

Para la presente tesis, se procedió a identificar y desarrollar la búsqueda de la información relacionada a la credibilidad en medios digitales, a través de documentos tales como artículos de revistas indexadas, investigaciones científicas, y tesis doctorales que aborden la temática antes mencionada. Asimismo, se desarrolló la observación de determinadas publicaciones del diario digital La República, para de esta forma analizar el nivel de credibilidad que sostienen las mismas.

Posterior a ello, se desarrolló la entrevista a profundidad a cinco personas ubicadas dentro del grupo de consumidores digitales, lo que nos dió resultados más amplios con respecto a la percepción que tiene el público consumidor del contenido producido por este medio digital. Por último, se realizó el proceso de triangulación teniendo en consideración la revisión de documentos, la observación y la entrevista a profundidad, para así obtener la relación de todo el material analizado en conjunto con los datos adquiridos gracias a la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

3.7. Rigor científico:

La investigación presenta fundamentalmente el rigor científico respetando en absoluto el rigor como tal de la metodología de la investigación. Este punto es de vital importancia puesto que en este tipo de estudio, sirve como equivalente a lo que representa la validez y confiabilidad dentro de la investigación cuantitativa. De esta forma, los investigadores buscan la coherencia de las interpretaciones que surgen del estudio de una materia en específico con el objetivo de aportar algo nuevo a la comunidad científica. Para lograr darle la rigurosidad científica de la investigación al presente estudio, este proceso se desarrolla empleando los puntos desarrollados a continuación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

a) La dependencia o consistencia lógica: Denominada por algunos autores como una especie de confiabilidad cualitativa, la consistencia lógica implica que los resultados hallados como consecuencia del análisis realizado por diferentes investigadores deben mantener entre sí un alto nivel de congruencia y equivalencia, obteniendo así cierto grado de estabilidad. En el caso del presente estudio, la dependencia o consistencia lógica se encuentra presente, puesto que los autores revisados y las investigaciones consultadas han encontrado similitud entre sí en los resultados de las mismas, con respecto al nivel de credibilidad que mantienen los medios de comunicación digital.

b) La credibilidad: Hace referencia a la captación del significado completo y profundo de la experiencia de los participantes. Es la forma en la que los investigadores demuestran tener un gran manejo de la capacidad para comunicar y transmitir las emociones, pensamientos y puntos de vista de los participantes. Este punto no se debe encontrar bajo ninguna circunstancia sesgada por el pensamiento o las tendencias compartidas por los investigadores, y mucho menos se debe presentar la falta de autenticidad y honestidad. Dentro de la presente investigación, se guarda total respeto por las opiniones vertidas por los participantes, evitando alguna afección en las interpretaciones a consecuencia de creencias personales.

c) La auditabilidad o confirmabilidad: Este criterio se encuentra fuertemente vinculado a la credibilidad, puesto que hace énfasis en la disminución

de sesgos y tendencias de los investigadores. Implica el rastreo de las fuentes de información originales y su interpretación, y comprende la triangulación en base a la reflexión sobre los prejuicios y concepciones que pueda llegar a sostener el investigador. En el caso del presente estudio, la confirmabilidad o confirmación asegura su presencia gracias a un proceso de descarte de sesgos de los investigadores, para así analizar la temática de credibilidad en medios digitales con la objetividad necesaria.

d) La transferibilidad o aplicabilidad: La transferencia o también denominada traslado, no hace referencia a generalizar los resultados hacia una población más amplia, sino que busca dejar pautas para concebir una idea general del problema estudiado. En este sentido, la tarea del investigador es intentar en la medida de lo posible, mostrar su perspectiva sobre dónde y de qué forma encajan sus resultados en el campo de conocimiento de la temática abordada. Dentro de la presente investigación, se tratará en todo sentido de abordar la temática de la credibilidad en medios digitales desde todas las perspectivas posibles para así contribuir con la ampliación del conocimiento acerca de este fenómeno y al establecimiento de pautas para futuras indagaciones sobre el mismo.

3.8. Método de análisis de la información:

Para el presente estudio se hizo uso de la triangulación como método de análisis de la información. Para Okuto y Gómez (2005), en el marco de un estudio de enfoque cualitativo, el proceso de triangulación comprende la utilización de diversas estrategias con el fin de analizar un mismo fenómeno, por ejemplo, el uso de varios métodos (grupos focales, entrevistas individuales, talleres investigativos, entre otros).

En este sentido, la investigación se desarrolló haciendo un contraste entre los datos obtenidos mediante la observación, los datos hallados a través de la entrevista y la revisión de documentos científicos, para así conseguir una especie de validación de hallazgos, en lo que respecta a los resultados encontrados acerca de la temática de credibilidad en medios digitales. Para el presente estudio se hizo uso de técnicas tales como la observación y la entrevista a profundidad.

Dentro del periodo de desarrollo de la presente tesis se tomaron en cuenta diversos criterios para garantizar la calidad ética de la investigación, respetando el principio de propiedad de los autores de artículos e investigaciones científicas utilizadas en el estudio, citando adecuadamente todas estas fuentes de información antes mencionadas en base al manual APA 7ma edición. De la misma forma, se aplicaron los principios éticos desarrollados a continuación (Vicerrectorado de Investigación UCV, 2020).

a) Autonomía: Todos los integrantes del presente estudio cuentan con la capacidad de decidir al respecto de su participación o abandono de las investigaciones en el momento en que lo precisen. De esta forma se asegura la total autonomía de las personas involucradas en la presente investigación, la cual busca esclarecer diversos puntos en relación al nivel de credibilidad que mantienen los medios digitales frente a su audiencia.

b) Beneficencia: El presente estudio hace énfasis en la búsqueda del bienestar o de beneficios para los participantes de la investigación, puesto que su objetivo es el de generar un aporte académico a la comunidad científica, posicionando a los investigadores como creadores de pautas o bases de información para futuras indagaciones relacionadas al nivel de credibilidad que mantienen los medios digitales, que es la temática en cuestión que se abordará.

c) Competencia profesional y científica: Los participantes del estudio cumplen con los niveles requeridos de preparación académica para el desarrollo de la investigación, para así garantizar el cumplimiento del rigor científico en la realización de todo el proceso de investigación, hasta llegar a su publicación. Es mediante este principio que se asegura el correcto desarrollo de la investigación, puesto en manos de investigadores académicamente preparados.

d) Integridad humana: En la presente investigación el ser humano es reconocido por encima de todos los intereses de la ciencia, independientemente de su género, etnia, procedencia, estatus social o económico, cultura, cosmovisión u otra característica. Es en tal sentido que tanto los investigadores como los participantes del presente estudio tienen asegurado el respeto a su dignidad humana y el cuidado de su bienestar personal.

e) Justicia: Durante todo el desarrollo de la investigación se dará un trato justo e igualitario a los participantes de la misma, sin hacer omisión o exclusión alguna, esto con el objetivo de lograr un mejor desarrollo del propio estudio. Esto a su vez implica el principio de justicia con el que se le dará tratamiento a los datos recolectados acerca de la credibilidad que mantienen los medios digitales frente a su público consumidor.

f) No maleficencia: En el presente estudio se desarrollará un previo análisis para conocer posibles riesgos y beneficios antes de darle desarrollo a las investigaciones como tal, esto con el propósito de mantener el respeto por la integridad física y psicológica de los participantes de la investigación. Cabe destacar que esta misma se plantea bajo fines académicos y científicos, y carece en lo absoluto de objetivos malintencionados.

g) Respeto de la propiedad intelectual: Los investigadores del presente estudio se encuentran comprometidos a mantener fielmente el respeto por los derechos de propiedad intelectual de otros investigadores, haciendo énfasis en evitar el plagio de forma parcial o total de los estudios realizados por otros autores. Este principio se deberá mantener durante la revisión de todo material relacionado a la temática de credibilidad en medios digitales, tema principal abordado.

h) Transparencia: La presente investigación será divulgada de tal forma que haga posible replicar la metodología utilizada, así como también, que permita verificar la validez de los resultados. Es en este sentido que la información y los datos recabados a través de este estudio serán transparentados al momento de su publicación, permitiendo un acceso libre al conocimiento generado gracias a la investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

En el presente capítulo se presentan los resultados hallados a través de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos seleccionados para esta investigación, así como la discusión hecha en base a estos mismos resultados. Cabe precisar que este proceso se llevó a cabo haciendo uso de la herramienta digital Atlas.TI, la cual hizo posible la organización de los datos cualitativos recogidos.

