



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en
jóvenes de 18 a 24 años, Ate, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Garcia Quiquia, Ludwing Aldrin (Orcid.org/0000-0001-7239190X)

ASESORA:

Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa (Orcid.org/0000-0002
8116-6517)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

A mi madre Yersi quién me incentivó íntegramente y agradezco cada recomendación durante el proceso de mi formación superior. También a mi padre Elías quien me guió y educó desde niño para encaminarme en la Carrera de Ciencias de la Comunicación. Asimismo, a mi compañera de vida Mayra por complementarme y ayudarme junto a su madre Ayde.

Agradecimiento

A la Universidad César Vallejo por formarnos, potenciarnos y darnos la capacidad profesional necesaria para predominar en este mundo, también reconocer el empeño, sacrificio, rigor y profesionalismo de todos los docentes que me brindaron sus enseñanzas en nuestra casa de estudios para culminar con gran éxito la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	18
3.2. Variables y operacionalización.....	19
3.3. Población, muestra y muestreo.....	21
3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos.....	22
3.5. Procedimientos.....	27
3.6. Método de análisis de datos.....	27
3.7. Aspectos éticos.....	28
IV. RESULTADOS.....	29
V. DISCUSIÓN.....	41
VI. CONCLUSIONES.....	45
VII. RECOMENDACIONES.....	46
REFERENCIAS.....	47
ANEXO.....	54

Índice de tablas

Tabla 1	Tabla de valores en la escala de Likert.....	23
Tabla 2	Tabla de valides del instrumento por juicio de expertos.....	24
Tabla 3	Escala de medición del Alfa de Cronbach.....	25
Tabla 4	Confiabilidad de la variable 1 programa informativo televisivo.....	26
Tabla 5	Confiabilidad de la variable 2 percepción.....	26
Tabla 6	Coeficiente Alfa de Cronbach por variables.....	27
Tabla 7	Tablas de rango de descripción: bueno, regular y malo.....	29
Tabla 8	Tablas de rango de interpretación: informa correctamente, informa regularmente, no informa.....	29
Tabla 9	Análisis descriptivo de Programa periodístico televisivo.....	30
Tabla 10	Análisis descriptivo de Percepción.....	31
Tabla 11	Análisis descriptivo de dimensión Funciones.....	32
Tabla 12	Análisis descriptivo de dimensión Estilos de presentación.....	33
Tabla 13	Análisis descriptivo de dimensión Contenido.....	34
Tabla 14	Tabla de pruebas de normalidad.....	35
Tabla 15	Coeficiente de correlación de Rho Spearman.....	36
Tabla 16	Tabla de contrastación de hipótesis general.....	37
Tabla 17	Tabla de contrastación de hipótesis específica 1.....	38
Tabla 18	Tabla de contrastación de hipótesis específica 2.....	39
Tabla 19	Tabla de contrastación de hipótesis específica 3.....	40

Índice de figuras

Figura 1 Diagrama de nivel correlacional.....	19
Figura 2 Fórmula para una población finita.....	21

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, Ate, 2022. Se logró relacionar con las siguientes teorías de la comunicación: Usos y gratificaciones de Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch, Teoría de dos pasos de Paul Lazarsfeld y Elihu Katz.

Tipo de investigación fue aplicada con una metodológica cuantitativa y diseño no experimental – transversal y nivel correlacional. La población de estudio estuvo conformada por 384 jóvenes de 18 a 24 años que viven en distrito de Ate. El instrumento empleado fue el cuestionario. Los resultados obtenidos según el Rho Spearman, existe una correlación positiva media con el valor de 0,123 entre las variables programa periodista televisivo y percepción. En conclusión, se afirma que los jóvenes de 18 a 24 años tienen una preferencia y aceptación por el programa “Beto a saber”.

De esta manera se recomienda a los productores audiovisuales y estudiantes universitarios, la necesidad de mejorar los programas periodísticos televisivos hacia una investigación selectiva y más rigurosa con la fórmula de entretenimiento para que sea más interesante al espectador.

Palabras Clave: periodismo, periodismo televisivo, comunicación televisiva, medios de comunicación.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the relationship between the Beto a Saber program of Willax television and the perception in young people from 18 to 24 years old, Ate, 2022. It was possible to relate it to the following communication theories: Uses and gratifications of Elihu Katz , Jay G. Blumler and Michael Gurevitch, Two-Step Theory by Paul Lazarsfeld and Elihu Katz.

Type of research was applied with a quantitative methodology and non-experimental design - cross-sectional and correlational level. The study population consisted of 384 young people from 18 to 24 years old who live in the Ate district. The instrument used was the questionnaire. The results obtained according to the Rho Sperman, there is an average positive correlation with the value of 0.123 between the variables television journalist program and perception. In conclusion, it is stated that young people between the ages of 18 and 24 have a preference and acceptance for the "Beto a saber" program.

In this way, it is recommended to audiovisual producers and university students, the need to improve television journalistic programs towards a selective and more rigorous investigation with the entertainment formula to make it more interesting to the viewer.

