



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Contenidos audiovisuales y efectividad comunicacional del  
programa “Goresam Noticias” de Goresam tv, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORAS:

Grados Saavedra, Lucia Lisa Laurie (orcid.org/0000-0001-7867-6615)

Macedo Ramirez, Sally Fiorella (orcid.org/0000-0002-9611-5579)

ASESORA:

Dra. Arango Aramburu Johana Elizabeth (orcid.org/0000-0002-6559-2321)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

Dedico este importante paso en mi vida a mi madre por su amor inconmensurable, a mi hijo Christopher quien desde su llegada me convirtió en una persona tan resiliente que jamás creí que podría ser, mi amado Geovanny por su paciencia, amor y apoyo en cada momento bueno y malo durante todos estos años juntos, realmente, el me ayuda a alcanzar el equilibrio que me permite dar todo mi potencial, lo estoy logrando.

### **Lucia**

A Dios quien me brindó la sabiduría para poder culminar este trabajo, a mis dos madres, Mary y Melina, quienes fueron mi principal fuente de inspiración para poder superarme como persona y profesional, mi enamorado, por apoyarme en las veces que quise decaer. Lo hice.

### **Sally**

## **Agradecimiento**

Gracias a todos los docentes que fueron parte de mi formación profesional, amigos y familiares que siempre creyeron en mi potencial, y a quienes nunca me negaron la oportunidad de seguir aprendiendo, y a nuestra asesora por sus enseñanzas para este proceso.

**Lucia**

A mis docentes que me acompañaron en toda mi vida estudiantil. Al Gobierno Regional San Martín por facilitarnos la información requerida para lograr el éxito de la presente investigación. y a Lucía Grados, por la amistad y trabajo en equipo para lograr este objetivo.

**Sally**

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	ii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice figuras.....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	11
3.2. Variable, operacionalización .....	11
3.3. Población, muestra, criterios de selección y unidad de análisis.....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	14
3.5. Procedimientos .....	16
3.6. Métodos de análisis de datos .....	16
3.7. Aspectos éticos.....	17
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN .....	22
VI. CONCLUSIONES.....	25
VII. RECOMENDACIONES .....	27
REFERENCIAS .....	28
ANEXOS .....	34

## Índice de tablas

Tabla 1: Nivel de los contenidos audiovisuales del programa “Goresam Noticias” de Goresam Tv, 2022.....	18
Tabla 2: Nivel de efectividad comunicacional del programa “Goresam Noticias” de Goresam Tv, 2022.....	18
Tabla 3: Prueba de normalidad .....	19
Tabla 4: Nivel de las dimensiones de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa “Goresam Noticias” de Goresam tv, 2022 .....	19
Tabla 5: Nivel de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa “Goresam Noticias” de Goresam Tv, 2022 .....	20

## Índice figuras

Figura 1. Gráfico de dispersión entre los contenidos audiovisuales y la efectividad comunicacional.....	21
---	----

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el impacto de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022. El diseño básico del estudio fue transversal, descriptivo y correlativo, con una población de 122 365 habitantes y un tamaño de muestra de 383 habitantes de la ciudad .La encuesta se utilizó como método de recolección de datos , mientras que el cuestionario sirvió como instrumento de la encuesta .Los resultados mostraron que el nivel de contenido audiovisual fue promedio en 55,1%, por debajo del promedio en 30% y por encima del promedio en 14,9%, mientras que la efectividad de la comunicación fue promedio en 50,1%, por debajo del promedio en 30% y por encima del promedio en 19,8%.Conclusión: El contenido audiovisual y la eficacia comunicativa del programa "Goresam Noticias" de Goresam TV tienen una poderosa influencia, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,959 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); además, solo el 91.17 % de los contenidos audiovisuales influye en la efectividad comunicacional.

Palabras clave: efectividad, audiovisuales, comunicación, información

## **Abstract**

The objective of the research was to determine the impact of audiovisual content on the communicational effectiveness of the Goresam TV program "Goresam Noticias", 2022. The research was basic type, non-experimental, cross-sectional and descriptive correlational design, whose population was 122 365 inhabitants and the sample was 383 citizens. The data collection technique was the survey and the questionnaire as an instrument. The results determined that the level of audiovisual content was medium in 55.1%, low in 30% and high in 14.9%; communicational effectiveness was medium in 50.1%, low in 30% and high in 19.8%. Concluding that there is an eloquent impact of the audiovisual content and the communicational effectiveness of the Goresam TV program "Goresam Noticias", 2022, since the statistical analysis of Spearman's Rho was 0.959 (very high positive correlation) and a p value equal to 0.000 ( $p\text{-value} \leq 0.01$ ); In addition, only 91.17% of audiovisual content influences communication effectiveness.

Keywords: effectiveness, audiovisual, communication, information



## **I. INTRODUCCIÓN**

Hoy en día, la sociedad siempre está cambiando en lo que respecta a los métodos de comunicación, el génesis de los principales medios de comunicación data la historia y el proceso que pasaron para ir evolucionando dentro de ella. Es así que, en el siglo actual, los medios analógicos y digitales, sirven para que el actor social pueda mantenerse al tanto de las informaciones y sucesos que transcurren en su entorno y en el mundo.

Las informaciones y datos que se presentan a diario en la humanidad, tienen que ser transmitidas para el conocimiento del público, esta se hace a través de los medios de comunicación que las empresas opten por trabajar. A raíz de ello, la emisión de las noticias tiene un desempeño interesante dentro de la sociedad y el concepto de la calidad del contenido de los noticieros ha sido puesto en práctica y con mayor énfasis desde hace muchos años por las empresas de televisión, medio de comunicación principal por donde el mensaje de las noticias se emite.

Sin duda, uno de los insumos básicos para que los medios de comunicación analógicos aún subsistan en la colectividad, son las noticias. Las informaciones periodísticas que los noticieros brindan satisfacen las necesidades informativas del televidente, las mismas que, dependen del interés y preferencia de la persona. A su vez, llama mucho la atención, el contenido, mensaje, forma, y herramientas que usa el noticiero para quedarse en la mente del público y establecerse como el favorito dentro de los contenidos de programación de un canal de televisión.

A raíz de lo expuesto, no sólo empresas privadas ingresan al rubro de las comunicaciones, sino que también, el estado optó por mejorar su sistema de comunicación con la población, es por eso que, la creación de canales de televisión respaldados por las autoridades de las gestiones en general, tuvieron la finalidad de crear un espacio que responda ante las necesidades de escuchar, ver y conocer las actividades que realizan las autoridades de cada país. En el contexto peruano, el ya posicionado canal del estado, denominado "Tv Perú", emite programaciones educativas, culturales y noticiosas. Este último género televisivo, llamado "Tv Perú Noticias" apunta mucho más a informar acerca de las actividades realizadas dentro

del poder ejecutivo y legislativo. La respuesta de la población ante estas informaciones es inmediata, los hechos en la actual administración y la administración de los fondos entregados a las autoridades son de interés público. De igual manera, se emiten reportajes noticiosos en cuanto a logros de ciudadanos en el deporte, arte, cultura, gastronomía, entre otros.

En la región San Martín, se empleó la creación de un canal de televisión ejecutada y producida por el propio gobierno regional, tomando réplica del proyecto del gobierno nacional. En esa misma línea, el programa bandera dentro de la parrilla de contenidos es justamente su noticiero, el mismo que llamaron “Goresam Noticias”. Creado en agosto del 2021, y frente a un escenario de pandemia, el goresam consideró iniciar esta producción audiovisual con la finalidad de poder interactuar mucho más con la población y que la misma pueda estar al tanto de las actividades que realiza la gestión actual.

Es así que, la interacción con el público es vital para determinar si la inversión dentro del canal de televisión viene siendo un éxito o es necesario realizar unos ajustes. Hoy en día, de acuerdo a que se desconoce la influencia que tiene el programa “Goresam Noticias” en la sociedad, se ha detectado que al momento de la edición del noticiero los planos, encuadres, entre otros, que se realiza a los conductores, no se ejecuta de manera correcta, además, se encontró problemas de audio en la transmisión en vivo del noticiero, y por último la fuente y tamaño de la letra puesta en las notas informativas no pueden ser vistas con facilidad por el televidente.

De acuerdo con el enunciado del problema, se formó el problema general ¿Cuál es el nivel de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa “Goresam Noticias” de Goresam tv, 2022? También se identificaron los siguientes problemas específicos, tales como ¿Cuál es el nivel de los contenidos audiovisuales?, ¿Cuál es el nivel de efectividad comunicacional del programa? ¿Cuál es el nivel de las dimensiones de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional?

En el objetivo general del estudio, se propuso determinar el nivel de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa “Goresam Noticias”

de Goresam tv, 2022, y objetivos específicos, se destaca identificar el nivel de los contenidos audiovisuales, además identificar el nivel de efectividad comunicacional, y, por último, analizar el nivel de las dimensiones de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional.

Como hipótesis general se propuso que existe relación entre los contenidos audiovisuales y la efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022. Se planteó como hipótesis específicas que el nivel de los contenidos audiovisuales del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022, es alto. El nivel de efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022, es alto. Existe una relación significativa entre las dimensiones de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa.

Es importante indicar que, gracias a la presente investigación podremos conocer mucho más acerca de los contenidos audiovisuales en canales regionales, las estrategias utilizadas con anterioridad y la capacidad de la gestión regional para conseguir un óptimo manejo de tan importante medio de comunicación como es la televisión. Como resultado, la población se animará a exigir mayor cuidado en el tipo de contenido que emita un canal administrado y producido por el sector público, teniendo en cuenta que los recursos tanto en implementación, mantenimiento y personal de producción son cubiertos con presupuesto del estado.

Asimismo, a través de los datos y análisis que proporcionará la investigación, los futuros indagadores podrán explorar y proponer otros contenidos con la intención de mejorar la comunicación en la región.

## II. MARCO TEÓRICO

Costa y Túnnez (2019), tuvieron como finalidad de investigación analizar el uso de producciones en las redes Facebook y Youtube las cuales tienen en España. Su estudio de diseño básico no tenía componentes experimentales, y su muestra consistió en 10 empresas de la lista de 2017 de Reprtrack que utilizaron la encuesta y el cuestionario. Concluyeron que, siempre existirá duplicidad de muchos contenidos en los distintos medios mencionados con anterioridad, sin importar que hay evidencias que Facebook se diferencia como una ayuda a la empresa de poder ser aún más proactivos, asimismo, YouTube funciona como una base de datos tomando el control de los usuarios. Mientras que, el 50 % es inferior al mismo contenido que emplean las redes sociales, indicando que sí dan usos diferenciados, quedando muchos aspectos por mejorar.

Arana et al. (2020), tuvo como objetivo de investigación compilar diversa información sobre la evolución de cómo, qué y cuándo las personas usan los medios bajo confinamiento puede ayudar a las personas a identificar los aspectos más novedosos, emplearon un estudio básico de diseño no experimental, con una muestra de 55 comunicadores, técnica encuesta y el instrumento cuestionario. Determinando que, es complicado saber si las nuevas actualizaciones en el ámbito de la comunicación que surgieron desde un comienzo seguirán vigentes en un futuro, porque el mundo de la globalización viene siendo cambiante. Aún así, en el transcurso del tiempo, existirán aún más cambios, pero algunos aspectos emergentes que se originaron en la era del Covid-19, permanecerán aún en el tiempo.

En tanto, Acosta e Iglesias (2020), plantearon como objetivo de investigación describir algunas noticias falsas que circulan por internet, desarrollando una investigación básica de diseño no experimental, la población y muestra fue de 55 colaboradores, con la técnica encuesta y el instrumento el cuestionario. Concluyeron que, las personas que buscan información en los distintos medios sociales, poniendo énfasis en la información sobre la salud, sean personas muy cuidadosas con las noticias falsas, para ello es necesario que apliquen estrategias que orienten a los usuarios de cómo obtener una información verídica, como por

ejemplo sitios de web oficiales. Asimismo, solo el 65 % de las personas aseguran una información de calidad.

Asimismo, se citó a Gutiérrez (2020), donde el objetivo de la investigación fue estudiar el contenido de programas de estudio en Ciencias de la Comunicación en universidades de Trujillo, en su comunicación externa, cuya investigación fue descriptivo simple, empleando el diseño no experimental, incluyendo un total de 1000 colaboradores, con una muestra de 26 videos, la técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Sus conclusiones fueron que, el uso de plataformas como el Facebook y YouTube, permitieron acercarse a los grupos que mostraron interés, ya que las herramientas y estrategias que aplicaron fueron las adecuadas. Asimismo, se dio a conocer que las universidades no dan conocer su marca, ya que no cuentan con los medios adecuados y no aplican herramientas para realizar las publicidades, dando a conocer que el 52.94% de las personas indican que la información recopilada no es la adecuada y el 41.18% indican que es regular.

En esa misma línea, López y Tapia (2007), definen que los contenidos audiovisuales se basan en cómo una producción sostiene un contenido que pueda ser emitido ya sea con imágenes, audios o multimedia con el fin de transmitir un mensaje a la población.

En tal sentido, Ramírez, F. R. (2013) expresa que todo contenido audiovisual es el producto de la mezcla de necesidades de comunicación, ya sean comerciales, industriales, de entretenimiento, artísticos culturales, de marketing.