Resultados e interpretación de datos recogidos en la guía de observación:

Mediante la aplicación de la guía de observación se pudieron hallar datos específicos con respecto al objetivo de analizar el nivel de credibilidad de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022. Se aplicaron seis guías de observación a distintas publicaciones del diario digital obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 1. *Resultados de las guías de observación de las publicaciones del diario digital La República*

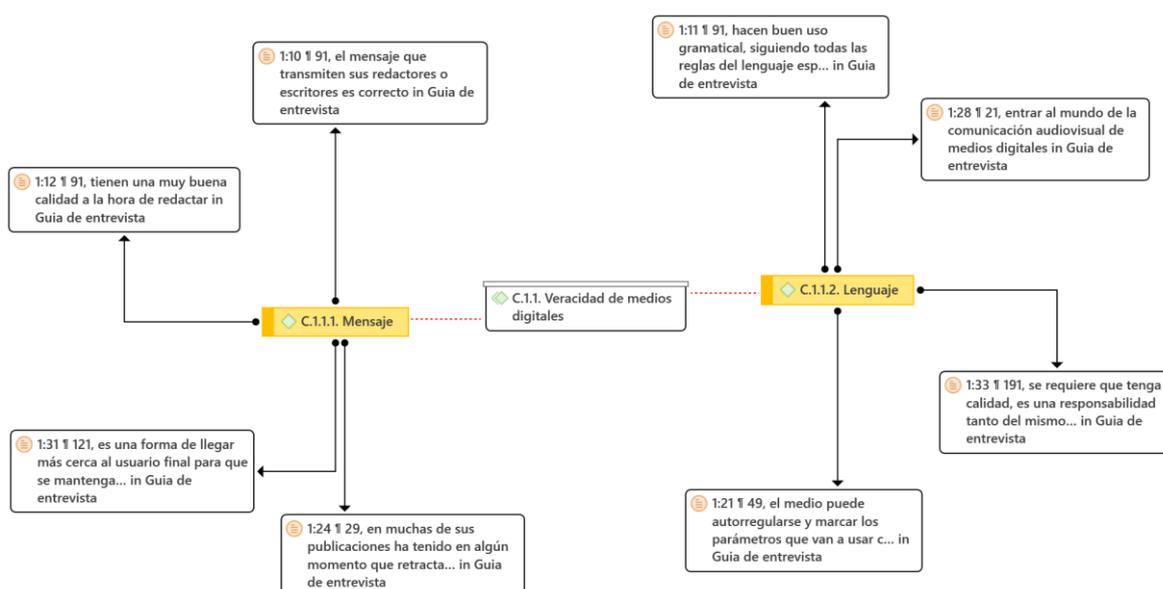
Publicaciones	Resultados
Semana Santa: ¿cuánto deben pagar por trabajar en los feriados?	La nota periodística cuenta con un alto nivel de credibilidad, puesto que la información publicada ha sido comprobada en base a datos reales existentes. Existe concordancia entre todo el texto, y se hace uso de un lenguaje apropiado para que el lector pueda entender la información de manera precisa.
Clases presenciales: ¿cómo agilizar el sistema educativo tras el regreso a las aulas?	Se ubica la información bien desarrollada, abarcando puntos importantes con respecto a la temática. No obstante, la nota basa en gran parte su información en lo señalado por un solo especialista, lo que genera cierto nivel de parcialidad en las declaraciones, dejando fuera de consideración la opinión de otras partes involucradas.
Retiro AFP: Pedro Castillo firmó hoy ley que permite retirar hasta S/ 18.400 de los fondos	La información es bastante extensa y el lenguaje utilizado puede llegar a confundir al lector, ya que hace uso de términos y conceptos complejos, que no son fáciles de comprender por las personas ajenas al plano

	político. Como punto positivo, el informe presenta la comprobación de la información al hacer uso de documentos oficiales
Liz Patricia Benavides Vargas es elegida nueva fiscal de la Nación	En este caso, la noticia cumple en su totalidad con el criterio de veracidad, puesto que la información publicada se pudo contrastar y encontrar en múltiples medios de comunicación, en base a un anuncio oficial. Se hace uso de un lenguaje apropiado para que el lector pueda comprender en su totalidad la información.
Ciudadanos marchan en contra del Gobierno de Pedro Castillo en pleno 28 de julio	La nota periodística cuenta con un mediano nivel de credibilidad, si bien es cierto la información publicada se encuentra verificada, esta misma es tratada con cierta parcialidad hacia una ideología política específica, lo que hace que se pierda el criterio de imparcialidad y se deforme el criterio de influencia.
Martín Vizcarra sobre Pedro Castillo: “Es el último discurso de Fiestas Patrias que va a dar”	La noticia basa su contenido en declaraciones conseguidas de primera mano, lo cual clarifica el mensaje y lo presenta de forma precisa. Sin embargo, se ubica nuevamente la influencia a favor de uno de los lados implicados, lo que imposibilita la presencia del criterio de objetividad.

En base al análisis hecho a las distintas publicaciones del diario digital La República, hechas entre los meses de abril y julio del 2022, dentro de las secciones de política, sociedad y economía, se puede interpretar que el nivel de credibilidad de este medio es considerablemente alto, puesto que encuentra en sus publicaciones una gran cantidad de criterios que aportan a la confiabilidad de estas mismas.

No obstante, es importante revisar también que, en ciertas publicaciones analizadas, se pudo observar que no se cumplían ciertos criterios de credibilidad, tales como la objetividad, la verificación y la influencia. Este último criterio fue el que presentó problemas en repetidas ocasiones, ya que la redacción en algunas ocasiones llega a estar parcializada por una ideología en específico del medio.

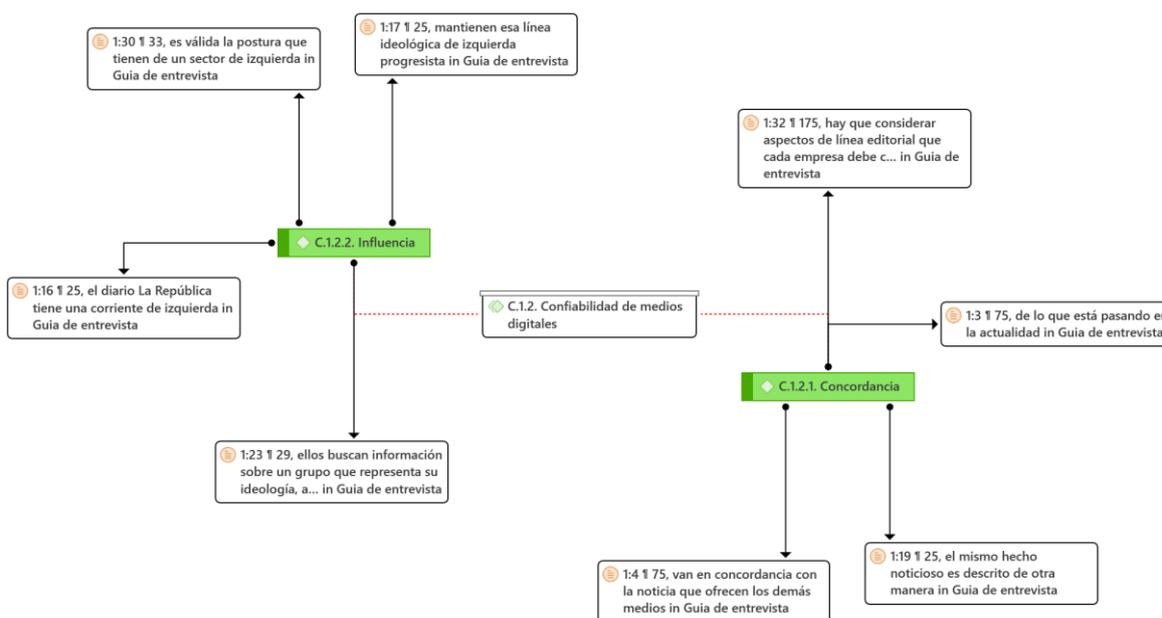
Figura 2. Subcategoría de veracidad en medios digitales



En cuanto a la subcategoría de veracidad en medios digitales, se utilizaron dos principales códigos, el mensaje y el lenguaje, partiendo de ello se consideraron las respuestas de los entrevistados E1, E2, E3 y E4, teniendo como resultado que en relación al mensaje, existen coincidencias entre los entrevistados con respecto a la forma en la que el diario La República le da tratamiento a la información en sus publicaciones, ya que logra transmitir de forma adecuada el mensaje. Por su parte, en cuanto al lenguaje, las opiniones brindadas por los participantes coinciden en que la forma de redacción de las publicaciones del diario digital es correcta y precisa, cumpliendo preceptos de calidad periodística.