Keywords: journalism, television journalism, television communication, mass me

I. INTRODUCCIÓN

La televisión durante largos años ha gozado de popularidad entre las audiencias de jóvenes y adultos pero luego de la masificación de los canales de TV y la introducción de nuevas tecnologías comunicacionales se redujo el nivel de interacción de ellas, por ello Domínguez y Arévalo (2020), concuerdan que las distintas cadenas de televisión siempre están en busca de diferenciarse unas de otras, para convertirse en un bucle insignia, pero caen en la generalización progresiva de sus temáticas y enfoques en su oferta. Así mismo Navarro y Vázquez (2020) expresan que la Generación Z (1995-2000) se incrementa el consumo de videos en las redes sociales que sus antecesores.

A raíz de ola de contagios por Covid-19, que ha generado restricciones con la inmovilización obligatoria aplicada por los gobiernos en el año 2020 a lo cual las familias retomaron hábitos como ver la televisión en familia e informarse a través de él. Por ello Montaña et al. (2020) concuerda que los civiles confinados disponían de mucho tiempo libre para entretenerse e informarse lo cual generó cambios a raíz de la pandemia y los hábitos adquiridos. Además, según Mateus (2019) La industria televisiva informó correctamente durante la pandemia de Covid-19.

A nivel latinoamericano las casas televisoras han desarrollado importantes infraestructuras y alianzas televisivas para poder cubrir y darles un mejor tratamiento a sus noticias. Por ello Román et al. (2020) concuerda que es necesario que la televisión tenga un impulso y la implementación de tecnologías para lograr un mayor alcance.

En el Perú los canales de televisión están centralizados en la capital (Lima) con una parrilla de noticias de interés a nivel nacional. Por ello López (2021) expresa que los periodistas deben estar informados y realizar evaluaciones de relevancia para comunicar información relevante para los televidentes. Asimismo, concuerda Maccha (2021) menciona que las corrientes informativas son importantes para el desarrollo de la televisión.

En el ámbito local, “Beto a Saber”, es un programa de periodismo informativo televisivo difundido por el canal Willax desde el año 2020 hasta la actualidad, su conductor es Ortiz Pajuelo Humberto Martín, más notable como Beto Ortiz, se emite en señal abierta con el N°1, con noticias sobre temas políticos, económicos y sociales. Es por ello que investigaremos la percepción para los jóvenes que ven este programa. Por ello Rodríguez (2021) expresa que, las imágenes representativas son cruciales en la televisión, cada suceso que nos muestran en la mayoría de ocasiones los rostros de las víctimas y victimarios se encuentran dentro del siniestro en un entorno próximo.

Asimismo, Redacción Ediciones El Comercio (2019), Los Premios Luces 2018, se nominó en el segmento de mejor programa periodístico televisivo al Show Informativo Beto a Saber en ATV conducido por el periodista Beto Ortiz, Por otra parte, en el año 2001 el portal web, Terra, redactó la transición del Periodista Beto Ortiz desde las instalaciones de Austral Televisión – Canal A, hacia Frecuencia latina con su propio programa de televisión Beto a saber.

En este sentido, el problema de investigación es: ¿cuál es la relación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años? De igual modo los objetivos específicos son: ¿cuál es la relación entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años?, ¿cuál es la relación entre estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años?, ¿cuál es la relación entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años?

La justificación del trabajo presentado en el plano teórico tiene la finalidad de proporcionar acerca información sobre la originalidad del programa (Show Informativo) Beto a Saber de Willax televisión cual es la relación de sus espectadores jóvenes de 18 a 24 años. Por ello Garcia (2021), menciona que los espacios informativos deben crear competencias de eficacia y tener la capacidad de evolucionar para obtener la mayor audiencia posible para el mantenimiento y

determinar el éxito del programa, asimismo en dicha expansión si genera nuevos formatos con el *infoentretenimiento* al cual recauda las 2 funciones referentes a los tradicionales medios comunicación que es el entretenimiento y la información. Asimismo, la justificación metodológica se realiza a través de un cuestionario, a lo cual se propone como un método de aplicación de recolección de datos en los jóvenes de 18 a 24 años. Asimismo, concuerda con Rose (2022) expresa que los medios informativos son cruciales para la sociedad.

En el aspecto social, esta investigación propone orientar a las futuras investigaciones universitarias de pregrado relacionadas con el periodismo televisivo, estilos de presentación, las funciones, contenidos, y recursos periodísticos. De esta manera la justificación práctica se basa en la necesidad de mejorar los programas periodísticos televisivos en la rigurosidad y el entretenimiento como fórmula periodística informativa de tal manera que se vuelve más interesante para el espectador. Asimismo, se concuerda con Zeballos (2021) el periodismo es vital para mantener informado a la comunidad.