Así mismo, Vital et al (2021), mencionan que las características de los medios audiovisuales tienen base en la manera en cómo se puede combinar las imágenes o videos estando en constante movimiento y escuchando cómo se reproducen, ya que se trata de cómo la realidad se vuelve ficción llamando así la atención de los usuarios. En todo ello los medios audiovisuales pueden estar almacenados o reproducidos desde el comienzo.

Martínez et al (2020), menciona que se busca que los medios audiovisuales sean reconocidos por los usuarios por la forma en la que se comunican, ya que va referenciado con el audio y la fotografía. A su vez, son medios que con solo grabaciones e imágenes son capaces de poder enviar mensajes a cada usuario. Al respecto, Batista et al (2019), resalta que la verdadera importancia de los materiales audiovisuales es cuando los alumnos logran cada aprendizaje, ya que crean un entorno comunicativo para los usuarios, es decir, es objetivo poder transmitir mensajes de manera continua.

Arriola (2020), indica que los medios son reconocidos para todos aquellos que van de la mano con todas las empresas de recursos audiovisuales, como son: las grabaciones, las imágenes, entre otros, que sirven para comunicarse con los usuarios llegando a dar mensajes específicos. Desde la postura de Rivera y Calvo (2022) Las redes sociales se utilizan como herramienta informativa para el trabajo de los periodistas de televisión además de estar asociadas al entretenimiento. Los informes de noticias de televisión siempre se han basado en gran medida en los relatos de testigos oculares del incidente como sus principales fuentes de información. Los testimonios de estas personas son de crucial importancia, y con frecuencia se convierten en los protagonistas de los hechos que relatan.

Los contenidos audiovisuales pasan por el proceso de producción, al respecto, Vital et al (2021), indican que los medios audiovisuales, son todos los trabajos que se realizan en una producción audiovisual antes de iniciar alguna grabación ya sean películas, videos publicitarios o videos para empresa haciendo la publicidad necesaria.

Para Mejía et al (2020), actualmente, lo digital integra todos los formatos de información (texto, audio, video, gráficos, fotografías y animaciones) en una sola plataforma. La convergencia se ve favorecida por esta multimedialidad.

Los elementos de difusión de los contenidos audiovisuales dependen de un plan que contiene una idea, o base de un contenido determinado para transmitir un mensaje y tener más comunicación con cada usuario. (Terol et al 2019).

Según López y Tapia (2007), uno de los elementos de contenido audiovisual está condicionado por la utilización de cada herramienta digital ya que mejora el servicio de los medios. Si bien es cierto, mass media, están causando muchas alteraciones tanto para el aspecto físico como también en la labor de cada profesional, debido a que, está siendo muy necesario mantener un contenido que llegue a dar un mensaje a cada cliente para lograr los objetivos necesarios.

Badía et al (2017) indica que, con la llegada de Internet, la práctica del periodismo ha cambiado, provocando una transformación en sus métodos de transmisión de mensajes a través del auge de la multimedia. Dentro de estos cambios, se destaca la rapidez e innovación de las diversas formas en que se difunden los eventos y ocurrencias.

López y Tapia (2007), definen que contenido audiovisual se refiere a cualquier producción que combine elementos visuales y de audio para transmitir un mensaje. En esa misma línea, el mencionado autor da a conocer la importancia de unir el arte de lo visual y auditivo para crear producciones audiovisuales que se acomoden estéticamente al lente del televidente o usuario, ya sea de manera analógica o digital.

Restrepo (2019), define a la efectividad comunicacional como la posibilidad de los medios para transmitir las noticias de forma imparcial basado en un enfoque de veracidad. Considera que un elemento clave para la efectividad comunicacional es elegir bien a los canales de comunicación ya que estos sirven como medio para enviar un mensaje.

Hinojoza y Tuero (2014), indican que la efectividad comunicacional se da a través de buenas habilidades y figuras de la comunicación, y a su vez se consiga el éxito de lo que se quiere dar a conocer o recibir. En ese sentido, los mencionados quieren dar a conocer la base por la cual la efectividad comunicacional consigue el objetivo, ya que las técnicas, acompañadas del buen uso de las teorías de comunicación, alcanzan las metas propuestas.

En esa misma línea, Hernández et al (2019), concluyeron que, el carácter científico de la comunicación demuestra que es una unidad de contenido y forma en estrecha relación; sin embargo, en él se debe buscar la estética, lo que implica buscar el lenguaje adecuado para materializar las ideas de acuerdo con su contexto.

Bajo este preámbulo, Sánchez et al. (2015) mencionan que comunicar permite la interacción entre los individuos para llevar a cabo un pacto de carácter importante. Además, Castillo y Alberich (2017) comentan que la comunicación es crucial en la vida social, ya que de una u otra manera permite a las personas comunicarse entre sí, con la finalidad de ejecutar sus funciones de manera efectiva.

Sánchez et al. (2015), indican que las características es la parte fundamental para llevar una buena comunicación entre un grupo de personas, de la cual por medio de este se resuelven las dudas o problemas dentro de su ambiente de confort; asimismo, por medio de la comunicación oral se realizan diversas operaciones que permite llegar a un acuerdo entre ambas partes.

Para Retegui (2017), la comunicación se da mediante el diálogo y elementos que permitan llevarlo de una manera fluida, en donde, el emisor transmite toda aquella información relevante sobre un tema que cree conveniente tratar. Asimismo, el receptor, recibe toda la información que el emisor le proporciona para un fin en común. Por consiguiente, encontramos al mensaje, que son los procesos por los que el emisor transmite al receptor. También está el canal, que es por donde se lleva a cabo todo el procedimiento que permite otorgar el mensaje por medio de la comunicación.

Romero et al. (2016) expresa que los métodos de comunicación son una serie de acciones planificadas y programadas que se comunican con base en necesidades e intereses en un rango de tiempos de interacción humana. Es decir, que para poder conseguir un exitoso efecto comunicacional, es necesario articular y definir de manera ordenada las diferentes estrategias de comunicación a utilizar.



Asimismo, Moreira (2020) expresa que la comunicación entre grupos sociales permite que se transmitan información acerca de temas relevantes. Es por ello que la máxima autoridad de un territorio busca hacer útil las opiniones de las personas. Para Spina y Díaz (2021), como principal fuente de información para el público en general, los medios de comunicación masiva siempre deben proporcionar información precisa y confiable. En tanto, Aceituno (2017), indica que, los medios de comunicación son importantes para la sociedad ya que permite que se lleve a cabo transmisión por medio de canales informativos, lo cual esto conlleva a que gran parte de la población pueda estar informada. Asimismo, De la Paz et al. (2016) comunican que en la actualidad han surgido diversos mecanismos de comunicación digital, gracias al avance de la tecnología que ha permitido en gran envergadura llevar a cabo canales de información que se transmiten por medio de las fuentes de televisión y a través de las noticias.

Fatuly et al. (2020) el periodismo ha jugado un rol importante dentro del mundo de las noticias, debido a que permite que la información sea relevante con la finalidad de que pueda ser recibida por el público. Aunado a esto, Rehman et al. (2019) explican cómo los medios se han visto obligados a adaptar su estrategia discursiva a las nuevas demandas del público. En esa misma línea, Cárdenas y Pineda (2021), expresan que, para que se dé una buena efectividad en la transmisión de la información que efectúa el periodista, debe de tener un perfil de profesionalismo con el conocimiento necesario en la temática.

Xifra (2020) las noticias han tenido gran relevancia dentro de los últimos debido a que la mayor fuente de información se transmite por los medios televisivos. Adicionalmente, Vállez y Pérez (2020) denotan que la sociedad es quien recibe toda la información que otorgan los medios de comunicación, ya que la gran parte efectúa sus funciones con el fin de poder brindar un buen servicio acorde a las necesidades del público.

García et al (2019), demuestran que las noticias presentan veracidad por medio de la transmisión de canales informativos, por lo que cada día, los canales emisores buscan brindar nuevas informaciones para el gusto del público. Según Vázquez et

al (2021), revelan que en muchas ocasiones ha existido problemas en cuanto al manejo de la información por parte de los periodistas ya que no se encuentran investigaciones uniformes para poder efectuar sus funciones de manera eficiente. Reátegui (2017) indica que la selección de las noticias es la principal clave para que el canal informativo sea relevante, de modo que las figuras públicas son los elementos que hacen que el canal tenga más acogida, pudiendo ser este factor un hecho muy importante para ganar público en gran escala.

Por otra parte, Sierra (2020) menciona los siguientes factores como los que afectan la forma en que se difunden las noticias: Novedad "Si no hay novedad, no hay noticias" La relevancia tiene que ver con la audiencia potencial a la que debe llegar una noticia. Se deben tener en cuenta numerosos factores, incluida la cantidad de personas que podrían verse afectadas por el evento, los cambios que experimentará la sociedad como resultado de la noticia y cómo el evento noticioso afectará el entorno natural. Es crucial comprender el público objetivo o el objetivo público en este punto porque eso determinará qué es lo que les interesa y cómo se relaciona con la progresión del éxito.

La eficiencia informativa tiene que ver con la capacidad de enviar con éxito un mensaje de noticias a la televisión. En ese marco, Lozada et al. (2019) resalta que el periodista debe mantener una postura uniforme con las habilidades y conocimientos en sus funciones, de tal manera que pueda hacer un buen trabajo cumpliendo con las expectativas del público como de la misma institución.

Para M López (2010) el idioma de la televisión es producto de la convergencia del lenguaje audiovisual con el lenguaje radial. Aunque no es solo eso. El lenguaje televisivo es distinto y con características particulares. Este desarrollo incorpora la selección de imágenes por parte del camarógrafo (ángulos, planos, iluminación, entre otros) y la instalación por parte del director, que implica también una interpretación doctrinaria. Tal cual, esto es consecuencia de lo que otra persona mira y piensa por nosotros y para nosotros.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### **Tipo de investigación**

La investigación básica tuvo como objetivo identificar, utilizando el conocimiento científico y los canales (metodologías, protocolos y tecnologías), a través de los cuales es posible abordar una necesidad reconocida y específica.

##### **Diseño de investigación:**

Se utilizó un diseño no experimental, transversal descriptivo correlacional ya que no se alteraron las variables de estudio; más bien, se observó su comportamiento en su estado natural para sacar conclusiones generales (Niño, 2011) Y es de tipo transversal ya que los datos solo se recogieron una vez, en un único momento. Con la intención de describir variables y examinar su prevalencia y relaciones en un momento dado (Arias, 2012).

#### 3.2. Variable, operacionalización

##### **Variable I: Contenidos audiovisuales**

**Definición conceptual:** Ramírez, F. R. (2013) expresa que todo contenido audiovisual es el producto de la mezcla de necesidades de comunicación, ya sean comerciales, industriales, de entretenimiento, artísticos culturales, de marketing.

**Definición operacional:** López y Tapia (2007), indican que el contenido audiovisual se refiere a cualquier tipo de producción que incluyan una sucesión de imágenes y audio que juntas transmiten un mensaje.

##### **Dimensiones:**

- Producción Visual
  - Información Veraz
  - Contenidos audiovisuales
  - Contenidos de calidad

- Titulares adecuados
- Estética visual
- Producir interés
- Expresión Corporal
- Expresión Gestual
- Producción Auditiva
  - Locución
  - Aspectos dinámicos
  - Estética auditiva
  - Expresiones textuales auditivas
  - Fluidez lexical
  - Ayuda Audiovisual
  - Aspecto subjetivo
  - Aspectos estilísticos, compensación y armonía
  -

**Escala de medición:** Ordinal

**Variable II: Efectividad comunicacional**

**Definición conceptual:** Hinojoza y Tuero (2014), indican que la efectividad comunicacional se da a través de buenas habilidades y figuras de la comunicación, y a su vez se consiga el éxito de lo que se quiere dar a conocer o recibir.

**Definición operacional:** Restrepo (2019), lo define como la capacidad de los canales de comunicación para transmitir noticias de manera imparcial y con un enfoque de precisión.

**Dimensiones:**

- Enfoque de noticias con imparcialidad
  - Difusión de noticias con imparcialidad
  - Uso de fuentes confiables
  - Cantidad de imágenes
  - Ubicación del texto

- Efectividad comunicacional
- Cantidad de tiempo
- Personal preparado
- Enfoque de noticias con veracidad
  - Diversidad de fuentes
  - Nivel de veracidad
  - Tamaño de imagen
  - Recabar la suficiente información
  - Información presentada en los documentos
  - Desarrollo del contenido
  - Ventana que permite conocer la realidad
  - Acontecimientos relevantes

**Escala de medición:** Ordinal

### 3.3. Población, muestra, criterios de selección y unidad de análisis

**Población:** La población la conformaron 122 365 habitantes del distrito de Moyobamba. (Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017).

**Criterios de selección**

**Criterios de inclusión:**

- Ciudadanos de la zona urbana
- Ciudadanos mayores de 18 años.

**Criterios de exclusión:**

- Trabajadores del GORESAM

**Muestra:** Integró la población representativa, que poseía rasgos y componentes que permitían generalizarlos a todas las partes constituyentes (Mejía, 2015).

El resultado de la muestra fue de 383 ciudadanos mayores de 18 años de la zona urbana de Moyobamba.

Datos:

Población (N): 122,365 ciudadanos del distrito de Moyobamba

Nivel de confianza (Z): 1.96

p y q: Posibilidades de éxito y fracaso de cada miembro de la población.  
(0.5).