Los entrevistados afirmaron que las publicaciones del diario logran transmitir de forma correcta el mensaje de la noticia, lo cual es cuestionado por Wardle (2017), quien indica que los mensajes coordinados pueden engañar de forma fácil a los consumidores, basándose en el uso de una cantidad abrumadora de información. Por otro lado, con respecto al lenguaje los participantes afirmaron que el diario digital utiliza un sistema de redacción el cual permite que la información sea entendida de forma efectiva, lo que coincide con lo mencionado por Salavarría (2019), quien expone que la redacción periodística debe desarrollarse con un estilo y lenguaje propio, sin perder la orientación hacia la objetividad, para conseguir que los mensajes emitidos sean comprendidos.

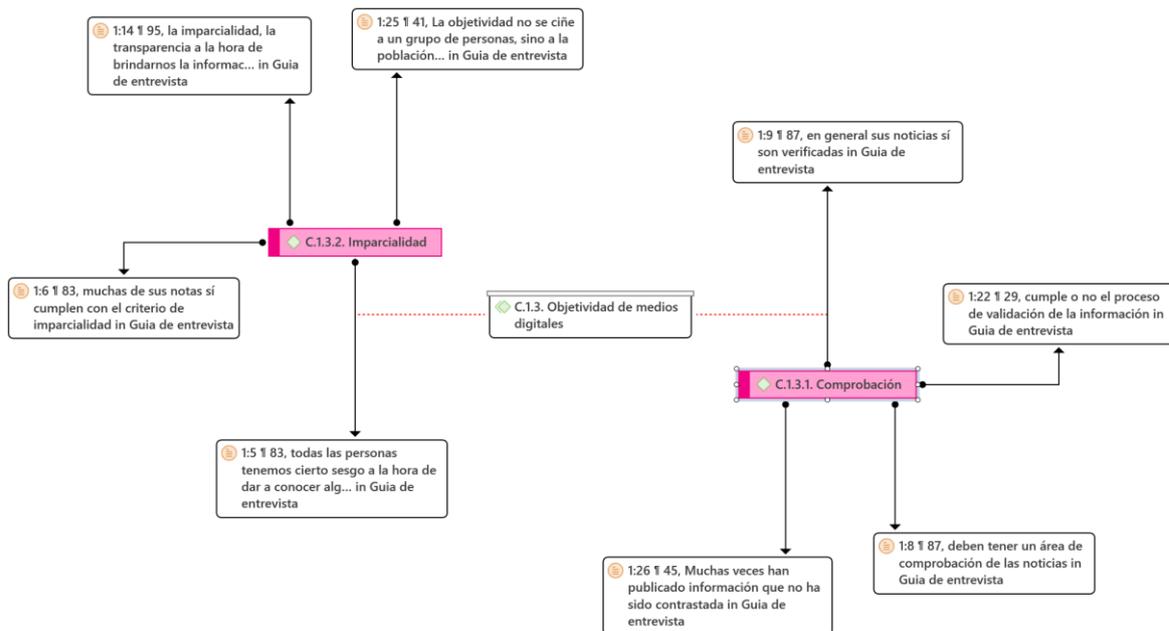
Figura 3. Subcategoría de confiabilidad en medios digitales



En relación a la subcategoría de confiabilidad en medios digitales se hizo uso de otros dos códigos, la influencia y la concordancia, teniendo ello como base se tomaron en consideración las respuestas de los entrevistados E1, E2, E3 y E4, obteniendo como resultado que en cuanto a la influencia, los participantes señalaron que las publicaciones del diario digital La República se encuentran sesgadas por una forma de pensamiento e ideología específica, teniendo una gran influencia en sus lectores en relación a esta misma posición. Por otro lado, en cuanto a la concordancia, los entrevistados difieren en el hecho específico de que la información encontrada en las publicaciones del diario digital, a veces concuerda con lo brindado por otros medios, mientras que en otras ocasiones no.

Esto se contrasta con lo expuesto por Blank (2019), el cual considera que el periodista encargado de la búsqueda y difusión de información debe trabajar con objetividad, libre de sesgos ideológicos y con principios éticos laborales, criterio que no se cumple en las publicaciones del diario digital en cuestión, según lo mencionado por los participantes. De la misma forma, los participantes relacionan conceptos de lo expuesto por Mumuni (2020) con respecto a importancia de la fuente como parte básica y esencial para la concordancia de la información, dando como respuesta que la información publicada por La República en ciertas ocasiones no concuerda con la ofrecida por otras fuentes.

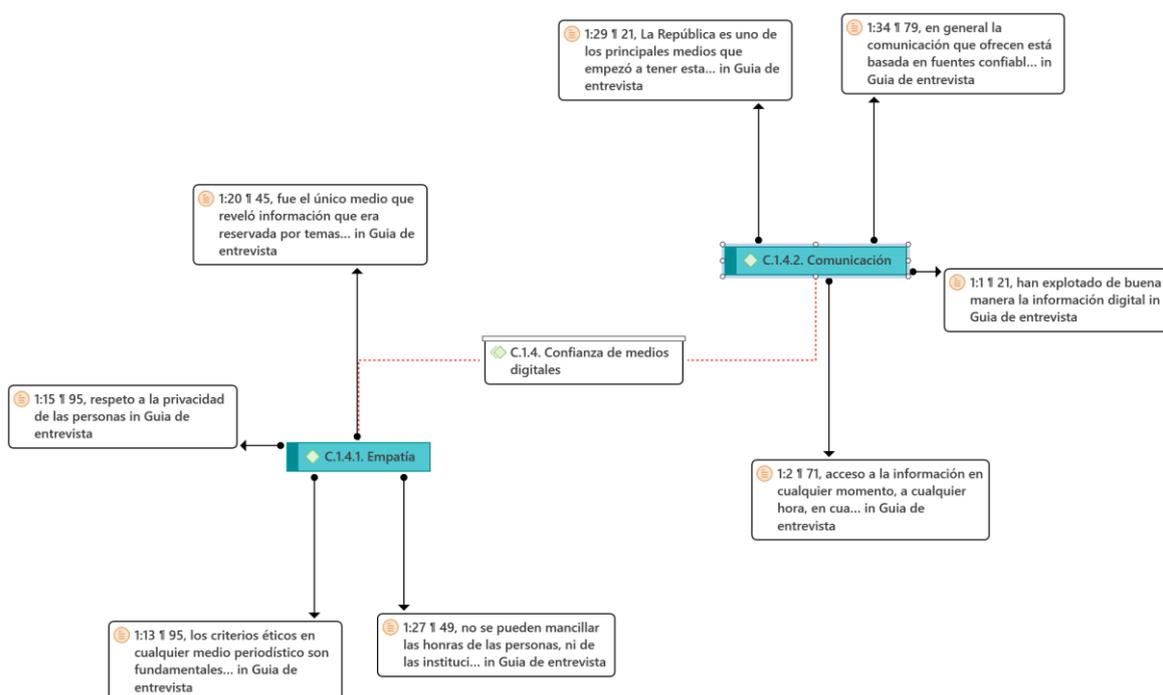
Figura 4. Subcategoría de objetividad en medios digitales



En cuanto a la subcategoría de objetividad en medios digitales, se usaron dos códigos principales, la imparcialidad y la comprobación, partiendo de ello se consideraron las respuestas de los entrevistados E1, E2, E3 y E4, teniendo como resultado que en relación a la imparcialidad, existen diferencias entre los entrevistados con respecto al grado utilizado de este criterio en las publicaciones del diario digital La República, ya que señalan que la transparencia a la hora de tratar y transmitir la información se encuentra presente, pero a su vez existe cierto sesgo a la hora de dar a conocer la noticia. Por su parte, en cuanto a la comprobación, la mayoría de opiniones brindadas por los participantes coinciden en que el diario digital en cuestión sí desarrolla un proceso de verificación y validación de la información.

Todo ello refuerza las afirmaciones de Estremadoyro (2009) quien hace mención de los conceptos de exceso de subjetividad y salida del marco ético dentro de la labor periodística, conceptos que fueron abordados por los participantes en referencia a la existencia de sesgos dentro de las publicaciones del diario digital. Por otro lado, las respuestas recogidas afirman que el medio sí desarrolla la verificación y validación de las noticias que transmiten, lo que difiere de la versión de Herrera (2017), quien indica que el nivel de credibilidad de los medios de comunicación ha decrecido durante los últimos años.

Figura 5. Subcategoría de confianza en medios digitales



En relación a la subcategoría de confianza en medios digitales se hizo uso de otros dos códigos, la empatía y la comunicación, teniendo ello como base se tomaron en consideración las respuestas de los entrevistados E1, E2, E3 y E4, obteniendo como resultado que en cuanto a la empatía, los participantes señalaron que el respeto por los criterios éticos es fundamental en todo medio, añadiendo a esto que en las publicaciones del diario digital La República existe una intermitencia en ese sentido, puesto que en ciertas ocasiones este criterio se encuentra presente, mientras que en otras definitivamente no. Por otro lado, en cuanto a la comunicación, los entrevistados coinciden en que el diario en cuestión permite el acceso a la información de forma efectiva, explotando de la mejor forma las herramientas digitales de comunicación.