El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años. Con respecto a los objetivos específicos: establecer la relación entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años. identificar la relación entre estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, describir la relación entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años

De esta manera, se planteó como hipótesis general: H1 existe una relación significativa entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años. Por otro lado, H0 no existe una relación significativa entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

Como hipótesis específicas son: H1 existe relación significativa entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años. En este sentido H0 no existe una relación significativa entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años. Asimismo, la Hipótesis H1 existe relación significativa entre los estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años. En relación H0 no hay relación de significación entre los estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años. También podemos H1 existe relación significativa entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años. Por otro lado, H0 no existe una relación significativa entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

II. MARCO TEÓRICO

El actual estudio está avalado por los posteriores precedentes nacionales e internacionales, de igual forma, se exponen teorías de la comunicación con perspectivas conceptuales que aportan a la interpretación del presente estudio. Se iniciará con los precedentes nacionales.

Para Mejía et al. (2020) en una investigación se planteó como objetivo, encontrar y caracterizar las asociaciones entre la percepción temor o extremosidad que emiten los medios comunicacionales en la ola de contagios por coronavirus en el año 2019, en diferentes regiones del Perú. El trabajo es un estudio analítico, transversal, multicéntrico, cuantitativo, se realizó la encuesta virtual en 4009 personas. Más pobladas como Lima, Tacna, Arequipa, Piura, Pucallpa, Puno, Trujillo, Cerro de Pasco, Cusco, Ayacucho, Ica, Iquitos, Chimbote, Cajamarca, Huancayo realizado en marzo, 2020. La herramienta utilizada previamente se ha validado, en tres factores: los medios de comunicación en televisión, generaron miedo porque las medidas sanitarias eran difíciles, sensibles para las familias y amigos. La relación con los coeficientes y valores son calculados por los valores del uso de los modelos generales lineales. Los encuestados percibieron que las redes sociales representan el (64 %) y la televisión (57 %) exageraban las noticias que brindaban; asimismo los integrantes mencionaron que la televisión representa el (43 %) y los medios virtuales (41 %) incrementaron la percepción del temor a sus vidas. Relacionado a sus amigos/familia, darse cuenta que exageraron la posición (39 %) y producirles temor (25 %). Estas conclusiones son los datos de los ciudadanos que culminaron la secundaria completa, se incrementó el miedo en diferencia a las personas que estudiaron una carrera universitaria y un registro mínimo del miedo quienes estudiaron una especialidad de Posgrado, producidos por las redes sociales y la televisión. El aporte para el presente trabajo es asesorar sobre las consecuencias de la exageración sobre los contenidos periodísticos televisivos que ocasionan pérdida de credibilidad.

Por consiguiente, Bautista (2019) planteó como objetivo determinar las consecuencias del siglo XXI, la reforma de los medios audiovisuales públicos en el Perú. La metodología aplicada es una investigación descriptiva cuantitativa, la población de estudio es 250 periodistas trabajadores en Editora Perú y del Instituto de Radio Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP). Los resultados son que los medios estatales como Editora Perú y Radio Nacional, necesitan una reforma donde en un futuro logren cumplir con la función de informar a toda la sociedad peruana, los medios de comunicación privados emiten noticias de sus intereses económicos y políticos que no son imparciales, donde los canales estatales no pueden tener mayor llegada con sus noticias por que están impedidos presupuestalmente por el poder ejecutivo. En conclusión, el Perú el poder mediático es monopólico y controlador donde no tiene regulación y se enfrenta contra el poder político por controlar la economía y los civiles peruanos son testigos de la guerra mediática. El aporte para la presente investigación es instruir acerca del actuar de los medios audiovisuales públicos y privados refiriendo como prefieren sus intereses políticos y económicos antes de informar a los televidentes.

Por otra parte, Aragón (2021) tiene como objetivo identificar el tratamiento periodístico del diario La República y El Comercio sobre el tema de la violencia en los hogares durante la pandemia del Coronavirus-2019 en el Perú en los meses de marzo del 2020 hasta marzo del 2021. La metodología fue un análisis de datos obtenidos tras un diseño de tipo básico, exploratorio, descriptivo, cuantitativo con un muestreo no probabilístico, la población y muestra, en mayo y junio se reconocieron 6 noticias en diario La República y 5 notas en diario El Comercio relacionadas sobre la violencia doméstica para posteriormente se eliminó una nota del diario la república al azar para estar equitativamente. Los resultados, hallamos que en el diario La República ofrece un mayor tratamiento a los hechos en diferencia que en El Comercio. Pero en ambos diarios realizan importantes investigaciones sobre la ubicuidad, y contextualizarla de manera gráfica para atraer más audiencia. La conclusión es que los medios comunicacionales notifican las noticias de una forma diferente sobre lo sucedido en los casos de violencia doméstica y su relación con los feminicidios, abuso

sexual, violaciones, etc. En el esquema de cobertura sobre las frecuencias, secciones y contextualización en las fuentes informativas, las noticias sobre violencia doméstica tuvieron un mayor interés en la audiencia sobre una responsabilidad social. El aporte es que los medios de comunicación informan a la población los hechos de violencia doméstica porque atrae más espectadores por ser temas de interés social.