Margen de error (E): 0.05

Fórmula:

$$n = \frac{z^2 pq N}{e^2(N - 1) + z^2 pq}$$

Z =	1.96
E =	0.05
p =	0.5
q =	0.5
N =	122365
M =	383

**Muestreo:** Probabilístico aleatorio simple.

**Unidad de análisis:** Ciudadanos mayores de 18 años que viven en el casco urbano de Moyobamba, San Martín.

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### **Técnica: Encuesta**

Se aplicó la encuesta, según Hernández et al. (2014) es la cual permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la acogida sistemática de información con un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida. (p. 159)

#### **Instrumento: Cuestionario**

El cuestionario es la herramienta utilizada para estudiar la variable contenido audiovisual, con el objetivo de determinar el nivel del mismo dentro del programa.

El instrumento utilizado para la variable contenidos audiovisuales fue el cuestionario, con la finalidad de determinar el nivel de contenidos audiovisuales del programa. Dicho instrumento consta de 11 preguntas, dividido en dos dimensiones. La escala de medición es: 1= Nunca, 2= Casi nunca, 3= A veces, 4= Casi siempre y 5= Siempre.

El instrumento utilizado para medir la variable efectividad comunicacional fue el cuestionario, el cual tiene como finalidad identificar el nivel de efectividad comunicacional. Dicho instrumento consta de 12 preguntas. La escala de medición es: 1= Nunca, 2= Casi nunca, 3= A veces, 4= Casi siempre y 5= Siempre.

**Validez:**

El cuestionario fue validado a través de juicio de expertos, considerando especialistas con conocimiento del tema de investigación. Los instrumentos fueron validados por dos profesionales.

**Confiabilidad:**

Se utiliza un procedimiento estadístico apoyado en el SPSS v.25 para calcular el alfa de Cronbach con el fin de reconocer el grado de confiabilidad que posee cada pregunta; la regla principal es que el resultado debe ser igual o superior a 0,70 para considerar que el instrumento es confiable y pase a la aplicación adecuada. (Hernández et al., 2014).

**Análisis de confiabilidad de contenidos audiovisuales**

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		<b>N</b>	<b>%</b>
Casos	Válido	383	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	383	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,964	11

### **Análisis de confiabilidad de efectividad comunicacional**

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	383	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	383	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,976	12

### **3.5. Procedimientos**

Se inició la definición del problema, utilizando el método de la observación. Por consiguiente, se identificaron las justificaciones, objetivos e hipótesis. Posteriormente se procedió al desarrollo del marco teórico citando a autores nacionales e internacionales, adjuntando investigaciones y tesis. El siguiente paso fue recopilar la información del estudio para poder tabularla. Por último, se contrastaron las hipótesis, obteniendo las conclusiones y recomendaciones.

### **3.6. Métodos de análisis de datos**

Para el análisis de datos en la investigación se utilizó el programa Microsoft Excel, ya que gracias a ello se pudo tabular los resultados obtenidos. De igual manera, se utilizó el estadístico SPSS versión 25 para determinar si existe correlación entre las variables.



### **3.7. Aspectos éticos**

Se mantendrán los principios de la ética internacional, comenzando por el principio de beneficencia, que se refiere a hacer el bien, cumplir con la obligación moral de actuar en interés de los demás, reparar el daño y promover el bienestar. Principio de no maleficencia, habla sobre el *primum non nocere* que se refiere a no producir daño y prevenirlo. Principio de Justicia, que establece que todos los participantes serán tratados por igual y sin discriminación. Principio de autonomía porque cada participante optó voluntariamente por participar en el estudio y porque el investigador tiene la independencia para desarrollar el informe. Además, el estudio se registró según la guía observable proporcionada por la Universidad César Vallejo, como tal, no es una copia ni una parodia de ningún otro trabajo de investigación. En cambio, se adhiere a los estándares de la séptima edición de la APA y respeta el derecho del autor a la privacidad y la propiedad intelectual.

#### IV. RESULTADOS

Con los datos obtenidos, se realizó el siguiente estudio:

##### 4.1. Nivel de los contenidos audiovisuales del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022.

**Tabla 1**

*Nivel de los contenidos audiovisuales del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022.*

Escala	intervalo	frecuencia	Porcentaje
Bajo	11 – 25	115	30 %
Medio	26 – 40	211	55,1 %
Alto	41 - 55	57	14,9 %
Total		383	100 %

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los ciudadanos de Moyobamba, 2022.

##### **Interpretación:**

En cuanto al nivel de contenidos audiovisuales, es medio en 55,1 %, bajo en 30 % y alto en 14,9 %.

##### 4.2. Nivel de efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022.

**Tabla 2**

*Nivel de efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022.*

Escala	intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12 – 28	115	30 %
Medio	29 – 44	192	50,1 %
Alto	45 – 60	76	19,8 %
Total		383	100 %

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los ciudadanos de Moyobamba, 2022.

### Interpretación:

En cuanto al nivel de efectividad comunicacional, es medio en 50,1 %, bajo en 30 % y alto en 19,8 %.

### 4.3. Nivel de las dimensiones de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa “Goresam Noticias” de Goresam tv, 2022.

**Tabla 3**

*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov – Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Contenidos audiovisuales	,192	383	,000
Efectividad comunicacional	,109	383	,000

*Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25 del muestreo realizado en Moyobamba*

### Interpretación:

La muestra de estudio tiene una distribución no normal por ser mayor a 50; por lo tanto, cuando se calcula el coeficiente de Kolmogorov-Smirnov, el resultado es inferior a 0,05, lo que lleva al uso de Rho de Spearman para la correlación.

**Tabla 4**

*Nivel de las dimensiones de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa “Goresam Noticias” de Goresam tv, 2022.*

Contenidos audiovisuales	Efectividad comunicacional	
	correlación	Sig.
Producción visual	0.970**	0.000
Producción auditiva	0.919**	0.000

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

*Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25 del muestreo realizado en Moyobamba.*

### Interpretación:

En todas las correlaciones se acepta la hipótesis alterna, es decir, que existe una relación significativa entre las dimensiones del contenido audiovisual y la efectividad de comunicación del programa “Goresam Noticias” en Goresam tv. Esto se logró a través del análisis estadístico, utilizando los coeficientes Rho de Spearman, que alcanzó coeficientes de 0,970 y 0,919 (una correlación positiva muy alta) y un valor de p igual a 0,000 (p-valor  $\leq$  0.01).

#### 4.4. Nivel de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa “Goresam Noticias” de Goresam tv, 2022.

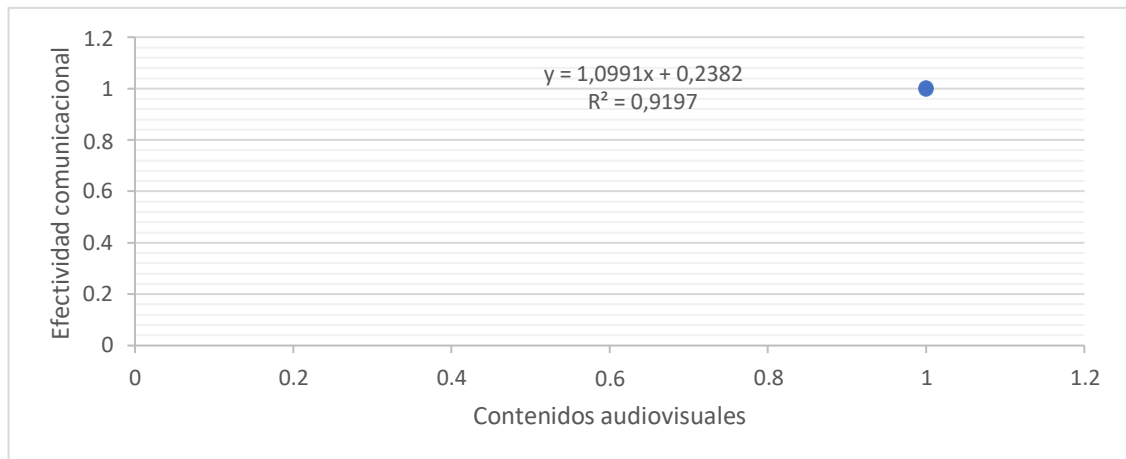
**Tabla 5**

*Nivel de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa “Goresam Noticias” de Goresam tv, 2022.*

			Contenidos audiovisuales	Efectividad comunicacional
Rho de Spearman	Contenidos audiovisuales	Coeficiente de correlación	1,000	,959**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	383	383
	Efectividad comunicacional	Coeficiente de correlación	,959**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	383	383

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

*Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25*



**Figura 1.** Gráfico de dispersión entre los contenidos audiovisuales y la efectividad comunicacional / Fuente: Spss v. 25

**Interpretación:**

Utilizando un análisis estadístico de los datos de Rho Spearman, se obtuvo un coeficiente de 0,959 (una correlación positiva muy alta) y un valor de p igual a cero (valor de p 0,01). Por lo tanto, la hipótesis alternativa indica que hay relación elocuente de los contenidos audiovisuales y comunicación efectiva — del programa de Goresam TV “Goresam Noticias, 2022”.

Según un análisis del gráfico de dispersión, el 91,17 % de los contenidos audiovisuales inciden en la eficacia comunicativa.

## V. DISCUSIÓN

En cuanto al desarrollo de este acápite se contrasta los resultados obtenidos con los antecedentes o investigaciones citadas, teniendo como principal resultado que existe relación directa de los contenidos audiovisuales y la efectividad comunicacional del programa "Goresam noticias" de Goresam tv, 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,959 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ). Estos hallazgos coinciden con lo expuesto por López y Tapia (2007), quienes indican que uno de los elementos de contenido audiovisual está condicionado por la utilización de cada herramienta digital ya que mejora el servicio de los medios. Si bien es cierto, mass media, están causando muchas alteraciones tanto para el aspecto físico como también en la labor de cada profesional, debido a que, está siendo muy necesario mantener un contenido que llegue a dar un mensaje a cada cliente para lograr los objetivos necesarios.

Estos hallazgos son similares con lo expuesto por Acosta e Iglesias (2020), quienes mencionan que las personas que buscan información en los distintos medios sociales, dando énfasis en la información sobre la salud, son personas muy cuidadosas con las noticias falsas, para ello es necesario que apliquen estrategias que orienten a los usuarios de cómo obtener una información verídica, por ello solo el 65 % de las personas aseguran una información de calidad. Desde la postura de Rivera y Calvo (2022) hacen hincapié que las herramientas informativas en la civilización como las redes sociales no solo están asociadas al entretenimiento, sino también son usadas como una herramienta informativa para la labor de los periodistas en televisión. El periodismo televisivo siempre ha usado a los testigos del acontecimiento como principales fuentes de información. El testimonio de estas personas es de vital importancia e incluso muchas veces se han convertido en los protagonistas de los hechos que relatan.

De acuerdo a los resultados del primer objetivo planteado en la investigación, el nivel de contenido audiovisual es medio en un 55,1%, inferior en un 30% y superior en un 14,9%. Sin embargo, el color, tamaño, tipo de letra e

imágenes difundidas por Goresam Noticias no facilitan la comprensión de los reportajes; estos resultados refuerzan lo que indican Cárdenas y Pineda (2021), quienes expresan que, para que se dé una buena efectividad en la transmisión de la información que efectúa el periodista, debe de tener un perfil de profesionalismo con el conocimiento necesario en la temática, así de esa manera, el contenido audiovisual empleado por el profesional que lleva a cabo las producciones audiovisuales tendrá un mayor feedback positivo por parte de la teleaudiencia a la cual se dirige. Finalmente, Gutiérrez (2020), sugiere que se pueden valer del uso de plataformas como el Facebook y YouTube, debido a que son herramientas y estrategias adecuadas, para acercarse a los grupos que mostraron o muestran interés.

En relación al objetivo específico dos, los resultados determinaron los niveles de medio (50,1 %), bajo (30 %) y alto (19,8 %), debido a que el programa en mención no emplea audios y videos confiables para elaborar las noticias, además el tiempo que se dedica a cada nota o reportaje no es el adecuado, dichos resultados coinciden con lo expuesto por Vital et al (2021), quienes mencionan que las características de los medios audiovisuales tienen base en la manera en cómo se puede combinar las imágenes o videos estando en constante movimiento y escuchando cómo se reproducen, observando si la realidad se vuelve ficción, llamando así la atención de los usuarios. En todo ello los medios audiovisuales pueden estar almacenados o reproducidos desde el comienzo. Además, Restrepo (2019), hace mención que la efectividad comunicacional como la posibilidad de los medios para transmitir las noticias de forma imparcial basado en un enfoque de veracidad. Considera que un elemento clave para la efectividad comunicacional es elegir bien a los canales de comunicación ya que estos sirven como medio para enviar un mensaje.