Esto se contrasta a la perfección por lo mencionado por Acosta (2018) al señalar de la misma forma que los entrevistados que los medios digitales permiten a los usuarios finales acceder a la información de forma casi instantánea, haciendo uso efectivo de las tecnologías de la información y comunicación. De la misma forma, los participantes constatan la versión ofrecida por Bilbeny (2012), acerca de la percepción que tienen los consumidores sobre los medios digitales.

Figura 6. Nube de palabras



En este último gráfico se pueden visualizar los términos que constantemente fueron utilizados en el desarrollo de la entrevista, teniendo en consideración que las palabras dispersas de menor tamaño y ubicadas en el contorno de la figura son las que obtuvieron una menor frecuencia de repetición, mientras que las que se encuentran en el centro y con un aumento considerable de tamaño son las que más se repitieron durante las entrevistas.

Triangulación:

Tabla 2. *Triangulación de datos obtenidos en los instrumentos aplicados*

Categoría	Guía de observación	Guía de entrevista	Interpretación
Credibilidad de medios digitales	En base a los resultados obtenidos en las fichas de observación, se tiene que si bien es cierto las publicaciones del diario digital La República cumplen la mayor parte del tiempo con los criterios de credibilidad, existen ciertos casos en específico en los cuales sus publicaciones llegan a incurrir en faltas, relacionadas mayormente a la falta de objetividad e imparcialidad, uso inadecuado del lenguaje y la influencia sesgada que pueden transmitir a sus lectores.	Dentro de la interpretación de las entrevistas realizadas se pudo encontrar que los participantes difieren y coinciden en distintos aspectos que componen la credibilidad. Esto es un claro reflejo de la percepción dividida que alcanza a tener el diario y sus publicaciones como tal frente a los ojos de los consumidores digitales. Es importante remarcar que en múltiples ocasiones, las opiniones relacionadas a la falta de credibilidad del diario estuvieron relacionadas a la ideología propia del medio en sí.	Los resultados conseguidos a partir de la aplicación de ambos instrumentos permiten visualizar el cumplimiento de ciertos criterios que componen la credibilidad del diario digital La República, en cuanto a sus publicaciones respecta. No obstante, se identifica la presencia de algunas diferencias en cuanto a los resultados encontrados por lo que estos mismos fueron contrastados y puestos en discusión por los investigadores para tener el panorama claro con respecto a la credibilidad de las publicaciones del diario digital en cuestión.

V.CONCLUSIONES:

1. Se analizaron las publicaciones del diario digital La República, concluyendo que en estas mismas se puede ubicar la presencia de la credibilidad, ya que aplican criterios fundamentales de objetividad en el tratamiento de la información que comparten, sin embargo, existen problemas puntuales de falta de imparcialidad ubicados por los participantes como consecuencia de la evidenciada ideología sesgada que mantiene el medio en sí.
2. Se analizaron las imágenes de las publicaciones del diario digital La República, teniendo como conclusión que en estas mismas se puede identificar la presencia de la credibilidad, puesto que permiten ubicar en su contenido criterios base de confiabilidad en medios digitales tales como la comprobación de lo que se publica y la concordancia que mantiene con el material compartido por otros medios.
3. Se analizó la redacción de las publicaciones del diario digital La República, pudiendo concluir que en estas mismas se puede ubicar la presencia de la credibilidad, basada en el respeto de ciertos aspectos fundamentales de veracidad en medios digitales tales como la forma en la que se emite el mensaje en las publicaciones y el lenguaje utilizado para este mismo propósito.
4. Se analizaron las fuentes de las publicaciones del diario digital La República, concluyendo que estas mismas son cuestionadas en cuanto a la presencia de credibilidad que mantienen, puesto que en determinadas circunstancias incumplen con el respeto por los criterios éticos periodísticos, compartiendo información de procedencia no confirmada y que no ha sido contrastada.

VI. RECOMENDACIONES:

1. En base a la conclusión hallada en respuesta al objetivo general de estudio, se recomienda desarrollar investigaciones complementarias que aborden otras categorías relacionadas a la credibilidad en medios digitales, tales como la objetividad o la imparcialidad. Asimismo, las futuras investigaciones podrían analizar la influencia que tiene una ideología específica del medio digital como tal, sobre el contenido que este mismo produce.
2. Es recomendable el desarrollo de un estudio comparativo que analice el nivel de credibilidad de diferentes medios digitales nacionales, haciendo uso de los criterios de comprobación y concordancia para así identificar cuáles son los medios del país que cuentan con mayor credibilidad, en base a la forma de tratar y difundir la información. De esta forma se podrá conseguir un estudio más completo con la temática de credibilidad en medios digitales.
3. Se recomienda analizar a profundidad la forma en la que el medio digital en cuestión emite sus mensajes a través de las publicaciones que hace de manera diaria, permitiendo interpretar la percepción de la audiencia sobre el nivel de credibilidad que sostiene en sus redacciones. Es pertinente evaluar de forma exhaustiva este contenido para tener resultados claros referentes al estilo de redacción de un medio digital en búsqueda de credibilidad.
4. Es recomendable complementar la investigación con el desarrollo de un estudio cuantitativo que permita el uso de instrumentos pertenecientes al enfoque mencionado, en particular la aplicación de encuestas con el propósito de medir el grado de credibilidad específico con el que cuentan las fuentes del medio digital analizado. La aplicación del instrumento se le haría a una muestra significativa seleccionada de la población total de consumidores de contenido digital.

REFERENCIAS:

- Acosta, C. (2018). Medios digitales: Herramientas útiles para el crecimiento de las empresas. Obtenido de Entreperiodistas: <http://www.entreperiodistas.com/medios-digitales-herramientas-utiles/>
- Bilbeny, N. (2012). Ética del periodismo. La defensa del interés público por medio de una información libre, veraz y justa. Universidad de Barcelona
- Blank, J. (2017). Pursuing an Ethic of Empathy in Journalism. Editorial: Routledge Taylor & Francis Group. <https://www.routledge.com/Pursuing-an-Ethic-of-Empathy-inJournalism/Blank-Libra/p/book/9780367877088>
- Casero-Ripolles, A. (2020). Impacto del Covid-19 en el sistema de medios. Consecuencias comunicativas y democráticas del consumo de noticias durante el brote. El profesional de la información, 29 (2), 1-12. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Campos, G. y Lule, N. E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad, vol. VII, número 13 Universidad La Salle Pachuca pp. 45-60
- Campos, G. y Lule, N. E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. Xihmai, 7 (13), 45-60. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Del Valle R. (2018). Las audiencias activas y la credibilidad de los medios de comunicación en México [Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/47825/1/T39971.pdf>
- Estremadoyro, J. (2009). Reflexiones sobre la credibilidad periodística. Escritura y Pensamiento, Revista de Investigación UNMSM. Año XII, Nº 24. Recuperado de: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/letras/article/view/7734/673>
- Fernandez M.M., Martinez V.A., Juanatey O. (2020). Credibilidad en la prensa online: estrategia para la diferenciación y generación de audiencias. Recuperado de

<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/80275/62884>

- López – De Lerma Galán, J. (2018). El derecho a recibir información veraz en el sistema constitucional: El ejercicio profesional del periódico como garantía democrática. *Estudios de Deusto: Revista de la Universidad de Derecho*, 66 (1), 435 – 459. Recuperado de <https://revistaestudios.revistas.deusto.es/article/viewxdc/153>
- Masip, P., Aran-Ramspott, S., Ruiz-Caballero, C., Suau, J., Almenar, E. & Puertas-Graell, D. (2020). Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. *El Profesional de la Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>
- Morales. M, Bilbao. P y Menese. C (2016) La entrevista en profundidad como metodología en la Gestión Sostenible de la Cadena de Suministro. Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/71306/retrieve>
- Mumuni, A. G., O'Reilly, K., MacMillan, A., Cowley, S., & Kelley, B. (2020). Online Product Review Impact: The Relative Effects of Review Credibility and Review Relevance. *Journal of Internet Commerce*, 19(2), 153–191. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1700740>
- Okuto, M. y Gómez, C. (2005) *Revista Colombiana de Psiquiatría* (ISSN: 0034-7450) Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/806/80628403009.pdf>
- Palomares, P. (2020). La pérdida de credibilidad en el periodismo deportivo (trabajo de fin de grado). Universidad de Zaragoza, España.
- Plascencia M., Guía de entrevista y componentes de las reglas sociomORALES Recuperado de https://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area_tematica_06/ponencias/1743-F.pdf