Para Delgado (2022) tiene como objetivo analizar las noticias sobre el covid-19 en el primer de llegada y aparición en país de Perú, se realizó un monitoreo permanente los 18 días iniciales en las noticias de edición nocturna, 'Al estilo Juliana' de ATV Noticias y 'Edición Central' de TV Perú. La metodología aplicada es mixta, a lo cual se midió los contenidos cuantitativamente, las noticias que trataban sobre la Covid-19, y cualitativamente a través de encuestas realizadas a los periodistas de mencionadas casas emisoras. Los resultados obtenidos son que los medios de comunicación otorgaron una crucial cobertura sobre la ola de contagios que se produjo por la COVID-19 en su parrilla explicativa, al ser un hecho nuevo y desconocido que provocó mucha intranquilidad a la población, se llegó a la conclusión que los programas televisivos estudiados tratan abordan temas relacionados con la COVID-19, es por ello que se muestra evidencia que son un rol clave, que se encargan de difundir y transmitir los hechos y los asuntos de interés público cumpliendo su rol informativo. El aporte para la presente investigación es dotar de información relevante sobre la conformación de un programa periodístico informativo y su rol como transmisor de noticias de importancia social.

Para finalizar Asián (2021) tiene como objetivo dar a conocer el valor periodístico de los principales programas de televisión basura en el Perú en el 2019, la metodología aplicada es descriptiva cuantitativa. Los resultados obtenidos son sobre la televisión basura, se piensa que tiene una fuerte relación con el periodismo, pero no es así, la televisión fue creada para educar y culturizar, pero los programas prefieren tener más rating que enseñar y fomentar la educación multicultural. La conclusión es que los conductores de dichos programas de espectáculos no informan y solo contribuyen con el morbo de

forma directa a los espectadores como niños y niñas, pero los programas denominados basura aún guardan una mínima relación con el género periodístico. El aporte es informar sobre los programas televisivos basura que solo aturden a la población y la diferenciación sobre un programa periodístico informativo ético y un programa reality de entretenimiento.

Al realizar una búsqueda sobre las categorías del presente estudio se encontraron las siguientes investigaciones a nivel internacional en el país de España: Román et al. (2020) en un estudio plantearon como objetivo es investigar los programas que informaron e integran las parrillas de las cadenas de televisión nacional entre los años 2005 al 2010, investigación descriptiva-comparativa cuantitativa de revisión de literatura. Los resultados obtenidos del análisis comparativo en el período 2006 y 2010, son 34 programas del género informativo a los cuales se emiten en señal abierta, 22 de ellos representan el 64,7% ya se encontraban antes del 2006, por ello solo se implementaron 12 nuevos programas (35,3%). En esta relación sólo 8 nuevos programas surgieron hasta el 2010 en la parrilla noticiosa española. El estudio concluye que en los años 2005 hasta el 2010 sucedió una inestabilidad en la industria televisiva donde se encamina hacia una reformulación de sus contenidos para hacer más atractivos y competitivos para una audiencia fragmentada. El aporte para el presente trabajo es determinante donde menciona la evolución, implementación y mantenimiento de programas de televisión en el género informativo.

Vázquez et al. (2020) en una investigación internacional realizada en España se plantearon como objetivo verificar si se puede percibir señales de riesgo sobre el liderazgo de la televisión como medio de comunicación masivo de la industria formativa, método investigativo cuantitativo tradicionalmente utilizado en el campo de mercadotecnia y la investigación social. Los resultados obtenidos de los participantes señalan que en el tiempo libre que disponen realizan actividades de distracción a través de la televisión, lo interpretan como un momento de desconexión asimismo otro grupo minoritario expresa que lo utilizan para informarse de los acontecimientos importantes que suceden en su país. El estudio concluye que las manifestaciones realizadas por los

concurantes en las mesas de trabajo y discusión manifiestan que se ha reducido el consumo de la televisión, pero sigue siendo un promedio alto de 5 horas y 15 minutos favorable y complicado de igualar por otros medios de comunicación. El aporte para el presente trabajo es dotar de un panorama estudiado sobre una situación similar relacionada con los programas televisivos periodísticos de los españoles que a diario sintonizan estos programas.

Por otra parte, Montaña et al. (2020) en una investigación realizada plantearon como finalidad examinar el efecto de la Covid 19 en las rutinas y el empleo de medios en España; se procedió a utilizar el método de investigación cuantitativo descriptivo, población que se realizó el estudio es de 1500, donde 750 de ellos son mujeres y 750 son varones, otra delimitación es de 720 son de ellos tienen la edad de 18 a 38 años y 780 integrantes, son más de 40 años de edad, encuesta realizada es del 13 de marzo hasta el 30 de marzo del 2020. Los resultados que la Tv es el medio más consumido y utilizado como medio para informarse, en diferencia de los medios webs. Se destaca el tipo de programa televisivo definido "infoshows" logran la acumulación de espectadores que los informativos en tradición. En conclusión, el liderazgo de la televisión es gracias a los infoshows a los cuales consiguen más audiencia por encima de los informativos clásicos, en la emergencia sanitaria sucedió que la población le dio relevancia y prioridad al sector informativo. El aporte para el presente trabajo es orientar sobre las preferencias de las audiencias hacia el sector infoshows y el comportamiento sobre los ciudadanos cuando sucede una acatarse ofrece prefieren informarse a través de la televisión.