Según el objetivo y resultado específico tres, existe relación positiva entre las dimensiones de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0.970 y 0.919 (correlación positiva muy alta); y un p valor igual a 0,000 (p-valor  $\leq$  0.01); en

todas las correlaciones y el 91.17 % de los contenidos audiovisuales se relacionan con la efectividad comunicacional, dichos resultados coinciden con lo expuesto por Retegui (2017), quien menciona que la comunicación se da mediante el diálogo y elementos que permitan llevarlo de una manera fluida, en donde, el emisor transmite toda aquella información relevante sobre un tema que cree conveniente tratar. Asimismo, el receptor, recibe toda la información que el emisor le proporciona para un fin en común. Por consiguiente, encontramos al mensaje, que son los procesos por los que el emisor transmite al receptor. También está el canal, que es por donde se lleva a cabo todo el procedimiento que permite otorgar el mensaje por medio de la comunicación. Por otra parte, Sierra (2020) menciona que los elementos que intervienen en la difusión de las noticias son: Novedad. "Si no hay novedad, no hay noticia". Relevancia, tiene que ver con el alcance que pueda tener una noticia en el público. Hay que considerar varios aspectos: el número de personas a las que les puede afectar el acontecimiento, cuáles son los cambios que se darán en la sociedad debido a esa noticia, de qué manera el hecho noticioso va a influir en el entorno natural, entre otros. Interés, en este punto, es importante conocer al target o público objetivo pues, de ello dependerá conocer cuál es el hecho que le interesa y de qué manera se asocia con el desarrollo del suceso.

En cuanto al valor de la investigación, podría ser utilizada como base para futuros estudios en la medida en que contiene nueva información sobre la situación local, permitiendo a las instituciones utilizarla como guía e implementar las recomendaciones formuladas en caso de encontrarse problemas similares. Sin embargo, existen limitaciones en el contacto con los usuarios, ya que muchos de ellos optan por ver otros programas por falta de promoción, y actividades de marketing del programa, sumado a ello, la falta de personal calificado para producir contenidos novedosos.



## VI. CONCLUSIONES

Sobre la base de la información obtenida del estudio de investigación actual y de nuestros objetivos generales y especializados, pudimos llegar a las siguientes conclusiones.

1. Existe relación muy significativa de los contenidos audiovisuales y la efectividad comunicacional del programa "Goresam noticias" de Goresam tv, 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,959 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); además, el 91.17 % de los contenidos audiovisuales se relaciona con la efectividad comunicacional, de lo cual se infiere que el emisor ha tenido habilidades comunicacionales para decodificar mensajes relevantes que ameritan conseguir el objetivo de la comunicación.
2. En relación a la primera hipótesis específica se concluyó que el nivel de contenidos audiovisuales, es medio en 55,1 %, bajo en 30 % y alto en 14,9 %, por lo tanto, la hipótesis es nula, a pesar de que el programa "Goresam Noticias" difunde temas de valor que benefician a la comunidad, sin embargo, el color, tamaño, tipo de letra, imágenes, emitidos por Goresam noticias no facilitan la comprensión de la noticia.
3. En lo que respecta a la segunda hipótesis específica, se infiere que el nivel de efectividad comunicacional, es medio en 50,1 %, bajo en 30 % y alto en 19,8 %, debido a que "Goresam noticias" no emplea audios y videos confiables para elaborar las noticias, además el tiempo que se dedica a cada nota o reportaje no es el adecuado, por lo tanto, se rechaza la hipótesis mencionada.
4. La tercera hipótesis específica presentada, propone que existe relación significativa entre las dimensiones de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022, la misma que es aceptada, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0.970 y 0.919 (correlación

positiva muy alta); y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); en todas las correlaciones.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Las siguientes recomendaciones se hacen de acuerdo con los hallazgos obtenidos.

En base a los objetivos y resultados obtenidos, se recomienda a nivel general mejorar en cuanto a producción de contenidos, en relación a variación de notas informativas, reportajes turísticos, entre otros, para así ampliar la cobertura y sintonía a nivel regional, a fin de lograr una máxima eficacia en el proceso comunicativo y generar la interacción del público de forma más contundente.

En función al objetivo y resultado específico uno, se recomienda capacitar al personal del área de pre producción (edición, planos, encuadres, entre otros), mejorar la fuente y tamaño de la letra puesta en las notas informativas ya que no pueden ser vistas con facilidad por el televidente y causan confusión, además, genera mala presentación de estética visual del noticiero. Esto se puede lograr con un taller a cargo de un especialista nacional o internacional, de esa manera compartir experiencias y mejorar en el campo.

En relación al objetivo y resultado específico dos, es necesario mejorar los problemas técnicos tanto de audio como en video de las transmisiones en vivo del noticiero, como también emplear fuentes confiables y verídicas para la elaboración de las notas informativas, y con ello generar credibilidad y captar la atención del televidente. Para ello, se plantea brindar charlas informativas o prácticas con el personal que labora en el contenido audiovisual, y se recomienda realizarlo mensualmente.

En base al objetivo y resultado específico tres, se recomienda ampliar el desarrollo del contenido de la mano de difusión de noticias con imparcialidad y usando en la medida de lo posible fuentes confiables, variedad de imágenes y contratar personal capacitado para así lograr la efectividad comunicacional.

## REFERENCIAS

- Aceituno, L. (2017). El tratamiento periodístico de las noticias relacionadas con los virus del dengue y zika en los medios digitales de Honduras (2010-2017). (Artículo científico). *Perspectivas de la comunicación* Vol.12 . España, <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672019000100009>
- Acosta, J., Iglesias, S. (2020). *COVID-19: Desinformación en redes sociales*. (Artículo científico). *Carta al editor* Vol. 1. Perú, <https://doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2020.132.678>
- Arana, E., Mimenza, L., Narbaiza, B. (2020). *Pandemic, audiovisual consumption and future trends in communication*. (artículo científico). *Revista de Comunicación y Salud*, 10(2), 149-183. doi: [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).149-183](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).149-183).
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6ta ed.). Editorial Episteme. [https://www.researchgate.net/publication/301894369\\_EL\\_PROYECTO\\_DE\\_INVESTIGACION\\_6a\\_EDICION/link/572c1b2908ae2efbfdbde004/download](https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION/link/572c1b2908ae2efbfdbde004/download)
- Arriola, C. (2020). Impact of the use of educacional audiovisual media on the academic performance of nursing students. (artículo científico). *Universidad Cesar Vallejo, Lima – Perú*, Doi: <https://doi.org/10.18050/eduser.v7i1.2515>
- Badía, A., Costales, C. y del Valle, A. (2017). *Comunicación audiovisual, nuevos paradigmas y tendencia*, vol.6 no.12. (Artículo científico). *Alcance*. Cuba. <http://scielo.sld.cu/pdf/ralc/v6n12/ralc03117.pdf>
- Batista, E., Cedeño, O., y García, D. (2019). The use of digital audiovisual media in Biology education. (artículo científico). *La Habana – Cuba*. <http://www.edumedholguin2019.sld.cu/index.php/2019/2019/paper/viewFile/191/105>
- Cárdenas, J., Pineda, N. (2021). *La gestión de la comunicación de riesgo a través de Facebook: Análisis exploratorio de las estrategias iniciales de 12 gobiernos de América Latina frente a la pandemia de la COVID 19*.

- (artículo científico). *Comunicación*. Colombia, <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A4>
- Castillo, I. y Alberich, J. (2017). *Analysis of content diffusion strategies and social networking activity in popular science magazines: factors of interaction, visibility and impact*. (artículo científico), Ediciones Complutense. DOI: <https://doi.org/10.5209/ESMP.58031>
- Concytec. (2018). Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica - reglamento renacyt. 12. [https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento\\_renacyt\\_version\\_final.pdf](https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf)
- Costa, C., Túñez, M. (2019). *Audiovisual Content in Social Media. A Comparative Analysis of Facebook and Youtube*. Journal of Communication. (Artículo científico). España. DOI: <https://doi.org/10.14201/fjc201919223236>
- De la Paz, J., Gómez, M. y Pérez, B. (2016). Estrategia de comunicación en redes sociales. Escenarios teórico prácticos para los medios de comunicación en Cuba. *Revista Razón y Palabra*. (artículo científico) <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/69>
- De la Torre, L. y Téramo, M. (2015). *Journalistic quality: strategies for observation. Coincidences and divergences between media and audience*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/50666/47065>
- Fatuly, S., Noboa, M. y León, M. (2020). Internal communication channel as a strategy to promote organizational citizenship Behavior. (artículo científico). *Revista Científica Ecociencia*. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/371/286>
- García, C., Sousa, J., Silva, L. (2019). Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. (artículo científico). *Revista de comunicación*. Piura, DOI: [https://doi.org/10.26441/RC18.2\\_2019-A5](https://doi.org/10.26441/RC18.2_2019-A5)
- Gutiérrez, C. (2020). *Análisis de contenido audiovisual de programas de estudio en Ciencias de la Comunicación en universidades de Trujillo, como parte de su comunicación externa*. (tesis de maestría). Universidad Cesar

Vallejo. Perú.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46977/Guti%C3%A9rrez\\_FCA-SD.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46977/Guti%C3%A9rrez_FCA-SD.pdf?sequence=1)

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). Mc Graw Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hernández, M., Lluesma, M., Veras, B. (2019), Hacia una comunicación eficaz. (artículo científico). *Revista Cubana de Educación Superior*. Cuba. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0257-43142019000200006](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142019000200006)

Hinojoza, S, Tuero, D (2014), *La Comunicación efectiva y la calidad de servicio del personal administrativo en el organismo supervisor de la inversión en energía y minería, Oficina regional de Huancavelica - Año 2014* (Tesis). <https://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/1063/TP-UNH-ADMIN-00134.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López, N., Tapia, A. (2007). Management of Visual Contents in Today's Television. *Signo y Pensamiento*. Colombia. (artículo científico) [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-48232007000100011](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232007000100011)

Losada, J., Rodríguez, L. y Paniagua, F. (2020). *Governmental communication and emotions in the Covid-19 crisis in Spain* (artículo científico). *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 1–18. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1467>

Martinez, V., Pinargote, E., y Bermudez, N. (2020). Education based on audiovisual media from a multidisciplinary approach. (artículo científico). *Universidad de Ecuador*, DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i14.165>

Mejía, C., Rodriguez, J., Garay, L. (2020). *Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID–19*. (artículo científico). *Investigaciones biomédicas*. Cuba. <http://scielo.sld.cu/pdf/ibi/v39n2/1561-3011-ibi-39-02-e698.pdf>

- Moreira, T. (2020). *Roles y funciones de periodistas y medios de comunicación, como métodos de motivación profesional, en la sociedad del conocimiento.* (artículo científico). *FIPCAEC.* Ecuador, DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i3.247>
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación.* Ediciones de la U. [https://www.academia.edu/35258714/METODOLOGIA\\_DE\\_LA\\_INVESTIGACION\\_DISENO\\_Y\\_EJECUCION](https://www.academia.edu/35258714/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_DISENO_Y_EJECUCION)
- Ramírez, R. F. (2021). *Todo lo que hay que saber de contenidos audiovisuales (2.a ed.).* Promociones y Producciones Multimedia. (Libro)
- Rehman, Z., Khawaja, K. y Ali, S. (2019). *Enhancing absorptive capacity through communication: mediating role of trust and knowledge sharing: a case of virtual universities.* *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences.* <http://www.jespk.net/publications/4341.pdf>
- Restrepo, F. (2019). *Perception on news programs, which are broadcast on the Colombian television by University students in the city of Medellin, Colombia.* (artículo científico). *El ágora USB.* Colombia, <https://doi.org/10.21500/16578031.4387>
- Retegui (2017). *The Process of Making News from the Newsmaker's Perspective A Review of Newsmaking.* *Revista Mexicana de Opinión Pública.* (artículo científico). <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmop/n23/2448-4911-rmop-23-00103.pdf>
- Rivera, C. y Calvo, P. (2022). *Hacer política. el rol de los medios de comunicación en la práctica sociopolítica en américa latina XIX-XX.* *Revista de Historia Social.* 26(1), 1-4. <https://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/historiasocial/article/view/5568>
- Rodríguez Cemillán, D. (2001). *BILDER UND FOTOS ALS SPRECHANLASS.* *mAGazin Revista intercultural e interdisciplinar,* 10(10), 25–29. (artículo científico). [https://doi.org/10.12795/magazin\\_2001.i10.03](https://doi.org/10.12795/magazin_2001.i10.03)

- Romero, L., Casas, P. y Torres, A. (2016). Dimensions and Indicators of the Information Quality in Digital Media. *Revista Comunicar*. DOI <http://dx.doi.org/10.3916/C49-2016-09>
- Sánchez, Y., Ramírez, R. y Canales, H. (2015). *Estrategia de comunicación para las revistas científicas del CENSA*. (artículo científico). *Revista Ciencias de la Información*. <https://www.redalyc.org/pdf/1814/181441052005.pdf>
- Sierra, J. (2020). *Journalism, institutional communication and transparency: lessons from the covid-19 health crisis*. *Revista Comunicación y Salud*. <https://www.revistadecomunicacionysalud.es/index.php/rcys/article/view/221/195>
- Spina, G. y Díaz, C. (2021), *Jerarquización y producción noticiosa sobre Ciencias de la Salud*. (artículo científico). <http://www.scielo.org.ar/pdf/trama/v25n2/v25n2a05.pdf>
- Terol, R., Lopez, N., y Pareja, M. (2019). La utilización del podcast como herramienta pedagógica. Caso de estudio de la asignatura Teoría y Ecología de los Medios Audiovisuales. (artículo científico). Universidad Politécnica de Valencia – España, DOI:[10.4995/INRED2019.2019.10366](https://doi.org/10.4995/INRED2019.2019.10366)
- Vállez, M., y Pérez, M. (2020). *Journalistic communication in times of pandemic: analysis of the treatment of COVID-19 in the European press*. Hipertext. <https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/371532/470136>
- Vázquez, T., Torrecillas, T. y Suárez, R. (2021), Credibility of news content in the age of fake news: the case of Madrid Community. (artículo científico). *Cuadernos info*. Chile, <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.49.27875>
- Vital, G., Guerra, C., Ontiveros, I., y Gutiérrez, A. (2021). Learning and education through audiovisual media, from a historical and contemporary perspective. (artículo científico). *Universidad Juárez del Estado de Durango* - *México*. <https://scripta.up.edu.mx/bitstream/handle/20.500.12552/5767/Video%20learning%20aprendizaje%20y%20educaci%3%b3n%20a%20trav%3%a9s%20de%20medios%20audiovisuales%2c%20desde%20una%20perspectiva%20hist%3%b3rica%20y%20contempor%3%a1nea.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