- Quintana, L. y Hermida, J. (2019). La hermenéutica como método de interpretación de textos en la investigación psicoanalítica. *Perspectivas en Psicología: Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 16 (2),73-80. ISSN:1668-7175. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=483568603007>
- Rodríguez-Fernández, M.-M., Martínez-Fernández, V.-A., & Juanatey-Boga, Óscar. (2020). Credibilidad en la prensa online: estrategia para la diferenciación y generación de audiencias. *Profesional De La Información*, 29(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.31>
- Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *Profesional De La Información*, 28(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Sandoval y Miranda (2019) en su tesis de titulación, *Fake news y credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima, Perú. Caso: suicidio de Alan García (tesis de Licenciado)*. Recuperado de: https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2720/John%20Sandoval_Irving%20Miranda_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Thomas, M.-J., Wirtz, B. W., & Weyerer, J. C. (2019). Determinants of online review credibility and its impact on consumers purchase intention. *Journal of Electronic Commerce Research*, 20(1), 1–20. <http://www.jecr.org/node/573>
- Wardle, C. (2018). Information Disorder. Part 3: Useful Graphics. Recuperado de <https://bit.ly/2wjjRAX>
- Wardle. C (24 de Noviembre del 2020) Entrevista de Universitat Pompeu Fabra- Barcelona [Video multimedia] de <https://youtu.be/F5OILkMkE60>
- Wilson León Valle, Gabriela Vélez Bermello (2021). Inmediatez y veracidad de los hechos, un compromiso desdibujado desde el periodismo. *Chasqui*, 1(148), 309–326. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i148.4455>

World Health Organization – WHO (2020a, enero 31). 2019-nCoV outbreak is an emergency of international concern. <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/international-health-regulations/news/news/2020/2/2019-ncov-outbreak-is-an-emergency-ofinternational-concern>

ANEXOS:

Matriz de categorización:

Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022:

N°	Categoría	Subcategoría	Criterio
1	Credibilidad de medios digitales: Depende de múltiples factores tales como la percepción que tienen los usuarios o la audiencia al respecto de determinado medio de comunicación, de un periodista perteneciente a este mismo, o del contenido en sí de alguna noticia (Calvo, Juanatey y Martínez, 2014).	Veracidad	Mensaje
			Lenguaje
		Confiabilidad	Concordancia
			Influencia
		Objetividad	Comprobación
			Imparcialidad
		Confianza	Empatía
			Comunicación

Matriz de consistencia:

Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022:

Problema general	Objetivo general	Problemas específicos	Objetivos específicos	Categoría	Subcategorías
¿Cómo se encuentra la presencia de la credibilidad en las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022?	Analizar la presencia de la credibilidad en las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022	¿Cómo se encuentra la presencia de la credibilidad en las imágenes de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022?	Analizar la presencia de la credibilidad en las imágenes de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022	Credibilidad de medios digitales	Veracidad
		¿Cómo se encuentra la presencia de la credibilidad en la redacción de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022?	Analizar la presencia de la credibilidad en la redacción de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022		Confiabilidad
		¿Cómo se encuentra la presencia de la credibilidad en las fuentes de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022?	Analizar la presencia de la credibilidad en las fuentes de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022		Objetividad
		¿Cómo se encuentra la presencia de la credibilidad en las fuentes de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022?	Analizar la presencia de la credibilidad en las fuentes de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022		Confianza

Instrumentos de recolección de datos:

Guía de observación:

Título: Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022					
Noticia N°:		Día:		Título de la noticia:	
Titular:					
Subcategoría	Criterio	Sí	No	Descripción	Interpretación
Veracidad	Mensaje				
	Lenguaje				
Confiabilidad	Concordancia				
	Influencia				
Objetividad	Comprobación				
	Imparcialidad				
Confianza	Empatía				
	Comunicación				

Guía de entrevista:

Título: Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022	
Día:	Lugar:
Fecha:	Entrevistado:
Objetivo: Analizar la presencia de la credibilidad en las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022.	Respuestas:
Pregunta 1: ¿Qué opina acerca de los medios digitales creados con el fin de informar al consumidor?	
Pregunta 2: ¿Considera usted que las noticias del diario digital La República son creíbles?	
Pregunta 3: ¿Cree usted que el diario digital La República da a conocer sus fuentes cuando publica sus notas periodísticas?	
Pregunta 4: ¿Considera usted que las noticias del diario digital La República se desarrollan con objetividad?	
Pregunta 5: ¿Considera usted que el diario digital La República publica noticias verificadas?	
Pregunta 6: ¿Considera usted que el diario digital La República tiene buena calidad en sus redacciones periodísticas?	
Pregunta 7: ¿Considera usted que el diario digital La República cumple criterios éticos periodísticos para precisar la información?	
Pregunta 8: ¿Cree usted que el diario digital La República puede realizar cualquier tipo de publicación en base a la libertad de expresión en su plataforma web?	

Guía de observación:

<p>Título: Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022</p>					
<p>Noticia N°: 1</p>		<p>Día: 14/04/22</p>		<p>Título de la noticia: Semana Santa: ¿cuánto deben pagar por trabajar en feriados?</p>	
<p>Sección: Economía</p>					
<p>Subcategoría</p>	<p>Criterio</p>	<p>Sí</p>	<p>No</p>	<p>Descripción</p>	<p>Interpretación</p>
<p>Veracidad</p>	<p>Mensaje</p>	<p>x</p>		<p>La presente nota periodística se encuentra en relación a los pagos por parte de las empresas, a los trabajadores que cumplen con su jornada laboral en feriados. Esta misma detalla aspectos específicos tales como los montos de pago, y a su vez utiliza ejemplos brindados por especialistas, para que sirvan de guía para el público lector. De la misma forma, comparten cifras exactas en relación a las multas que recibirían las empresas en caso de incumplir con estos pagos.</p>	<p>En este caso, la noticia cuenta con un alto nivel de credibilidad, puesto que la información publicada ha sido comprobada en base a datos reales de los entes encargados de regular a las empresas dentro del país, y a su vez ha sido contrastada por la opinión de especialistas en la materia. Existe concordancia entre todo el texto, y se hace uso de un lenguaje apropiado para que el lector pueda entender la información de manera precisa.</p>
	<p>Lenguaje</p>	<p>x</p>			
<p>Confiabilidad</p>	<p>Concordancia</p>	<p>x</p>			
	<p>Influencia</p>		<p>x</p>		
<p>Objetividad</p>	<p>Comprobación</p>	<p>x</p>			
	<p>Imparcialidad</p>	<p>x</p>			
<p>Confianza</p>	<p>Empatía</p>	<p>x</p>			
	<p>Comunicación</p>	<p>x</p>			

Guía de observación:

<p>Título: Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022</p>					
<p>Noticia N°: 2</p>		<p>Día: 30/04/22</p>		<p>Título de la noticia: Clases presenciales: ¿cómo agilizar el sistema educativo tras el regreso a las aulas?</p>	
<p>Sección: Sociedad</p>					
<p>Subcategoría</p>	<p>Criterio</p>	<p>Sí</p>	<p>No</p>	<p>Descripción</p>	<p>Interpretación</p>
<p>Veracidad</p>	<p>Mensaje</p>	<p>x</p>		<p>La presente noticia aborda información con respecto a los retos educativos que enfrentó el Perú tras el retorno a clases presenciales en los colegios y la eliminación del distanciamiento físico. En relación a ello, se hace uso de la opinión de un especialista, quien detalla algunos procesos que a su parecer deben de ser aplicados para que el regreso a las aulas se desarrolle de una manera exitosa, luego de casi dos años en virtualidad.</p>	<p>En la noticia, se puede ubicar la información bien desarrollada, abarcando puntos importantes con respecto a la temática. No obstante, la nota basa en gran parte su información en lo señalado por un solo especialista, lo que genera cierto nivel de parcialidad en las declaraciones, dejando fuera de consideración la opinión de otras partes involucradas que manejan un contexto diferente. Esto trae consigo que la comprobación no pueda ser efectiva completamente.</p>
	<p>Lenguaje</p>	<p>x</p>			
<p>Confiabilidad</p>	<p>Concordancia</p>	<p>x</p>			
	<p>Influencia</p>	<p>x</p>			
<p>Objetividad</p>	<p>Comprobación</p>		<p>x</p>		
	<p>Imparcialidad</p>		<p>x</p>		
<p>Confianza</p>	<p>Empatía</p>	<p>x</p>			
	<p>Comunicación</p>	<p>x</p>			

Guía de observación:

<p>Título: Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022</p>					
<p>Noticia N°: 3</p>		<p>Día: 20/05/22</p>		<p>Título de la noticia: Retiro AFP: Pedro Castillo firmó hoy ley que permite retirar hasta S/ 18.400 de los fondos</p>	
<p>Sección: Economía</p>					
<p>Subcategoría</p>	<p>Criterio</p>	<p>Sí</p>	<p>No</p>	<p>Descripción</p>	<p>Interpretación</p>
<p>Veracidad</p>	<p>Mensaje</p>	<p>x</p>		<p>La presente nota periodística se encuentra en relación a la firma del en ese entonces presidente del Perú, Pedro Castillo, de la ley que permite el retiro extraordinario de los fondos privados de pensiones. En el desarrollo de la nota, se mencionan los plazos de entrega de estos fondos, así como los montos en específico que podrán ser retirados por más de ocho millones de afiliados, quienes son los principales beneficiados con esta norma.</p>	<p>En esta nota, la información es bastante extensa y el lenguaje utilizado puede llegar a confundir al lector, ya que hace uso de términos y conceptos complejos, que no son fáciles de comprender por las personas ajenas al plano político. Como punto positivo, el informe presenta la comprobación de la información al hacer uso de documentos oficiales del Estado, siendo estos mismos la fuente que asegura la presencia de la veracidad.</p>
	<p>Lenguaje</p>		<p>x</p>		
<p>Confiabilidad</p>	<p>Concordancia</p>	<p>x</p>			
	<p>Influencia</p>	<p>x</p>			
<p>Objetividad</p>	<p>Comprobación</p>	<p>x</p>			
	<p>Imparcialidad</p>	<p>x</p>			
<p>Confianza</p>	<p>Empatía</p>	<p>x</p>			
	<p>Comunicación</p>	<p>x</p>			

Guía de observación:

<p>Título: Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022</p>					
<p>Noticia N°: 4</p>		<p>Día: 21/06/22</p>		<p>Título de la noticia: Liz Patricia Benavides Vargas es elegida nueva fiscal de la Nación</p>	
<p>Sección: Política</p>					
<p>Subcategoría</p>	<p>Criterio</p>	<p>Sí</p>	<p>No</p>	<p>Descripción</p>	<p>Interpretación</p>
<p>Veracidad</p>	<p>Mensaje</p>	<p>x</p>		<p>La presente nota periodística abarca la elección de la nueva fiscal de la nación después de haber sido elegida por unanimidad y al saber que ocupaba el 1er puesto en las elecciones para el cargo de fiscal supremo titular y además tuvo una controversia al salir a la luz que su hermana estaba siendo investigada por el cobro para dejar libres a narcotraficantes.</p>	<p>En este caso, la noticia cumple en su totalidad con el criterio de veracidad, puesto que la información publicada se pudo contrastar y encontrar en múltiples medios de comunicación, en base a un anuncio oficial. Se hace uso de un lenguaje apropiado para que el lector pueda comprender en su totalidad la información.</p>
	<p>Lenguaje</p>	<p>x</p>			
<p>Confiabilidad</p>	<p>Concordancia</p>	<p>x</p>			
	<p>Influencia</p>	<p>x</p>			
<p>Objetividad</p>	<p>Comprobación</p>	<p>x</p>			
	<p>Imparcialidad</p>		<p>x</p>		
<p>Confianza</p>	<p>Empatía</p>	<p>x</p>			
	<p>Comunicación</p>	<p>x</p>			

Guía de observación:

<p>Título: Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022</p>					
<p>Noticia N°: 5</p>		<p>Día: 28/05/22</p>		<p>Título de la noticia: Ciudadanos marchan en contra del Gobierno de Pedro Castillo en pleno 28 de julio</p>	
<p>Sección: Sociedad</p>					
<p>Subcategoría</p>	<p>Criterio</p>	<p>Sí</p>	<p>No</p>	<p>Descripción</p>	<p>Interpretación</p>
<p>Veracidad</p>	<p>Mensaje</p>	<p>x</p>		<p>La presente nota periodística abarca que los ciudadanos marcharon el 28 de julio en contra del ex mandatario Pedro Castillo gritando arengas referente a que renuncie y que hacía daño al país. Por lo tanto, mientras el presidente estaba dando su mensaje a la nación en el hemiciclo, la ciudadanía en las diferentes avenidas rechazaban dicho discurso y presencia del ex mandatario.</p>	<p>La nota periodística cuenta con un mediano nivel de credibilidad, si bien es cierto la información publicada se encuentra verificada, esta misma es tratada con cierta parcialidad hacia una ideología política específica, lo que hace que se pierda el criterio de imparcialidad y se deforme el criterio de influencia.</p>
	<p>Lenguaje</p>	<p>x</p>			
<p>Confiabilidad</p>	<p>Concordancia</p>	<p>x</p>			
	<p>Influencia</p>	<p>x</p>			
<p>Objetividad</p>	<p>Comprobación</p>	<p>x</p>			
	<p>Imparcialidad</p>		<p>x</p>		
<p>Confianza</p>	<p>Empatía</p>	<p>x</p>			
	<p>Comunicación</p>	<p>x</p>			

Guía de observación:

<p>Título: Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022</p>					
<p>Noticia N°: 6</p>		<p>Día: 14/04/22</p>		<p>Título de la noticia: Martín Vizcarra sobre Pedro Castillo: “Es el último discurso de Fiestas Patrias que va a dar”</p>	
<p>Sección: Política</p>					
<p>Subcategoría</p>	<p>Criterio</p>	<p>Sí</p>	<p>No</p>	<p>Descripción</p>	<p>Interpretación</p>
<p>Veracidad</p>	<p>Mensaje</p>	<p>x</p>		<p>La presente nota periodística señala que el ex presidente Vizcarra declaró ante un medio periodístico que Pedro Castillo daría su último mensaje a la nación en condición de presidente, debido a que todas las carpetas fiscales estaban en su contra.</p>	<p>La noticia basa su contenido en declaraciones conseguidas de primera mano, lo cual clarifica el mensaje y lo presenta de forma precisa. Sin embargo, se ubica nuevamente la influencia a favor de uno de los lados implicados, lo que imposibilita la presencia del criterio de objetividad.</p>
	<p>Lenguaje</p>	<p>x</p>			
<p>Confiabilidad</p>	<p>Concordancia</p>	<p>x</p>			
	<p>Influencia</p>		<p>x</p>		
<p>Objetividad</p>	<p>Comprobación</p>	<p>x</p>			
	<p>Imparcialidad</p>	<p>x</p>			
<p>Confianza</p>	<p>Empatía</p>		<p>x</p>		
	<p>Comunicación</p>	<p>x</p>			

Guía de entrevista:

Título: Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022	
Fecha: 24/05/2023	Entrevistado: Percy Salinas
Lugar: Reunión virtual	Ocupación: Comunicador y consumidor digital
Objetivo: Analizar el nivel de credibilidad de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022.	Respuestas:
Pregunta 1: ¿Qué opina acerca de los medios digitales creados con el fin de informar al consumidor?	Los medios tradicionales en nuestro país estaban divididos en tres líneas distintas, netamente televisión de señal abierta, la radio que usaba la amplitud modulada y la frecuencia modulada y la prensa escrita, que eran periódicos, semanarios, dominicales y revistas mensuales. Hasta ese entonces ubicábamos tres tipos de medios de comunicación. Con el avance tecnológico, y la llegada de la digitalización de la información, los medios de comunicación (televisión, radio y prensa escrita) entienden que el negocio para llegar a un mayor alcance del objetivo de la información que producen es apuntar ya no solo a su material impreso físico, en el caso de la prensa escrita, en lo auditivo en el caso de la radio y en lo visual en la televisión, sino también a entrar al mundo de la comunicación audiovisual de medios digitales, de hecho La República es uno de los principales medios que empezó a tener esta presencia en medios de comunicación y lo ha sabido aprovechar de buena manera en la presencia de estos canales de comunicación. No obstante, más allá de la crítica de lo que hacen, ellos han explotado de buena manera la información digital para sus consumidores.
Pregunta 2: ¿Considera usted que las noticias del diario digital La República son creíbles? ¿Con base en qué?	Bueno tengo una discrepancia con el diario La República y me permito tenerla en base a la experiencia profesional de 26 años en este rubro. Hay que entender que el diario La República tiene una corriente de izquierda, de hecho los hijos que hoy manejan el diario mantienen esa línea