Para Quintas (2018) en una investigación internacional realizada en España plantearon como finalidad indagar exhaustivamente sobre la cognición y conducta de los televidentes españoles relacionado con los medios de entidad pública en los años 2010, llamado el año de la transformación virtual, hasta el año 2015. La investigación aplicada es el estudio del caso y para la cuantificación recurso cuantitativo. Los resultados obtenidos son que los programas televisivos privados al eliminar la publicidad se convirtieron en una ventaja competitiva e incrementaron su credibilidad según los encuestados, pero a lo largo de los

últimos años perdieron más del 60% de sus televidentes a causa de los recortes presupuestales. La televisión pública tiene que tener conocimiento de que la competencia directa no es la TV privada sino los nuevos servicios de transmisión libre. En conclusión, la prioridad de la audiencia española definir que contenido es lo correcto y agradable por los grupos de empresas de televisión Mediaset y Atresmedia en España. Las estrategias de determinación sobre programas en la ficción y entretenimiento buscaban la espectacularización de su contenido, las principales cadenas de televisión lideran las preferencias de la audiencia. El aporte para el presente trabajo es orientar sobre los intereses, gustos y percepciones de los espectadores en relación con los programas periodísticos informativos que brindan un servicio a la sociedad con dotar de noticias de la coyuntura nacional.

También González et al. (2020) en una investigación similar realizada en España plantearon como objetivo es identificar la evolución de los gustos de los televidentes en España en los años 2005 hasta el 2019 en el contexto de definición de los medios comunicacionales actuales. El diseño de esta investigación es no experimental de carácter longitudinal, cuantitativo. Los resultados obtenidos de los españoles durante quince años han estado en constante evolución en el sector audiovisual tras la interrupción tecnológica y el término de la publicidad en el año 2010, y el principio de nuevas ciencias aplicadas como Netflix en el año 2015 definieron crucialmente en la construcción del sector. Las audiencias televisivas son importantes es por eso que se consagraron en un duopolio Mediaset y Atresmedia que concentran el (55,2 %) y la otra mitad la TV pública y contenidos digitales. Podemos concluir que en estos quince años se percibe un ligero cambio en las preferencias televisivas de los españoles, debido en parte a las transformaciones en el sector audiovisual español. El aporte para el presente trabajo es interpretar el resultado de la preferencia del (55,2%) de la audiencia española en los años 2005 hasta el año 2019 por la televisión en los géneros informativos. Para la presente investigación se empelaron dos teorías que dan respaldo al trabajo realizado.

La teoría de usos y gratificaciones interpreta que los ciudadanos eligen qué consumir contenidos audiovisuales de su interés personal y colectivos, Los difusores de esta teoría Lindbergh y Hulten en 1968, sostienen que la audiencia es el trofeo de la casa televisoras y compiten entre sí donde logran satisfacer las necesidades de los televidentes. Por ello Tarullo (2020) mencionan los indicadores que la población se divide en factores socioculturales y individualistas que se relacionan con los medios de comunicación entre la interacción sobre sus diferencias en su contexto social y personalidades.

También la teoría de los dos pasos en el área de las comunicaciones explica que la información brindada a través de los medios audiovisuales y su concurrencia se interpreta dicha difusión. Esta teoría es fundamentada por primera vez en la segunda guerra mundial por Lazarsfeld y Elihu Katz en el año 1955 en los Estados Unidos, donde se aplicó para medir en la medición de intención de votos en los norteamericanos. La intercomunicación con los espectadores y los líderes de criterio son los que influyen en dichas actividades y acciones. Por ello García (2018) expresa que en la década de los 40 cuando se aplicó esta teoría es cuando los líderes de opinión tenían un auge y la llegada del internet acelerar este cambio, Los líderes de opinión informan por medio de los medios de comunicación públicos donde cada uno se diferencia de otro con la comunicación verbal e interpersonal para acercarse más a las personas.

Para la presentación investigación se plantea los siguientes enfoques conceptuales para la comprensión del tema: La primera variable que se define es el programa periodístico televisivo son aquellos contenidos audiovisuales realizados por profesionales del periodismo que investigan situaciones de interés nacional para posteriormente emitirlos por las vías de la televisión. Para Román et al. (2020) expresa que el medio de comunicación televisivo es el medio de información importante y crucial en el universo de los programas de entretenimiento, por eso los programas periodísticos informativos son un servicio público que cuenta con veracidad para los ciudadanos en diferencia de los programas comerciales que sirven como criterios de rentabilidad y no de calidad informativa. Asimismo, Escalante et al. (2018) expresa que la televisión es un

medio importante de comunicación masivo y didáctico para que la población tenga conciencia, participación ciudadana y responsabilidad sobre los hechos que acontecen en los poderes del estado.