Xifra, J. (2020). *Corporate communication, public relations and reputational risk management in the days of Covid-19*. El Profesional de la Información (EPI). (artículo científico) DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>

**ANEXOS**

**Matriz de operacionalización de variable**

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<p><b>Contenidos audiovisuales</b></p>	<p>Ramírez, F. R. (2013) expresa que todo contenido audiovisual es el producto de la mezcla de necesidades de comunicación, ya sean comerciales, industriales, de entretenimiento, artísticos culturales, de marketing.</p>	<p>López y Tapia (2007), definen que el contenido audiovisual hace referencia a cualquier tipo de producción que contenga una sucesión de imágenes y audio que en conjunto transmiten un mensaje</p>	<p>PRODUCCIÓN VISUAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Información veraz</li> <li>- Interés de contenidos audiovisuales</li> <li>- Contenidos de calidad</li> <li>- Titulares adecuados</li> <li>- Estética visual</li> <li>- Producir interés</li> <li>- Expresión corporal</li> <li>- Expresión gestual</li> </ul>	<p>Ordinal</p>
			<p>PRODUCCIÓN AUDITIVA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Locución</li> <li>- Aspectos dinámicos</li> <li>- Estética auditiva</li> <li>- Expresiones textuales auditivas</li> <li>- Fluidez lexical</li> <li>- Ayuda audiovisual</li> <li>- Aspecto subjetivo</li> </ul>	
<p><b>Efectividad comunicacional</b></p>	<p>Hinojoza y Tuero (2014), indican que la efectividad comunicacional se da a través de buenas habilidades y figuras de la comunicación, y a su vez se consiga el éxito de lo que se quiere dar a conocer o recibir.</p>	<p>Restrepo (2019), lo define como la capacidad de los medios de comunicación para transmitir las noticias de manera imparcial basado en un enfoque de veracidad.</p>	<p>ENFOQUE DE NOTICIAS CON IMPARCIALIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difusión de noticias con imparcialidad</li> <li>- Uso de fuentes confiables</li> <li>- Cantidad de imágenes</li> <li>- Ubicación del texto</li> <li>- Efectividad comunicacional</li> <li>- Cantidad de tiempo</li> <li>- Personal preparado</li> </ul>	<p>Ordinal</p>
			<p>ENFOQUE DE NOTICIAS CON VERACIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversidad de fuentes</li> <li>- Nivel de veracidad</li> <li>- Información presentada en los documentos</li> <li>- Desarrollo del contenido</li> <li>- Ventana que permite conocer la realidad</li> </ul>	

				- Acontecimientos relevantes	
--	--	--	--	------------------------------	--

**Fuente:** *Elaboración propia*

## Matriz de consistencia

Título: Contenidos audiovisuales y efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos
<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿Cuál es la relación de los contenidos audiovisuales con la efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>¿Cuál es el nivel de los contenidos audiovisuales del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022?</p> <p>¿Cuál es el nivel de efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022?</p> <p>¿Cuál es el nivel de las dimensiones de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022?</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Determinar el nivel de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>Identificar el nivel de los contenidos audiovisuales del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022.</p> <p>Identificar el nivel de efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022.</p> <p>Analizar el nivel de las dimensiones de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b></p> <p>Existe relación elocuente de los contenidos audiovisuales y la efectividad comunicacional del programa "Goresam noticias" de Goresam tv, 2022.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b></p> <p>El nivel de los contenidos audiovisuales del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022, es alto.</p> <p>El nivel de efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022, es alto.</p> <p>Existe relación significativa entre las dimensiones de los contenidos audiovisuales en la efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022.</p>	<p><b>Técnica</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b></p> <p>Cuestionario</p>

Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones		
<b>Diseño de investigación.</b> Tipo básica, correlacional, diseño no experimental y de corte transversal.	<b>Población:</b> 122 365 ciudadanos  <b>Muestra:</b> 383 ciudadanos	<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	
		Contenidos audiovisuales	Producción visual	
		Efectividad comunicacional	Producción auditiva	
			Enfoque de noticias con imparcialidad	
			Enfoque de noticias con veracidad	

**Fuente:** *Elaboración propia*

## **Cuestionario: Contenidos audiovisuales**

### **Datos generales:**

Nº de cuestionario: ..... Fecha de recolección: ...../...../.....

### **EDAD :**

### **Introducción:**

El presente instrumento tiene como finalidad identificar el nivel de contenidos audiovisuales del programa “Goresam Noticias” de Goresam tv, 2022

### **Instrucción:**

Lee atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para Usted, seleccionando del 1 a 5, que corresponde a su respuesta. Asimismo, debe marcar con un aspa la alternativa elegida.

Asimismo, no existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, ni respuestas “buenas” o “malas”. Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su contextualización.

Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems.

<b>Escala de medición</b>	
Nunca	<b>1</b>
Casi Nunca	<b>2</b>
A veces	<b>3</b>
Casi Siempre	<b>4</b>
Siempre	<b>5</b>

N°	Criterios de evaluación	ESCALA				
		1	2	3	4	5
<b>Producción visual</b>						
1	El programa "Goresam Noticias" difunde noticias empleando la verdad					
2	Los contenidos emitidos del programa "Goresam noticias" despiertan su interés					
3	El programa "Goresam Noticias" difunde temas de valor que benefician a la comunidad					
4	Los titulares de las noticias que se presentan en el programa "Goresam Noticias" son adecuados y reflejan la realidad de la región					
5	El color, tamaño, tipo de letra, imágenes, emitidos por Goresam noticias facilitan comprender la noticia					
6	El titular emitido en Goresam Noticias: "Gobierno regional de San Martín obtiene financiamiento para construcción del puente al distrito de Sauce" ¿Despierta su interés?					
7	Los conductores de "Goresam Noticias" comunican gestos y expresión corporal que contribuyen a comprender mejor las noticias					
<b>Producción auditiva</b>						
8	El tono de voz de los narradores le permiten comprender mejor la noticia					
9	Los conductores del programa Goresam noticias utilizan frases sencillas que le permiten entender mejor la noticia					
10	Las imágenes que se difunden en el noticiero "Goresam Noticias" contribuye a que usted entienda rápidamente la noticia					
11	Las noticias emitidas por Goresam noticias son imparciales					

Fuente: *Elaboración propia*

## **Cuestionario: Efectividad comunicacional**

### **Datos generales:**

Nº de cuestionario: ..... Fecha de recolección: ...../...../.....

### **Edad:**

### **Introducción:**

El presente instrumento tiene como finalidad identificar el nivel de efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022.

### **Instrucción:**

Lee atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para Usted, seleccionando del 1 a 5, que corresponde a su respuesta. Asimismo, debe marcar con un aspa la alternativa elegida.

Asimismo, no existen respuestas "correctas" o "incorrectas", ni respuestas "buenas" o "malas". Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su contextualización.

Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems.

<b>Escala de medición</b>	
Nunca	<b>1</b>
Casi Nunca	<b>2</b>
A veces	<b>3</b>
Casi Siempre	<b>4</b>



Siempre	5
---------	---

N°	Criterios de evaluación	ESCALA				
		1	2	3	4	5
<b>Enfoque de noticias con imparcialidad</b>						
1	El programa “Goresam noticias” difunde contenidos con imparcialidad					
2	Goresam noticias emplea audios y videos confiables para elaborar las noticias					
3	Goresam noticias utiliza la cantidad adecuada de imágenes para facilitar su comprensión					
4	La ubicación del texto en pantalla le facilita entender la noticia					
5	El lenguaje que emplean los conductores causa un efecto positivo en usted					
6	El tiempo que se dedica a cada nota o reportaje es el adecuado					
7	Goresam noticias cuenta con el personal preparado y capacitado para desarrollar contenidos informativos					
<b>Enfoque de noticias con veracidad</b>						
8	El personal de Goresam noticias utiliza diversas informaciones para elaborar las noticias (fuentes confiables)					
9	Las noticias emitidas por “Goresam noticias” le generan un nivel de confianza y veracidad					
10	Los conductores muestran evidencias (documentos, resoluciones, entre otros) al momento de emitir una nota periodística					
11	Goresam noticias emite de manera organizada su hora de noticiero					
12	El programa Goresam noticias le permite conocer la realidad de los acontecimientos en la región de San Martín					

Fuente: *Elaboración propia*

## JUICIO DE EXPERTOS – VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO CUESTIONARIO

**EXPERTO 1:**

**TÍTULO DE LA TESIS:** *Contenidos audiovisuales y efectividad comunicacional del programa “Goresam Noticias” de Goresam tv, 2022*

VARIABLE: Contenidos Audiovisuales							
DIMENSIÓN 1: Producción Visual							
INDICADORES	ÍTEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Información Veraz	El programa “Goresam Noticias” difunde noticias empleando la verdad	3	2	3	2	3	

Interés de contenidos audiovisuales	Los contenidos emitidos del programa “Goresam noticias” despiertan su interés	3	3	3	3	3	
Contenidos de calidad	El programa “Goresam Noticias” difunde temas de valor que benefician a la comunidad	3	3	2	3	3	
Titulares adecuados	Los titulares de las noticias que se presentan en el programa “Goresam Noticias” son adecuados y reflejan la realidad de la región	2	3	3	3	3	
Estética visual	El color, tamaño, tipo de letra, imágenes, emitidos por Goresam noticias facilitan comprender la noticia	2	3	3	3	3	
Producir interés	El titular emitido en Goresam Noticias: “Gobierno regional de San Martín obtiene financiamiento para construcción del puente al distrito de Sauce” ¿Despierta su interés?	3	3	3	2	3	
Expresión corporal – Expresión gestual	Los conductores de “Goresam Noticias” comunican gestos y expresión corporal que contribuyen a comprender mejor las noticias	3	2	3	3	3	
<b>DIMENSIÓN 2: Producción auditiva</b>							
Locución	El tono de voz de los narradores le permiten comprender mejor la noticia	3	3	3	3	3	

Aspectos dinámicos	Los conductores del programa "Goresam noticias" utilizan frases sencillas que le permiten entender mejor la noticia	3	2	3	3	3	
Ayuda audiovisual	Las imágenes que se difunden en el noticiero "Goresam Noticias" contribuye a que usted entienda rápidamente la noticia	3	2	3	3	3	
Aspecto subjetivo	Las noticias emitidas por Goresam noticias son imparciales	3	3	3	3	3	

<b>VARIABLE: Efectividad comunicacional</b>							
<b>DIMENSIÓN 1: Enfoque de noticias con imparcialidad</b>							
<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMES</b>	<b>CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO</b>					<b>OBSERVACIONES</b>
		<b>REPRESENTATIVIDAD</b>	<b>PERTINENCIA</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>CONSISTENCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	

Difusión de noticias con imparcialidad	El programa “Goresam noticias” difunde contenidos con imparcialidad	2	2	3	3	3	
Uso de fuentes confiables	Goresam noticias emplea audios y videos confiables para elaborar las noticias	3	3	3	3	3	
Cantidad de imágenes	Goresam noticias utiliza la cantidad adecuada de imágenes para facilitar su comprensión	2	3	3	3	3	
Ubicación del texto	La ubicación del texto en pantalla le facilita entender la noticia	3	3	2	2	3	
Efectividad comunicacional	El lenguaje que emplean los conductores causa un efecto positivo en usted	3	3	3	3	3	
Cantidad de tiempo	El tiempo que se dedica a cada nota o reportaje es el adecuado	2	2	3	3	3	
Personal preparado	“Goresam noticias” cuenta con el personal preparado y capacitado para desarrollar contenidos informativos	3	3	3	3	3	
<b>DIMENSIÓN 2: Enfoque de noticias con veracidad</b>							
Diversidad de fuentes	El personal de Goresam noticias utiliza diversas informaciones para elaborar las noticias (fuentes confiables)	2	3	3	2	2	

Nivel de veracidad	Las noticias emitidas por "Goresam noticias" le generan un nivel de confianza y veracidad	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	
Información presentada en documentos	Los conductores muestran evidencias (documentos, resoluciones, entre otros) al momento de emitir una nota periodística	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
Desarrollo del contenido	Goresam noticias emite de manera organizada su hora de noticiero	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	
Ventana que permite conocer la realidad	El programa Goresam noticias le permite conocer la realidad de los acontecimientos en la región de San Martín	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	

## VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

Estimado experto, a continuación, para validar el cuestionario, debe tomar en cuenta:


**A.-** Los criterios de calidad: la representatividad, consistencia, pertinencia, coherencia, claridad en la redacción, de los indicadores y sus respectivos reactivos del cuestionario:

<b>Representatividad</b>	<b>Consistencia</b>	<b>Pertinencia</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Claridad</b>
Es lo más representativo.	Está fundamentado en bases teóricas consistentes.	Convenientes por su importancia y viabilidad.	Los indicadores e ítems se encuentran relacionados hay correspondencia	Redactado con lenguaje claro.