	<p>ideológica de izquierda progresista más o menos, entonces ellos siempre van a tener esa línea de comunicación, que a veces no cae bien a cierto sector. El Perú demográficamente en el tema político no es muy de izquierda, es de centro o de derecha, y la izquierda es un porcentaje muy pequeño, por ende a veces no tiene ese fundamento de credibilidad en las publicaciones que hacen a veces porque si empiezas a comparar sus publicaciones con las de otros medios, el mismo hecho noticioso es descrito de otra manera.</p>
<p>Pregunta 3: ¿Cree usted que el diario digital La República da a conocer sus fuentes cuando publica sus notas periodísticas?</p>	<p>Bueno, ningún medio de comunicación va a dar con precisión sus fuentes, no lo hacen. El problema está en qué fuentes utiliza, si cumple o no el proceso de validación de la información, un precepto que todos los periodistas tenemos que tener, el cruce de la información, validar la información. Como ellos buscan información sobre un grupo que representa su ideología, ahí viene el problema, y es cuando empieza a aparecer el cuestionamiento. De hecho el diario La República en muchas de sus publicaciones ha tenido en algún momento que retractarse en la información porque no ha sido precisa, eso es un grave error que tienen a veces los medios de comunicación cuando no cumplen el proceso básico de cruzar información.</p>
<p>Pregunta 4: ¿Considera usted que las noticias del diario digital La República se desarrollan con objetividad?</p>	<p>Volvemos al tema de la discrepancia, es válida la postura que tienen de un sector de izquierda, ya que en el país existe el derecho al libre pensamiento, pero si tú vas a dar una noticia que va a fomentar el sensacionalismo y no eres objetivo, ese es el problema que tienes. El diario La República en los últimos 4 o 5 años está recurrentemente cayendo en este sistema de querer sacar una información que tiene un tinte de izquierda y que al final a largo plazo tienen que hacer una fe de erratas, retractándose de la publicación, o a veces ni siquiera lo hacen, lo dejan así, luego otro medio hace la misma investigación y desarrolla los hechos, y desdice esa publicación del diario La República.</p>
<p>Pregunta 5: ¿Considera usted que el diario digital La República publica noticias verificadas?</p>	<p>A mi criterio, y en mi experiencia, creo que no, no lo están verificando, buscan el titular y luego tratan de enmendar la plana, cuando no validan la información. Me extraña porque conozco varios colegas de amplia experiencia que trabajan en el</p>

	<p>diario La República y he visto que han cometido varios errores, por interno les he dicho que la información está equivocada y me dicen que sí, pero queda en eso, sin retractarse. ¿Hay un sector que puede consumir ese servicio? Sí lo hay, ¿les gusta? sí, pero a la gran mayoría, lo dudo mucho.</p>
<p>Pregunta 6: ¿Considera usted que el diario digital La República tiene buena calidad en sus redacciones periodísticas?</p>	<p>¿Cómo definir calidad? Para ellos probablemente lo que producen es un producto de calidad, porque cumple los estándares que ellos quieren, el problema es cuando el medio de comunicación tiene una percepción desde adentro y no desde el usuario que lo consume, hay un choque de un aspecto ético, de un aspecto comercial, como vuelvo a repetir probablemente ese producto sea consumido por un grupo de gente que le interesa, me parece estupendamente bien, pero qué pasa con los otros que no estamos de acuerdo, entonces allí viene la respuesta, ¿tú haces las publicaciones para solo un sector? pues dilo abiertamente, ¿qué pasa con tus detractores, con la gente que no está de acuerdo con lo que piensas? La objetividad no se ciñe a un grupo de personas, sino a la población total.</p>
<p>Pregunta 7: ¿Considera usted que el diario digital La República cumple criterios éticos periodísticos para precisar la información?</p>	<p>Bueno como mencioné, a mi criterio y experiencia, creo que no. Muchas veces han publicado información que no ha sido contrastada, nunca han tenido la capacidad moral o de idoneidad de pedir disculpas o retractarse públicamente, imagino por un tema estratégico comercial, que un medio que asume una responsabilidad diciendo que se equivocaron, ellos en su percepción van a perder espacio en cuanto a usuarios, ahora, la libertad de expresión tiene ciertas limitantes, una de ellas es salvaguardar los preceptos básicos de lo que es un medio de comunicación, ¿el diario La República lo cumple? a mi parecer no. No estoy en una postura sesgada sino que son los hechos y el comportamiento que han tenido en situaciones complejas. Un claro ejemplo, cuando se tomó la embajada de Japón y se hizo un proceso para el rescate, fue el único medio que reveló información que era reservada por temas de inteligencia y ellos advirtieron de la construcción de un túnel, lo que pudo haber puesto en riesgo el rescate de tantas personas, entonces claro, era el hecho noticioso, pero ahí viene el tema de criterio de conciencia, ¿es más importante el hecho noticioso o el interés</p>

	nacional? esa es la pregunta que muchos que hemos vivido en esa época nos hacemos.
Pregunta 8: ¿Cree usted que el diario digital La República puede realizar cualquier tipo de publicación en base a la libertad de expresión en su plataforma web?	A ver, esto trae consigo todo un debate. La libertad de expresión es un derecho, pero tanto como derechos, tenemos deberes, y como deberes, los periodistas tenemos un código de conducta, de hecho se nos enseña a todos que el periodista tiene que validar información porque no podemos manchar las honras. Sobre esto de la libertad de expresión, no podemos decir cualquier cosa que no tenga un sustento, porque no se pueden mancillar las honras de las personas, ni de las instituciones, de gobiernos, de políticos, a menos que tengas evidencia contundente, verificada y proporcionada a los organismos de control de justicia. Solo así, viendo que esas personas no cumplen con su trabajo, tú haces pública una información. La República muchas veces ha cometido errores delicados en nuestro país y nunca pidieron disculpas hasta el día de hoy, y la gente no se va a olvidar de esa situación. Entonces, la libertad de expresión no es una licencia para hacer lo que quieras ya sea en un producto físico o digital, claro está que en lo digital no hay una regulación, pero el medio puede autorregularse y marcar los parámetros que van a usar como medio de comunicación. La República tiene ese problema y hasta que no cambie su mando directivo van a seguir teniendo el mismo problema.

Guía de entrevista:

Título: Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022	
Fecha: 24/05/2023	Entrevistado: Antonio Soraluz
Lugar: Reunión virtual	Ocupación: Estudiante y consumidor digital
Objetivo: Analizar el nivel de credibilidad de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022.	Respuestas:
Pregunta 1: ¿Qué opina acerca de los medios digitales creados con el fin de informar al consumidor?	Bueno, considero que a día de hoy, los medios digitales son una herramienta muy invaluable e indispensable para que las personas tengan acceso a la información en cualquier momento, a cualquier hora, en cualquier lugar, siendo pues muchas veces parte de las primicias de las noticias, ya que a través de las redes sociales o medios digitales se puede compartir la noticia de primera mano.
Pregunta 2: ¿Considera usted que las noticias del diario digital La República son creíbles? ¿Con base en qué?	Con base en mi experiencia personal, al haber consultado y leído varios de sus artículos para contrastar la información que me brindan con otros medios, considero que son bastante creíbles, contrastándolo como repito con otros medios, ya que van en concordancia con la información que se brinda por ejemplo en noticias de lo que está pasando en la actualidad en el país, van en concordancia con la noticia que ofrecen los demás medios.
Pregunta 3: ¿Cree usted que el diario digital La República da a conocer sus fuentes cuando publica sus notas periodísticas?	Sí, las da a conocer en caso de que sean noticias que no tengan algún tipo de repercusión con sus fuentes sí las brindan. Hay otros casos en los cuales por temas de seguridad no brindan las fuentes, como a veces vemos en noticias en donde se filtra cierta información dentro de la política o dentro de instituciones públicas las cuales no pueden revelar sus fuentes por tema de repercusión laboral, pero en general la comunicación que ofrecen está basada en fuentes confiables.

<p>Pregunta 4: ¿Considera usted que las noticias del diario digital La República se desarrollan con objetividad?</p>	<p>Considero que hay cierta objetividad partiendo desde el punto y el hecho que todas las personas tenemos cierto sesgo a la hora de dar a conocer algún tema, pero es muy importante en mi opinión que los medios sean lo más imparciales posibles. En el caso de La República, muchas de sus notas sí cumplen con el criterio de imparcialidad, pero hay algunas que no, aunque va más por un tema de incluso opinión e ideología del propio diario. Entonces en cierto punto puedo decir que en gran parte de sus noticias sí lo son, son objetivos, pero en otras no.</p>
<p>Pregunta 5: ¿Considera usted que el diario digital La República publica noticias verificadas?</p>	<p>Creo que como todo medio y más aún hablando de uno de los medios más grandes de nuestro país, deben tener un área de comprobación de las noticias. Ha habido alguna que otra noticia un poco tendenciosa o en la que el titular se trata de virar hacia otro punto del cual no es el caso, pero en general sus noticias sí son verificadas.</p>
<p>Pregunta 6: ¿Considera usted que el diario digital La República tiene buena calidad en sus redacciones periódicas?</p>	<p>Habiendo leído muchas notas, artículos de opinión, noticias en general en La República, considero que el mensaje que transmiten sus redactores o escritores es correcto, hacen buen uso gramatical, siguiendo todas las reglas del lenguaje español, así que considero que sí tienen una muy buena calidad a la hora de redactar las notas.</p>
<p>Pregunta 7: ¿Considera usted que el diario digital La República cumple criterios éticos periodísticos para precisar la información?</p>	<p>Pienso que los criterios éticos en cualquier medio periodístico son fundamentales para garantizar la integridad de la información que nos brindan. En el caso específico de La República, yo creo que sí están cumpliendo con sus criterios, criterios tales como la imparcialidad, la transparencia a la hora de brindarnos la información, transparencia también en el sentido de dar la noticia en base a fuentes confiables y en muchas notas en donde se puede hablar de algún tipo de abuso o violencia doméstica, brindan el respeto a la privacidad de las personas.</p>
<p>Pregunta 8: ¿Cree usted que el diario digital La República puede realizar cualquier tipo de publicación en base a la libertad de expresión en su plataforma web?</p>	<p>Yo pienso que la libertad de expresión es un derecho fundamental que debe primar en todas las democracias del mundo, es una ventana que nos permite poder criticar a los gobiernos y al poder, pero siempre con un límite, el cual no debe de traspasar esa delgada línea que hay entre la libertad de expresión y la difamación, o el racismo, o ciertas</p>