Respecto a la primera dimensión de la variable uno, correspondiente a las funciones se determina que cada integrante del programa periodístico tiene actividades determinadas para el desarrollo correcto de su emisión, donde los profesionales en el ámbito audiovisual realizan las acciones en cámaras, switches, micrófonos, iluminación y asistentes, y los profesionales de ámbito comunicacional conducen y realizan entrevistas para dar una optimización al programa. Por ello Román et al. (2020) mencionan que las funciones de los programas televisivos son utilizar los óptimos recursos audiovisuales, para que sea novedoso en cada emisión y tengan continuidad en la calidad del programa por ello se contratan a los mejores profesionales. Para Miranda (2020) expresa que los programas televisivos tienen definido su principal objetivo es informar y posteriormente entretener a la audiencia.

Los siguientes indicadores de la dimensión uno es las funciones, (Informar) para Román et al. (2020) expresan que los programas televisivos son aquellos que se encargan de informar a la población con reportajes creados estratégicamente para presentados cercanos a los televidentes. Es por ello que Miranda (2020) menciona que los programas televisivos tienen la función de informar con la ayuda de recursos audiovisuales donde las cámaras retratan las situaciones donde se logra analizar la noticias según los hechos.

La función de formar trata de que la población es instruida en hechos sobre el comportamiento aceptado socialmente además es frontal contra los actos delincuenciales que de esta manera concientizar a la población las consecuencias penales de ellas. Para Román et al. (2020) mencionan que el telespectador es formado por las emisiones de los programas informativos donde lo ético, moral y lo jurídico y difundido como lo correcto mientras las acciones ilegales son investigadas para su erradicación.

La función de entretener es realizada por los programas televisivos en el formato magazines donde se busca mediante temas de especulación o sobre temas sociales abiertamente debatibles son la principal atracción. Por ello Román et al. (2020) mencionan que los programas televisivos tienen muchas finalidades una de ellas es la de entretener a los espectadores con reportajes, noticieros, etc. Para Miranda (2020) Los géneros de entretenimiento son para los espectadores más jóvenes donde se encuentra el reportaje, reality shows, son producciones más comunes para este segmento.

En cuanto a la dimensión dos sobre los estilos de presentación se define como la forma de diferenciación del conductor en el programa periodístico televisivo para que los televidentes asocien este estilo con la del programa en específico. Para Román et al. (2020) La industria de la televisión es competitiva porque los programas están en constante evolución y los estilos de presentación, los reportajes, las entrevistas son la diferenciación del programa donde la audiencia es fragmentada por las preferencias del espectador.

Los siguientes indicadores de la dimensión dos son el estilo desenfadado, el conductor de televisión narra la temática de inicio de programa y la sostiene durante toda la emisión en esta tonalidad. Para Román et al. (2020) expresa en relación con infoentretenimiento está vinculado a una característica donde el presentador conduce el programa de manera desenfadada y es visualizada por los espectadores más jóvenes.

El estilo directo, es aquel mensaje emitido de tal forma que no sufre modificación alguna por el interlocutor que presenta el programa televisivo. Por ello Román et al. (2020) expresan que las noticias directas emitidas en el lugar de los hechos resaltan por sus infografías y elementos visuales que atraen al espectador.

El estilo coloquial, es representado por un lenguaje más cercano al televidente por ello Román et al. (2020) mencionan que la personalización de la información mediante un lenguaje coloquial adquiere protagonismo.

El estilo crítico, se determina de la siguiente manera donde el entrevistador genera un ambiente muy versátil alrededor de una entrevista televisada. Por ello Román et al. (2020) expresan que el lenguaje crítico es una estrategia para los programas de televisión porque son elementos de confrontación en los reportes informativos.

Respecto a la tercera dimensión de la variable uno, se define como contenidos, al segmento del programa del programa donde se realizan los reportes de corte político, económico, social para que la población tenga noción de qué acontece en su país. Por ello Román et al. (2020) mencionan que los programas informativos buscan tener equilibrio entre lo socialmente relevante y lo que es relevante ante la sociedad, con notas sobre política, economía, sociales, para la construcción de sus informativos.

Los siguientes indicadores de la dimensión tres son:

El contenido social, se define como toda información relacionada con la vida, salud, educación, sanidad, de la población. Por ello Román et al. (2020) mencionan que el contenido social se utiliza como estrategia para la elaboración de los informativos como un elemento de diferencia entre los demás programas. Asimismo, Miranda (2020) expresa que los programas televisivos tienen estrategias dramáticas les como es el contenido social que son de interés público por que causan controversia en los televidentes.

El contenido político, se determina como toda acción del aparato público que realiza modificación mediante decretos, leyes, ordenanzas, que implican en el actuar de las personas. Por ello Román et al. (2020) mencionan que el rol que tienen los programas informativos es direccionar las informaciones de contenido político para que los ciudadanos participen y realicen opiniones al respecto sobre las decisiones tomadas y de sus gobernantes con el fin de mejorar la convivencia social. Para Miranda (2020) expresa que las características de los programas informativos televisivos es realizar una noticia o denuncia donde exageran al punto de llegar al teatro, las decisiones tomadas por la función pública para que contribuya con su difusión.