**B.-** Para valorar a cada indicador con sus respectivos ítems use la siguiente escala:

<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

## DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Liz del Aguila Beteta de Paredes	DNI N°	43002720
Nombre del Instrumento	<i>Contenidos audiovisuales y efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022</i>		
Dirección domiciliaria	Jr. Rafael Díaz S/N Mz "B" Lote 23 - Morales	Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	942497665
Grado Académico	Magister		
Mención	Docencia Universitaria		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Tarapoto, 29 de agosto del 2022

### Adjuntar Hoja de vida del Experto

#### ***CURRÍCULUM VITAE***

***Mg. Lic. LIZ DEL AGUILA BETETA***

***37 años***

***Jr. Rafael Díaz S/N Mz.B Lt.23 Morales – San Martín  
Celular: 942497665***

***E-mail: liz.delaguila@gmail.com***





## RESUMEN PERSONAL Y PROFESIONAL

**Magíster en Solución de Conflictos por el Instituto de Gobierno y de Gestión Pública de la Universidad de San Martín de Porres y Licenciada en Ciencias de la Comunicación especializada en Publicidad y Relaciones Públicas, con preparación en el manejo de estrategias de comunicación interna y externa, técnicas publicitarias y manejo de medios. Asimismo, con experiencia en el ejercicio de la docencia superior en la especialidad. Regidora electa y en funciones de la Municipalidad Provincial de San Martín – Tarapoto (2019 – 2022).**

## CONDICIÓN ACADÉMICA

### Maestra en Solución de Conflictos.

Grado académico otorgado por el Instituto de Gobierno y Gestión Pública de la Universidad de San Martín de Porres. Tesis de maestría disponible en <https://hdl.handle.net/20.500.12727/8167>

### Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Título obtenido y conferido por la Universidad de San Martín de Porres.

## EXPERIENCIA PROFESIONAL

Nombre de la Institución	Municipalidad Provincial de San Martín - Tarapoto
Área – Sector de la Actividad	Gobernanza Provincial
Cargo desempeñado	Regidora
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"><li>• Regidora provincial electa y en funciones de la ciudad de Tarapoto y la provincia de San Martín (región San Martín)</li><li>• Aprobación y seguimiento de dictámenes para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos</li><li>• Presidenta de la Comisión de la Mujer y Familia.</li><li>• Miembro de la Instancia Provincial de Concertación para la Prevención, Sanción y Erradicación de la Violencia contra la Mujer e Integrantes del Grupo Familiar.</li></ul>
Fechas	Enero 2019 a Diciembre 2022

Nombre de la Institución	Universidad Científica del Perú – Sede Tarapoto
Área – Sector de la Actividad	Educación Superior
Cargo desempeñado	Docente
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"><li>• Docente de Pregrado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación</li><li>• Cursos Dictados:<ul style="list-style-type: none"><li>- Comunicación Organizacional</li><li>- Organización de Eventos</li><li>- Estrategia de Manejo de Imagen</li><li>- Fundamentos de Publicidad</li><li>- Prácticas Pre Profesionales I</li></ul></li></ul>
Fechas	Enero 2014 a Abril 2020

Nombre de la Institución	Publicidad del Aguila
Área – Sector de la Actividad	Publicidad Exterior

Cargo desempeñado	Gerente de Imagen
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalación y Alquiler de Paneles Unipolares y Vallas Publicitarias</li> <li>• Elaboración de Presupuestos</li> <li>• Trato Directo con Cartera de Clientes</li> <li>• Diseño Publicitario</li> </ul>
Fechas	Diciembre de 2012 a la actualidad

Nombre de la Institución	Imedia Comunicaciones S.A.C.
Área – Sector de la Actividad	Clipping
Cargo desempeñado	Monitoreo de Información
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoreo Constante de Medios Masivos</li> <li>• Evaluación de la información y su impacto sobre la imagen de los clientes</li> <li>• Análisis del concepto e imagen pública de instituciones y marcas diversas</li> </ul>
Fechas	Enero de 2011 a noviembre de 2012

Nombre de la Institución	Audiovisión Latina S.A.C.
Área – Sector de la Actividad	Comunicaciones
Cargo desempeñado	Asistente
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización y Realización de Eventos</li> <li>• Elaboración de Notas de Prensa</li> <li>• Diseño Gráfico (Papelería, Volantes, etc)</li> </ul>
Fechas	Marzo de 2009 a Marzo 2010

Nombre de la Institución	Mass Automotriz S.A.
Área – Sector de la Actividad	Marketing
Cargo desempeñado	Asistente de Marketing
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Captación de Clientes</li> <li>• Encuestas Telefónicas</li> <li>• Fidelización de Clientes</li> </ul>
Fechas	Abril de 2008 a Agosto de 2008

## ESTUDIOS

Institución	Universidad de San Martín de Porres – Lima, Perú
Nivel	Universitario / Pregrado
Especialidad	Ciencias de la Comunicación
Fechas	2003 - 2008
Información adicional	<b>Especialidad de Publicidad y Relaciones Públicas Bachillerato y Licenciatura registradas en SUNEDU</b>

Institución	Universidad de San Martín de Porres – Lima, Perú
Nivel	Universitario / Postgrado
Especialidad	Maestría en Solución de Conflictos
Fechas	2016 - 2021
Información adicional	<b>Maestría otorgada por el Instituto de Gobierno y de Gestión Pública de la Universidad de San Martín de Porres. Registrada en SUNEDU.</b>

## MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO CUESTIONARIO

**EXPERTO 2:**

**TÍTULO DE LA TESIS:** *Contenidos audiovisuales y efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022*

VARIABLE: Contenidos Audiovisuales							
DIMENSIÓN 1: Producción Visual							
INDICADORES	ÍTEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Información Veraz	El programa "Goresam Noticias" difunde noticias empleando la verdad	3	3	3	2	3	

Interés de contenidos audiovisuales	Los contenidos emitidos del programa “Goresam noticias” despiertan su interés	3	3	3	3	3	
Contenidos de calidad	El programa “Goresam Noticias” difunde temas de valor que benefician a la comunidad	3	3	3	3	3	
Titulares adecuados	Los titulares de las noticias que se presentan en el programa “Goresam Noticias” son adecuados y reflejan la realidad de la región	2	3	3	3	3	
Estética visual	El color, tamaño, tipo de letra, imágenes, emitidos por Goresam noticias facilitan comprender la noticia	3	3	3	3	3	
Producir interés	El titular emitido en Goresam Noticias: “Gobierno regional de San Martín obtiene financiamiento para construcción del puente al distrito de Sauce” ¿Despierta su interés?	3	3	3	3	3	
Expresión corporal – Expresión gestual	Los conductores de “Goresam Noticias” comunican gestos y expresión corporal que contribuyen a comprender mejor las noticias	3	3	3	3	3	
<b>DIMENSIÓN 2: Producción Auditiva</b>							
Locución	El tono de voz de los narradores le permiten comprender mejor la noticia	3	3	3	3	3	

Aspectos dinámicos	Los conductores del programa “Goresam noticias” utilizan frases sencillas que le permiten entender mejor la noticia	3	2	3	3	3	
Ayuda audiovisual	Las imágenes que se difunden en el noticiero “Goresam Noticias” contribuye a que usted entienda rápidamente la noticia	3	3	3	3	3	
Aspecto subjetivo	Las noticias emitidas por Goresam noticias son imparciales	3	3	3	3	3	

<b>VARIABLE: Efectividad comunicacional</b>							
<b>DIMENSIÓN 1: Enfoque de noticias con imparcialidad</b>							
<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO</b>					<b>OBSERVACIONES</b>
		<b>REPRESENTATIVIDAD</b>	<b>PERTINENCIA</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>CONSISTENCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	

Difusión de noticias con imparcialidad	El programa “Goresam noticias” difunde contenidos con imparcialidad	2	2	3	3	3	
Uso de fuentes confiables	Goresam noticias emplea audios y videos confiables para elaborar las noticias	3	3	3	3	3	
Cantidad de imágenes	Goresam noticias utiliza la cantidad adecuada de imágenes para facilitar su comprensión	2	3	3	3	3	
Ubicación del texto	La ubicación del texto en pantalla le facilita entender la noticia	3	3	3	3	3	
Efectividad comunicacional	El lenguaje que emplean los conductores causa un efecto positivo en usted	3	3	3	3	3	
Cantidad de tiempo	El tiempo que se dedica a cada nota o reportaje es el adecuado	2	2	3	3	3	
Personal preparado	“Goresam noticias” cuenta con el personal preparado y capacitado para desarrollar contenidos informativos	3	3	3	3	3	
<b>DIMENSIÓN 2: Enfoque de noticias con veracidad</b>							
Diversidad de fuentes	El personal de Goresam noticias utiliza diversas informaciones para elaborar las noticias (fuentes confiables)	2	3	3	2	2	

Nivel de veracidad	Las noticias emitidas por "Goresam noticias" le generan un nivel de confianza y veracidad	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	
Información presentada en documentos	Los conductores muestran evidencias (documentos, resoluciones, entre otros) al momento de emitir una nota periodística	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
Desarrollo del contenido	Goresam noticias emite de manera organizada su hora de noticiero	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	
Ventana que permite conocer la realidad	El programa Goresam noticias le permite conocer la realidad de los acontecimientos en la región de San Martín	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	

## VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

Estimado experto, a continuación, para validar el cuestionario, debe tomar en cuenta:

**A.-** Los criterios de calidad: la representatividad, consistencia, pertinencia, coherencia, claridad en la redacción, de los indicadores y sus respectivos reactivos del cuestionario:

<b>Representatividad</b>	<b>Consistencia</b>	<b>Pertinencia</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Claridad</b>
Es lo más representativo.	Está fundamentado en bases teóricas consistentes.	Convenientes por su importancia y viabilidad.	Los indicadores e ítems se encuentran relacionados hay correspondencia	Redactado con lenguaje claro.

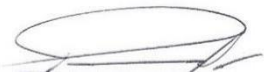
**B.-** Para valorar a cada indicador con sus respectivos ítems use la siguiente escala:

<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

## DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Eduardo Marcos Paredes Cárdenas	DNI N°	43688949
Nombre del Instrumento			
Dirección domiciliaria	Jr. Lima 1030 Tarapoto	Teléfono domicilio	(042)528551
Título Profesional/Especialidad	Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	980205060
Grado Académico	Magíster		
Mención	Docencia Universitaria		



FIRMA		Lugar y Fecha:	Tarapoto, 29 de agosto 2022
-------	---	----------------	-----------------------------

Adjuntar Hoja de vida del Experto

## CURRÍCULUM VITAE

**Mg. Lic. Eduardo Marcos Paredes Cárdenas**

36 años - DNI 43688949

Jr. Lima 1030 - Tarapoto  
Perú / 980205060



### RESUMEN PERSONAL Y PROFESIONAL

- **Comunicador colegiado y licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de San Martín de Porres (Lima, Perú) con experiencia en la Docencia Universitaria y Superior así como en la producción de contenidos periodísticos y el desarrollo de proyectos vinculados ala Comunicación Social, Audiovisual y Corporativa.**
- **Magíster en Solución de Conflictos por el Instituto de Gobierno y Gestión Pública de la Universidad de San Martín de Porres; habiendo ejercido acciones de coordinación y articulación en diferentes niveles de gobierno (nacional y regional).**
- **Ganador del Primer Lugar en la categoría televisiva del V Concurso Nacional de Periodistas "Periodismo que llega sin violencia" organizado**

Miembro de la Orden - Colegio de Periodistas del Perú. Registro N° 19-0076

### CONDICIÓN ACADÉMICA

#### Maestro en Solución de Conflictos.

Grado académico otorgado por el Instituto de Gobierno y Gestión Pública de la Universidad de San Martín de Porres. Tesis de maestría disponible en <https://hdl.handle.net/20.500.12727/8167>

#### Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Título obtenido mediante tesis y conferido por la Universidad de San Martín de Porres. Con habilitación profesional vigente.