	<p>actitudes que son negativas. Entonces debería el diario La República poder redactar sus noticias con total libertad de expresión por supuesto, pero siempre bajo una línea basada en principios que no busquen dañar a terceros.</p>
--	---

Guía de entrevista:

Título: Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022	
Fecha: 24/05/2023	Entrevistado: Mitzy Dávalos
Lugar: Cercado de Lima	Ocupación: Comunicadora y consumidora digital
Objetivo: Analizar el nivel de credibilidad de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022.	Respuestas:
Pregunta 1: ¿Qué opina acerca de los medios digitales creados con el fin de informar al consumidor?	Me parece que está muy bien, ya que es una forma de llegar más cerca al usuario final para que se mantenga informado.
Pregunta 2: ¿Considera usted que las noticias del diario digital La República son creíbles? ¿Con base en qué?	Sí, considero que son creíbles debido a su demanda, ya sea en venta y en la difusión de interacción en sus diferentes redes sociales.
Pregunta 3: ¿Cree usted que el diario digital La República da a conocer sus fuentes cuando publica sus notas periodísticas?	Sí las da a conocer, porque en ciertas ocasiones hace mención o sobrepone a algunos investigados donde se puede tomar cartas en el asunto.
Pregunta 4: ¿Considera usted que las noticias del diario digital La República se desarrollan con objetividad?	Las noticias se desarrollan con objetividad de mi parte yo considero que sí.
Pregunta 5: ¿Considera usted que el diario digital La República publica noticias verificadas?	Estoy segura que sí, de hecho tiene una sección que se llama verificador, entonces están verificadas por una fuente confiable.
Pregunta 6: ¿Considera usted que el diario digital	En general yo podría decir que sí, debido a que se ponen diferentes textos donde cada redacción

<p>La República tiene buena calidad en sus redacciones periodísticas?</p>	<p>contiene su calidad de redacción.</p>
<p>Pregunta 7: ¿Considera usted que el diario digital La República cumple criterios éticos periodísticos para precisar la información?</p>	<p>Se nota que cumple con los criterios básicos.</p>
<p>Pregunta 8: ¿Cree usted que el diario digital La República puede realizar cualquier tipo de publicación en base a la libertad de expresión en su plataforma web?</p>	<p>Sí de que es capaz de hacerlo sí, porque la libertad de expresión le ayuda a poder difundir de una u otra manera.</p>

Guía de entrevista:

Título: Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022	
Fecha: 24/05/2023	Entrevistado: Viyú Castillo
Lugar: San Martín de Porres	Ocupación: Estudiante y consumidora digital
Objetivo: Analizar el nivel de credibilidad de las publicaciones del diario digital La República entre los meses de abril y julio del 2022.	Respuestas:
Pregunta 1: ¿Qué opina acerca de los medios digitales creados con el fin de informar al consumidor?	Por supuesto que sí, porque además es una gran forma de llegar a los consumidores de una manera rápida y precisa.
Pregunta 2: ¿Considera usted que las noticias del diario digital La República son creíbles? ¿Con base en qué?	Considero que en un 50 / 50, porque hay que considerar aspectos de línea editorial que cada empresa debe cumplir o acatar a las reglas y sobre todo en la política.
Pregunta 3: ¿Cree usted que el diario digital La República da a conocer sus fuentes cuando publica sus notas periodísticas?	En su página web si coloca sus fuentes y ello también proporciona mayor credibilidad además todo medio periodístico escrito o televisivo debe colocar la fuente porque ahora la gente no cree mucho en los medios.
Pregunta 4: ¿Considera usted que las noticias del diario digital La República se desarrollan con objetividad?	La objetividad está cuestionada porque ayer estaba leyendo una encuesta sobre los medios de comunicación y cuestionaba bastante que la audiencia no apoyaba los medios de información, entonces la objetividad y transparencia no están cumpliendo con estos términos.
Pregunta 5: ¿Considera usted que el diario digital La República publica noticias verificadas?	Si es un medio muy reconocido a nivel nacional se requiere que sus publicaciones sean verificadas no obstante si es que hubiera un caso que ha publicado y se hubiera equivocado en un hipotético caso es más que obvio se debe colocar la rectificación.

<p>Pregunta 6: ¿Considera usted que el diario digital La República tiene buena calidad en sus redacciones periodísticas?</p>	<p>Es un medio reconocido y se requiere que tenga calidad, es una responsabilidad tanto del mismo jefe como de sus colaboradores donde el mismo jefe debe corroborar la información y si nota que hay calidad porque hay cantidad de periodistas expertos en ellos y cada periodista especializado en cada ámbito.</p>
<p>Pregunta 7: ¿Considera usted que el diario digital La República cumple criterios éticos periodísticos para precisar la información?</p>	<p>Considero que 50 / 50 ya que como es un medio reconocido hay periodistas que deben regirse a la línea editorial, porque también se manifiestan de una u otra manera.</p>
<p>Pregunta 8: ¿Cree usted que el diario digital La República puede realizar cualquier tipo de publicación en base a la libertad de expresión en su plataforma web?</p>	<p>Sí, tiene la libertad de expresión debido a que pueden subir notas ya sea de cualquier ámbito y poder expresarlas ampliamente de una u otra manera.</p>

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Rios Incio, Felipe Anderson
 Título y/o Grado: Doctor en Comunicación social

Ph. D ()	Doctor (X)	Magíster ()	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	--------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo
 Fecha: 27/04/2023

Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las categorías de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las categorías de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de recolección, se relacionan con el objetivo?	x		
7	¿El diseño del instrumento de recolección facilitará el análisis e interpretación de datos?	x		
8	¿Del instrumento de recolección, los datos serán objetivos?	x		
9	¿El instrumento de recolección será accesible a la población sujeto de entrevista?	x		
10	¿El instrumento de recolección es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
	TOTAL			

SUGERENCIAS:



 Firma del experto
 Dr. Felipe Anderson, Rios Incio

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Ballón Soto, Luis Enrique

Título y/o Grado: Maestro en Gestión del Talento Humano

Ph. D ()	Doctor ()	Magíster (X)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	----------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 29/04/2023

Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las categorías de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las categorías de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de recolección, se relacionan con el objetivo?	x		
7	¿El diseño del instrumento de recolección facilitará el análisis e interpretación de datos?	x		
8	¿Del instrumento de recolección, los datos serán objetivos?	x		
9	¿El instrumento de recolección será accesible a la población sujeto de entrevista?	x		
10	¿El instrumento de recolección es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
	TOTAL			

SUGERENCIAS: Se sugiere complementar la investigación con un instrumento adicional para facilitar y ampliar datos.



Firma del experto
Mgtr. Luis Enrique, Ballón Soto

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mariano Octavio, Vargas Arias

Título y/o Grado: Lic. en Ciencias de la comunicación / Mgtr. Docencia universitaria

Ph. D ()	Doctor ()	Magíster (X)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	----------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 30/04/2023

Estudio de la credibilidad del diario digital La República entre abril y julio, en consumidores digitales de Lima, 2022

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las categorías de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las categorías de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de recolección, se relacionan con el objetivo?	x		
7	¿El diseño del instrumento de recolección facilitará el análisis e interpretación de datos?	x		
8	¿Del instrumento de recolección, los datos serán objetivos?	x		
9	¿El instrumento de recolección será accesible a la población sujeto de entrevista?	x		
10	¿El instrumento de recolección es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
	TOTAL			

SUGERENCIAS:



Firma del experto

Mgtr. Mariano Octavio, Vargas Arias