El contenido económico se define como la recopilación de los acontecimientos en el sector empresarial donde se produce las materias primas y se estiman en la bolsa de valores de la capital limeña y EE.UU para poder determinar el nivel de confianza y riesgo del país. Por ello Román et al (2020) mencionan que los programas informativos se enfocan en el ámbito económico y comercial porque es el segmento donde se generan sus fuentes de ingresos y por consiguiente se debe informar de la manera más verídica y correcta para no generar pánico e incertidumbre en relación a los precios.

En relación con la cuarta dimensión se define por los recursos periodísticos a toda forma de representar una información corroborada por la fuente y de carácter importante para la sociedad. Para Román et al (2020) mencionan que el periodismo televisivo tiene recursos valiosos para que los espectadores estén atentos al programa.

Los siguientes indicadores de la cuarta dimensión son la noticia, es un recurso muy utilizado para poder informar de corte breve y no profundiza en el tema solo emite el hecho con la velocidad para su difusión. Por ello Román et al. (2020) mencionan que los informativos son productos de noticias que recolectan en las acciones diarias de personajes relevantes de interés y relevancia social. Para Miranda (2020) expresa que la realidad social es retratada por las noticias donde los canales de televisión presentan la situación cotidiana del actuar de las personas.

El reportaje es un recurso audiovisual que retrata con cercanía el pensar y actuar de los entrevistados para poder determinar las actitudes, acciones no verbales y sus ideales. Para Román et al. (2020) menciona que los reportajes informativos han permitido generar cambios e innovaciones en las temáticas de entretenimiento y en el género político.

La columna es un formato en el que el periodista realiza una opinión en representación de la casa televisora como postura institucional. Por ello Román

et al. (2020) expresan que este modelo de expresión televisado es utilizado por los pronunciamientos y posturas institucionales para emitir un comunicado específico correcto y neutral.

Respecto a la segunda variable se define como percepción, es la selección y organización de la información dónde está relacionado con la comunicación donde dos o más personas emiten sus expectativas que son influidas por las noticias. Por ello Vázquez et al. (2020) expresan que los medios de comunicación emiten informes donde las personas perciben sus ideas y las relacionan con las noticias.

La primera dimensión de la segunda variable son tipos de percepción Por ello Vázquez et al. (2020) lo define como la forma de interpretar los mensajes emitidos por los programas periodísticos si son de un contenido positivo o negativo donde el espectador tiene el análisis final.

Los siguientes indicadores dimensión uno es la percepción positiva se define como una interpretación de lo correcto según cada individuo sobre los contenidos audiovisuales que vieron. Por ello Vázquez et al. (2020) mencionan que la televisión tiene una percepción positiva por la gran variedad de noticias, reportajes, que podemos informarnos y entretenernos.

La percepción negativa es definida como una desfavorable a los contenidos que emite un canal de televisión o problemas en la transmisión de la noticia o el tratamiento que es brindado por la casa televisora. Por ello Vázquez et al. (2020) mencionan que la percepción negativa de la televisión es originada por sus formatos reality shows, los ciudadanos encuestados definen como vulgar, sensiblero, vacío.

Respecto a la dimensión dos de la segunda variable se define como Audiencia Poliédrica, por ello Vázquez (2020) se adquiere el término “audiencia poliédrica” para definir la homogeneidad que conforman los programas televisivos que también en diferentes medios radiales, webs.

Los siguientes indicadores de la dimensión dos son: La audiencia social, según Vázquez et al. (2020) menciona que es integrada por todos los televidentes que sintonizan los programas televisivos. La audiencia Audiométrica para Vázquez et al. (2020) es aquel espectador que está realizando diferentes actividades mientras ve la televisión. La audiencia diferida, es definida por Vázquez et al. (2020) es aquel televidente que visualiza las retransmisiones de sus programas mediante el uso de la web.

Respecto a la dimensión tres de la segunda variable se define como perspectiva de la historia r según Vázquez et al. (2020) menciona que los programas televisivos tienen antecedentes de otros programas para poder referenciarse, guiarse para las futuras producciones.

Los siguientes indicadores de la dimensión tres son: El pasado es definido por Vázquez et al. (2020) como los historiales de los programas que han sido emitido con anterioridad en otras casas televisivas en diferentes años. El presente es interpretado por Vázquez et al. (2020) menciona que los programas periodísticos televisivos están en constante evolución y cambio para mantenerse en emisión. El futuro en definición por Vázquez et al. (2020) expresa que las comunicaciones televisivas son muy competitivas y por ello los programas pronostican sus posibles cambios y adaptaciones.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

El estudio es de tipo aplicada, según Risco (2021) la investigación está orientada a alcanzar una reciente cognición que acepta los posibles resultados funcionales, para el desarrollo científico y educativo. Se origina desde un marco teórico describiendo los conocimientos e investigaciones científicas, Basándonos en la definición establecida por el CONCYTEC, Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, el tipo de investigación es determinado por las razones científicas, las tecnologías, metodologías, protocolos) los cuales cubren la necesidad específica y reconocida (2018).