### EXPERIENCIA LABORAL

Nombre de la Institución	Gerencia Territorial Bajo Mayo – Tarapoto / Gobierno Regional San Martín
--------------------------	--

Área – Sector de la Actividad	Sub Gerencia de Desarrollo Económico
Cargo desempeñado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistente en Articulación Territorial</li> </ul>
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de la articulación entre diversas instituciones públicas involucradas en las acciones desplegadas desde la Sub Gerencia de Desarrollo Económico de la Gerencia Territorial Bajo Mayo, así como de la articulación intrasectorial con la Sub Gerencia de Desarrollo Social.</li> <li>• Se gestionaron los esfuerzos articulados entre la Autoridad Regional Ambiental, la Autoridad Local del Agua, la Dirección Regional de Agricultura y Gobiernos Locales para la elaboración de proyectos de reforestación con el objetivo de postular a financiamiento internacional.</li> <li>• En coordinación con el Ministerio de la Producción, la Gerencia Regional de Desarrollo Económico y la Dirección Regional de la Producción, se gestionó la incorporación de la Gerencia Territorial Bajo Mayo al Consejo Regional de la Micro y Pequeña Empresa (COREMYPE) de San Martín con el fin de involucrarla en las acciones desplegadas desde este órgano consultivo en pro del desarrollo económico del territorio. La incorporación al COREMYPE se hizo efectiva en mayo de 2022, optimizándose la articulación con el sector público y privado (ámbito académico y empresarial conforme al modelo de la Triple Hélice).</li> <li>• Se proyectaron informes técnicos y resoluciones que proponen la incorporación de la Gerencia Territorial Bajo Mayo a la</li> </ul>

	<p>Agencia Regional de Desarrollo (ARD) San Martín, creada en el marco de la Política Nacional de Competitividad y Productividad, y la reestructuración del Comité Territorial de Coordinación (COTECO) Bajo Mayo, siendo el autor de la iniciativa que dispone la conformación de Mesas de Trabajo Territoriales al interior de dicho comité.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se gestionó con la Dirección Regional de Inclusión e Igualdad de Oportunidades la incorporación de la Gerencia Territorial Bajo Mayo a la Comisión del Mecanismo para la Igualdad de Género (COMIG).</li> <li>• Se brindó apoyo en materia comunicacional para la difusión de las actividades realizadas por la Gerencia Territorial Bajo Mayo en coordinación directa con sus órganos de línea.</li> </ul>
Fechas	Enero de 2022 a Junio de 2022

Nombre de la Institución	Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL)
Área – Sector de la Actividad	Calidad Académica
Cargo desempeñado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Docente</li> </ul>
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Docente de la Carrera Profesional de Periodismo y Nuevos Medios.</li> <li>• Cursos dictados: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Taller de Entrevistas y Reportajes</li> <li>- Lenguaje Televisivo</li> <li>- Fuentes de Información</li> <li>- Análisis de la Información</li> <li>- Proyectos Televisivos</li> </ul> </li> </ul>
Fechas	Agosto de 2021 a la actualidad

Nombre de la Institución	Oxígeno Alfa Medical S.A.C.
Área – Sector de la Actividad	Articulación Interinstitucional
Cargo desempeñado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Articulador</li> </ul>
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Articulación entre instituciones públicas y privadas del sector</li> <li>• Promover e impulsar alianzas estratégicas</li> </ul>
Fechas	Junio de 2021 a Diciembre de 2021

Nombre de la Institución	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS)
Área – Sector de la Actividad	Programa Nacional PAIS
Cargos desempeñados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinador Regional</li> <li>• Coordinador Distrital</li> <li>• Promotor Social</li> </ul>

Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinación para la Red Amachay: Asistencia técnica y articulación a nivel distrital y regional entre las entidades que conformaban la Red de Soporte para la Persona Adulta Mayor con Alto Riesgo y la Persona con Discapacidad Severa en la región San Martín en el marco de la emergencia sanitaria producida por la COVID-19.</li> <li>• Mediante acuerdo suscrito con la Municipalidad Provincial de San Martín, se logró asegurar el funcionamiento de la Red de Soporte durante todo el año 2021 en la ciudad de Tarapoto pese a interrumpirse su financiamiento y ejecución desde el Gobierno Nacional en mayo de ese año. A través de la implementación de un programa de voluntariado, dicha red se mantuvo activa hasta diciembre de 2021.</li> <li>• Mediante acuerdo suscrito con la Municipalidad Provincial de Moyobamba, se proyectó la implementación de la Red de Soporte en la ciudad de Moyobamba pese a no estar contemplada entre los distritos priorizados. Conforme al marco normativo de la red, al cesar la asistencia técnica brindada por el Programa Nacional PAIS a los gobiernos locales, se trasladó lo actuado a la Dirección General de Implementación de Políticas y Articulación Territorial del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social para el respectivo seguimiento.</li> <li>• Mediante acuerdo suscrito con la Dirección Regional de Inclusión e Igualdad de Oportunidades del Gobierno Regional San Martín, se proyectó la implementación de la Red de Soporte en las 10 provincias de la región y su complementación con los Centros Integrales del Adulto Mayor (CIAM) y Oficinas Municipales de Atención a la Persona con Discapacidad (OMAPED) de los Gobiernos Locales.</li> </ul>
Fechas	Abril de 2020 a Mayo de 2021

Nombre de la Institución	Universidad Científica del Perú – Sede Tarapoto
Área – Sector de la Actividad	Facultad de Educación y Humanidades
Cargos desempeñados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Docente</li> </ul>
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Docente de Pregrado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación</li> <li>• Cursos Dictados: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teoría de la Comunicación</li> <li>- Producción de Medios Audiovisuales</li> <li>- Edición Audiovisual</li> <li>- Taller de Documentales</li> </ul> </li> </ul>
Fechas	Mayo 2014 a Abril 2020

Nombre de la Institución	VIA Televisión
Área – Sector de la Actividad	Producción
Cargos desempeñados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conductor</li> <li>• Productor</li> </ul>
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conductor de la edición central del noticiero “VIA Noticias”</li> <li>• Responsable del rediseño de imagen del canal y de la producción de material audiovisual relacionado a la misma</li> <li>• Organizador de la Preventa del canal (evento anual)</li> </ul>
Fechas	Agosto 2016 a Abril 2020

Nombre de la Institución	ALSAC – Sucursal Tarapoto – San Martín, Perú AL Contenidos (División ALSAC)
Área – Sector de la Actividad	Dirección y Producción
Cargos desempeñados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director y Productor</li> </ul>
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director</li> <li>• Productor Ejecutivo</li> <li>• Implementación de servicios de comunicación para la difusión de contenidos educativos y culturales que promuevan la identidad nacional y su pluriculturalidad.</li> <li>• Dirección de Oficina Sucursal en Tarapoto dedicada a la producción de publicidad gráfica y audiovisual.</li> <li>• Creación y producción de espacios televisivos para estaciones locales: El Máximo Vencedor e Historias con Harta Calle.</li> </ul>
Fechas	Octubre 2013 a Abril 2020

Nombre de la Institución	Audiovisión Latina S.A.C. (ALSAC – Central de Medios) – Lima, Perú
Área – Sector de la Actividad	Administración
Cargos desempeñados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director Ejecutivo</li> <li>• Supervisor de Contenidos</li> </ul>
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación y dirección de servicios de comunicación audiovisual dirigidos a medios del interior del país para la difusión de contenidos educativos, culturales y de entretenimiento.</li> <li>• Elaboración y diseño de campañas promocionales.</li> <li>• Planificación y organización de eventos.</li> <li>• Manejo de toda comunicación, interna y externa, de la compañía, incluida la comunicación y coordinación con clientes y medios.</li> </ul>
Fechas	Enero 2012 – Setiembre 2013

Nombre de la Institución	Radio Sensación 97.7 FM (Chosica) - Lima, Perú
Área – Sector de la Actividad	Producción Radiofónica
Cargos desempeñados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Locutor</li> <li>• Editor</li> <li>• Conductor</li> <li>• Programador</li> <li>• Productor</li> </ul>
Funciones y Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pre- Producción y realización de Spots Publicitarios.</li> <li>• Conducción de programas de corte musical e informativo</li> <li>• Producción del noticiero de la emisora y programas variados</li> <li>• Encargado de estructurar la programación diaria de la emisora.</li> </ul>
Fechas	Marzo 2008 – Diciembre 2011

Nombre de la Institución	Banco de Crédito del Perú – Lima, Perú
Área – Sector de la Actividad	Atención al Cliente
Cargo desempeñado	Promotor de Servicios Bancarios (PdS)
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar operaciones bancarias diversas en caja</li> <li>• Ofrecer los servicios de la entidad (Tarjetas de Crédito, Seguros)</li> </ul>
Fechas	Diciembre 2005 - Mayo 2006

## ESTUDIOS

Institución	Universidad de San Martín de Porres – Lima, Perú
Nivel	Universitario / Posgrado
Especialidad	Maestría en Solución de Conflictos (Instituto de Gobierno USMP)
Fechas	Agosto 2016 – Marzo 2021
Información adicional	<b>Grado académico registrado en SUNEDU.</b>

Institución	Universidad de San Martín de Porres – Lima, Perú
Nivel	Universitario / Pregrado
Especialidad	Ciencias de la Comunicación
Fechas	Marzo 2003 – Noviembre 2007
Información Adicional	<b>Bachillerato y Licenciatura registradas en SUNEDU</b>

## RECONOCIMIENTOS

Institución	Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, CONCORTV, ACS Calandria, Asociación Nacional de Periodistas y la Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía (EMARTV)
Área	Periodismo
Condición	Primer Puesto
Año	2022
Descripción Completa	<b>Ganador del Primer Lugar en la categoría televisiva del V Concurso Nacional de Periodistas: “Periodismo que llega sin Violencia”.</b>

Institución	Nestlé
Área	Desarrollo de Planes de Negocio
Condición	Primer Puesto
Año	2006
Descripción Completa	<b>Ganador del Primer Lugar en el Concurso Nacional Inter-Universitario de Planes de Negocio “Despertando Ideas 2006” organizado por Nescafé (Nestlé).</b>

**CURSOS, DIPLOMADOS Y SEMINARIOS**

DIPLOMADO	<b>CERTIFICACIÓN PRESENCIAL - DIPLOMADO EN METODOLOGÍA ACTIVA PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR</b> Instituto San Ignacio de Loyola NOVIEMBRE 2021
TALLER	<b>VIOLENCIA DE GENERO EN MEDIOS DE COMUNICACION</b> MIMP – Calandria NOVIEMBRE 2021
CURSO	<b>FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL</b> Google EMEA – IAB de Europa AGOSTO 2021
CURSO	<b>RED DE SOPORTE PARA LA PERSONA ADULTO MAYOR CON ALTO RIESGO Y PERSONAS CON DISCAPACIDAD SEVERA FRENTE AL CORONAVIRUS COVID-19</b> Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social DICIEMBRE 2020
DIPLOMADO	<b>DIPLOMADO ESPECIALIZADO EN CONTRATACIONES PUBLICAS</b> Cámara de Comercio de Cañete JUNIO 2020
CURSO	<b>ESCUELA DE FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL EN GENERO</b> Cuso International – Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables – Defensoría del Pueblo – Municipalidad Provincial de San Martín MAYO 2019
SEMINARIO	<b>SEMINARIO INTERNACIONAL “LA TELEVISION DE HOY Y DE MANANA”</b> Universidad de San Martín de Porres OCTUBRE 2006
SEMINARIO	<b>II SEMINARIO INTERNACIONAL DE RADIO “NUEVAS MENTES EN SINTONÍA”</b> Universidad de San Martín de Porres OCTUBRE 2005

## BASE DATOS

### V1: Contenidos audiovisuales

Nº	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	sub total	p8	p9	p10	p11	sub total	TOTAL
1	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
2	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
3	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
4	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
5	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
6	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
7	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
8	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
9	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
10	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
11	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
12	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
13	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
14	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
15	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
16	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
17	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
18	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
19	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
20	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
21	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
22	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
23	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
24	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
25	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
26	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
27	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
28	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
29	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
30	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
31	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
32	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
33	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
34	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
35	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
36	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
37	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
38	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
39	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
40	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37



41	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
42	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
43	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
44	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
45	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
46	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
47	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
48	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
49	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
50	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
51	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
52	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
53	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
54	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
55	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
56	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
57	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
58	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
59	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
60	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
61	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
62	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
63	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
64	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
65	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
66	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
67	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
68	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
69	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
70	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
71	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
72	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
73	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
74	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
75	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
76	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
77	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
78	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
79	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
80	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
81	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
82	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
83	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
84	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
85	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37

86	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
87	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
88	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
89	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
90	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
91	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
92	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
93	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
94	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
95	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
96	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
97	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
98	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
99	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
100	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
101	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
102	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
103	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
104	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
105	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
106	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
107	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
108	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
109	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
110	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
111	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
112	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
113	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
114	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
115	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
116	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
117	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
118	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
119	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
120	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
121	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
122	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
123	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
124	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
125	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
126	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
127	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
128	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
129	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
130	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47

131	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
132	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
133	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
134	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
135	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
136	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
137	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
138	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
139	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
140	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
141	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
142	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
143	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
144	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
145	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
146	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
147	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
148	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
149	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
150	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
151	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
152	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
153	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
154	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
155	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
156	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
157	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
158	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
159	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
160	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
161	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
162	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
163	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
164	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
165	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
166	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
167	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
168	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
169	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
170	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
171	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
172	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
173	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
174	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
175	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19

176	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
177	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
178	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
179	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
180	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
181	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
182	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
183	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
184	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
185	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
186	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
187	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
188	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
189	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
190	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
191	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
192	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
193	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
194	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
195	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
196	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
197	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
198	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
199	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
200	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
201	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
202	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
203	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
204	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
205	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
206	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
207	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
208	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
209	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
210	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
211	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
212	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
213	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
214	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
215	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
216	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
217	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
218	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
219	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
220	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37

221	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
222	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
223	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
224	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
225	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
226	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
227	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
228	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
229	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
230	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
231	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
232	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
233	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
234	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
235	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
236	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
237	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
238	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
239	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
240	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
241	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
242	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
243	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
244	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
245	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
246	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
247	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
248	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
249	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
250	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
251	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
252	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
253	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
254	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
255	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
256	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
257	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
258	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
259	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
260	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
261	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
262	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
263	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
264	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
265	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37

266	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
267	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
268	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
269	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
270	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
271	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
272	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
273	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
274	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
275	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
276	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
277	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
278	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
279	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
280	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
281	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
282	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
283	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
284	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
285	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
286	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
287	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
288	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
289	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
290	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
291	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
292	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
293	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
294	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
295	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
296	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
297	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
298	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
299	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
300	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
301	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
302	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
303	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
304	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
305	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
306	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
307	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
308	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
309	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
310	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37

311	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
312	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
313	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
314	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
315	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
316	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
317	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
318	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
319	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
320	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
321	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
322	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
323	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
324	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
325	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
326	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
327	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
328	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
329	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
330	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
331	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
332	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
333	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
334	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
335	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47
336	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	4	17	47
337	3	2	4	3	2	3	2	19	2	4	2	3	11	30
338	2	3	2	2	2	2	3	16	3	4	2	2	11	27
339	4	3	4	2	3	4	3	23	3	4	3	4	14	37
340	2	2	1	1	2	2	2	12	2	1	2	2	7	19
341	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
342	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
343	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
344	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
345	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
346	2	3	3	2	2	2	3	17	3	3	2	2	10	27
347	3	3	4	4	4	3	3	24	3	4	4	3	14	38
348	1	1	1	2	2	1	1	9	1	1	2	1	5	14
349	1	2	2	2	1	1	2	11	2	2	1	1	6	17
350	3	4	3	4	3	3	4	24	4	3	3	3	13	37
351	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	2	1	7	19
352	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	16	43
353	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	3	3	11	29
354	4	4	5	3	3	4	4	27	4	1	3	4	12	39
355	5	4	5	4	5	5	4	32	4	1	5	5	15	47

<b>356</b>	4	4	4	5	5	4	4	<b>30</b>	4	4	5	4	<b>17</b>	<b>47</b>
<b>357</b>	3	2	4	3	2	3	2	<b>19</b>	2	4	2	3	<b>11</b>	<b>30</b>
<b>358</b>	2	3	2	2	2	2	3	<b>16</b>	3	4	2	2	<b>11</b>	<b>27</b>
<b>359</b>	4	3	4	2	3	4	3	<b>23</b>	3	4	3	4	<b>14</b>	<b>37</b>
<b>360</b>	2	2	1	1	2	2	2	<b>12</b>	2	1	2	2	<b>7</b>	<b>19</b>
<b>361</b>	2	3	3	2	2	2	3	<b>17</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	<b>27</b>
<b>362</b>	3	3	4	4	4	3	3	<b>24</b>	3	4	4	3	<b>14</b>	<b>38</b>
<b>363</b>	1	1	1	2	2	1	1	<b>9</b>	1	1	2	1	<b>5</b>	<b>14</b>
<b>364</b>	1	2	2	2	1	1	2	<b>11</b>	2	2	1	1	<b>6</b>	<b>17</b>
<b>365</b>	3	4	3	4	3	3	4	<b>24</b>	4	3	3	3	<b>13</b>	<b>37</b>
<b>366</b>	2	3	3	2	2	2	3	<b>17</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	<b>27</b>
<b>367</b>	3	3	4	4	4	3	3	<b>24</b>	3	4	4	3	<b>14</b>	<b>38</b>
<b>368</b>	1	1	1	2	2	1	1	<b>9</b>	1	1	2	1	<b>5</b>	<b>14</b>
<b>369</b>	1	2	2	2	1	1	2	<b>11</b>	2	2	1	1	<b>6</b>	<b>17</b>
<b>370</b>	3	4	3	4	3	3	4	<b>24</b>	4	3	3	3	<b>13</b>	<b>37</b>
<b>371</b>	1	2	2	2	2	1	2	<b>12</b>	2	2	2	1	<b>7</b>	<b>19</b>
<b>372</b>	4	4	4	3	4	4	4	<b>27</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	<b>43</b>
<b>373</b>	3	2	3	2	3	3	2	<b>18</b>	2	3	3	3	<b>11</b>	<b>29</b>
<b>374</b>	4	4	5	3	3	4	4	<b>27</b>	4	1	3	4	<b>12</b>	<b>39</b>
<b>375</b>	5	4	5	4	5	5	4	<b>32</b>	4	1	5	5	<b>15</b>	<b>47</b>
<b>376</b>	4	4	4	5	5	4	4	<b>30</b>	4	4	5	4	<b>17</b>	<b>47</b>
<b>377</b>	3	2	4	3	2	3	2	<b>19</b>	2	4	2	3	<b>11</b>	<b>30</b>
<b>378</b>	2	3	2	2	2	2	3	<b>16</b>	3	4	2	2	<b>11</b>	<b>27</b>
<b>379</b>	4	3	4	2	3	4	3	<b>23</b>	3	4	3	4	<b>14</b>	<b>37</b>
<b>380</b>	2	2	1	1	2	2	2	<b>12</b>	2	1	2	2	<b>7</b>	<b>19</b>
<b>381</b>	2	3	3	2	2	2	3	<b>17</b>	3	3	2	2	<b>10</b>	<b>27</b>
<b>382</b>	3	3	4	4	4	3	3	<b>24</b>	3	4	4	3	<b>14</b>	<b>38</b>
<b>383</b>	1	1	1	2	2	1	1	<b>9</b>	1	1	2	1	<b>5</b>	<b>14</b>



## V2: Efectividad comunicacional

Nº	pr1	pr2	pr3	pr4	pr5	pr6	pr7	sub total	pr8	pr9	pr10	pr11	pr12	sub total	TOTAL
1	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
2	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
3	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
4	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
5	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
6	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
7	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
8	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
9	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
10	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
11	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
12	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
13	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
14	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
15	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
16	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
17	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
18	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
19	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
20	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
21	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
22	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
23	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
24	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
25	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
26	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
27	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
28	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
29	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
30	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
31	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
32	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
33	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
34	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
35	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
36	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
37	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
38	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
39	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
40	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
41	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
42	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39

43	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
44	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
45	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
46	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
47	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
48	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
49	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
50	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
51	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
52	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
53	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
54	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
55	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
56	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
57	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
58	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
59	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
60	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
61	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
62	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
63	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
64	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
65	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
66	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
67	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
68	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
69	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
70	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
71	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
72	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
73	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
74	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
75	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
76	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
77	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
78	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
79	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
80	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
81	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
82	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
83	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
84	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
85	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
86	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
87	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48

88	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
89	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
90	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
91	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
92	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
93	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
94	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
95	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
96	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
97	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
98	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
99	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
100	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
101	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
102	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
103	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
104	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
105	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
106	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
107	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
108	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
109	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
110	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
111	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
112	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
113	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
114	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
115	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
116	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
117	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
118	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
119	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
120	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
121	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
122	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
123	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
124	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
125	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
126	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
127	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
128	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
129	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
130	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
131	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
132	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32

133	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
134	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
135	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
136	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
137	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
138	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
139	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
140	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
141	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
142	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
143	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
144	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
145	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
146	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
147	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
148	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
149	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
150	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
151	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
152	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
153	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
154	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
155	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
156	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
157	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
158	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
159	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
160	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
161	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
162	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
163	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
164	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
165	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
166	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
167	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
168	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
169	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
170	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
171	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
172	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
173	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
174	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
175	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
176	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
177	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37

178	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
179	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
180	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
181	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
182	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
183	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
184	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
185	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
186	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
187	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
188	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
189	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
190	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
191	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
192	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
193	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
194	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
195	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
196	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
197	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
198	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
199	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
200	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
201	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
202	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
203	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
204	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
205	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
206	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
207	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
208	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
209	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
210	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
211	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
212	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
213	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
214	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
215	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
216	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
217	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
218	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
219	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
220	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
221	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
222	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39

223	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
224	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
225	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
226	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
227	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
228	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
229	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
230	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
231	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
232	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
233	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
234	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
235	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
236	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
237	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
238	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
239	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
240	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
241	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
242	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
243	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
244	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
245	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
246	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
247	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
248	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
249	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
250	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
251	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
252	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
253	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
254	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
255	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
256	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
257	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
258	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
259	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
260	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
261	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
262	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
263	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
264	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
265	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
266	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
267	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39

268	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
269	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
270	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
271	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
272	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
273	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
274	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
275	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
276	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
277	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
278	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
279	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
280	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
281	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
282	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
283	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
284	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
285	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
286	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
287	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
288	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
289	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
290	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
291	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
292	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
293	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
294	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
295	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
296	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
297	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
298	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
299	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
300	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
301	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
302	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
303	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
304	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
305	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
306	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
307	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
308	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
309	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
310	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
311	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
312	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48

313	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
314	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
315	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
316	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
317	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
318	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
319	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
320	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
321	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
322	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
323	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
324	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
325	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
326	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
327	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
328	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
329	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
330	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
331	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
332	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
333	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
334	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
335	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
336	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
337	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
338	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
339	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
340	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
341	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
342	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
343	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
344	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
345	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
346	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
347	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
348	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
349	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
350	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
351	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
352	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
353	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
354	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
355	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
356	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
357	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32



358	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
359	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
360	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
361	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
362	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
363	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16
364	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	4	3	13	23
365	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	4	4	19	42
366	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	3	3	15	32
367	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	3	3	16	39
368	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	13
369	1	1	2	1	2	2	1	10	2	2	2	1	2	9	19
370	3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	3	3	4	18	41
371	2	1	2	1	2	2	1	11	2	2	2	1	2	9	20
372	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20	48
373	3	3	2	3	2	3	3	19	2	2	3	3	2	12	31
374	3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	5	4	4	21	49
375	5	5	4	5	4	5	5	33	4	4	5	5	4	22	55
376	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	49
377	2	3	2	3	2	4	3	19	2	2	4	3	2	13	32
378	2	2	3	2	3	2	2	16	3	3	2	2	3	13	29
379	3	4	3	4	3	4	4	25	3	3	4	4	3	17	42
380	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	2	2	9	22
381	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	3	1	2	12	29
382	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	4	1	3	14	37
383	2	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	3	2	8	16

**MUESTREO:**

$$n = \frac{3.8416}{0.0025} \cdot \frac{0.25}{122364} \cdot \frac{122365}{0.9604}$$

$n = \frac{117519.346}{306.87}$	<b>383</b>
---------------------------------	------------



Universidad  
César Vallejo

"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"

Ate, 19 de julio de 2022

Señor(a)  
**GIANNINA PETILU ARAUJO BARTRA**  
**JEFE DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**  
**GOBIERNO REGIONAL DE SAN MARTÍN**  
**CALLE AEROPUERTO # 150 - MOYOBAMBA**

Asunto: Autorizar para la ejecución del Proyecto de Investigación de Ciencias de la Comunicación

De mi mayor consideración:

Es muy grato dirigirme a usted, para saludarlo muy cordialmente en nombre de la Universidad Cesar Vallejo Filial Ate y en el mío propio, deseándole la continuidad y éxitos en la gestión que viene desempeñando.

A su vez, la presente tiene como objetivo solicitar su autorización, a fin de que el(la) Bach. LUCIA LISA LAURIE GRADOS SAAVEDRA, con DNI 48324187, del Programa de Titulación para universidades no licenciadas, Taller de Elaboración de Tesis de la Escuela Académica Profesional de Ciencias de la Comunicación, pueda ejecutar su investigación titulada: "**CONTENIDOS AUDIOVISUALES Y EFECTIVIDAD COMUNICACIONAL DEL PROGRAMA "GOESAM NOTICIAS" DE GOESAM TV, 2022**", en la institución que pertenece a su digna Dirección; agradeceré se le brinden las facilidades correspondientes.

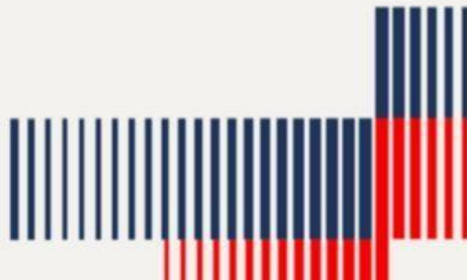
Sin otro particular, me despido de Usted, no sin antes expresar los sentimientos de mi especial consideración personal.

Atentamente,

Mg. Felipe Anderson Rios Incio  
Docente Tiempo Completo  
Programa de estudios de Ciencias de la Comunicación

cc: Archivo PTUN

[www.ucv.edu.pe](http://www.ucv.edu.pe)



**FOTOGRAFÍAS TRABAJO DE CAMPO (ENCUESTAS)**





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ARANGO ARAMBURU JOHANA ELIZABETH, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Contenidos audiovisuales y efectividad comunicacional del programa "Goresam Noticias" de Goresam tv, 2022", cuyos autores son GRADOS SAAVEDRA LUCIA LISA LAURIE, MACEDO RAMIREZ SALLY FIORELLA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23.00%, 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, 15 de Noviembre del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ARANGO ARAMBURU JOHANA ELIZABETH <b>DNI:</b> 09989948 <b>ORCID:</b> 0000-0002-6559-2321	Firmado electrónicamente por: AARAMBURUJ el 15- 11-2022 09:45:24

Código documento Trilce: TRI - 0440599