3.1.2 Diseño de Investigación

El estudio de análisis es no experimental de corte transversal. se investigó describiendo las variables para la recolección de información crucial en un momento determinado. Por ello Guerra et al. (2020) expresa que en este tipo de diseño se determina que las situaciones que existen son causales de las variables, de esta manera no se podrá manipular, porque existe un control determinado sobre ello, ni en sus efectos.

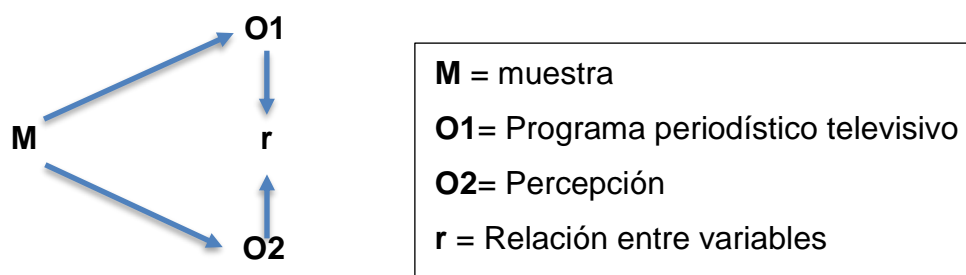
De igual manera, el estudio fue de nivel correlacional. Según Guerra et al. (2020) expresan que tiene el objetivo de comprender la relación existente entre las posibles variables. En esta oportunidad, se indagó una posible correlación existente entre la variable "Medios de comunicación" y "Lenguaje audiovisual", prosiguiendo de determinar una identificación de influencia y relación sobre la primera variable.

Según su enfoque se calificó de tipo cuantitativa, debido a que será necesario realizar una recopilación de datos cuantificables, que posteriormente serán evaluados para la medición de variables de estudio. Por ello Guerra et al.

(2020) se afirma que es un conjunto de procesos, probatorios y secuenciales. Donde inicia una idea principal y se deriva de una formulación de preguntas relacionadas con la investigación para su correcto análisis, posteriormente se desarrolló el marco teórico, luego se establecen las hipótesis y variables con el plan de medición, se realizará una medición estadística. por los cuales se llega a su interpretación y discusión. Para finalizar se establecen conclusiones y recomendaciones.

Figura 1

Diagrama de nivel correlacional



3.2 Variables y operacionalización

3.2.1 Variable 1: Programa periodístico televisivo

- **Definición conceptual**, el programa periodístico es aquel centro de noticias de investigación emitidas por una casa televisora que trata temas de relevancia social para su difusión ante una población. (Román, et al., (2020).
- **Definición operacional**, la variable, programa periodístico televisivo, se medirá entre las funciones, estilos de presentación, contenido, recursos periodísticos.
- **Indicadores**, Informar, formar, entretener, desenfadado, directo, coloquial, crítico, sociales, política, economía, noticia, reportaje, columna.

- **Escala de medición**, esta escala es de medición es la escala de Likert - tipo ordinal.

Los ítems y numeración asignada son: totalmente de acuerdo = (5), De acuerdo = (4), Neutro o Indiferente = (3), En desacuerdo = (2), totalmente en desacuerdo = (1).

3.2.2 Variable 2: Percepción

- **Definición conceptual**, es la selección e organización sobre la información relacionada con las comunicaciones donde las personas emiten sus expectativas y opiniones son vertidas por las noticias. Expresan que los medios de comunicación emiten juicios donde las personas perciben sus ideas relacionadas con las noticias.
- **Definición operacional**, la variable, percepción se medirá entre tipos de percepción, audiencia poliédrica, perspectiva de la historia.
- **Indicadores**, positiva, negativa, audiencia social, audiencia audiométrica, audiencia diferida, pasado, presente, futuro.
- **Escala de medición**, esta escala es de medición es la escala de Likert - tipo ordinal.
Los ítems y numeración asignada son: totalmente de acuerdo = (5), De acuerdo = (4), Neutro o Indiferente = (3), En desacuerdo = (2), totalmente en desacuerdo = (1).

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

La población definida tiene ciertas características como un grupo etario de 18 y 24 años, además toda esta población viven en el distrito de Ate a lo cual vamos a investigar de acuerdo con el título de investigación. según la Gerencia

de Planificación Estrategia de la Población de Distrito de Ate e Instituto Nacional de Estadística Informática. menciona que existe 58 997 ciudadanos en las edades de 18 a 25 años, por ello se comprendería en una encuesta de 384 jóvenes entre 18 y 24 años para la investigación.

- **Criterios de inclusión:** Jóvenes de diferentes partes del distrito de Ate en rango de edades de 18 a 24 años.
- **Criterios de exclusión:** Jóvenes entre 11 a 17 años y 25 hasta los 30 años de edad, que vivan o residan en otro distrito de Lima Metropolitana.

3.3.2 Muestra

Para Castro (2018) Se indica que el subgrupo de individuos o elementos sobre

una población determinada con ciertas cualidades generales. Para este análisis la muestra es de 384 personas.

Figura 2

Fórmula para una población finita.

$$n = \frac{NZ^2 p(1-p)}{(N-1)e^2 + Z^2 p(1-p)}$$

n= Tamaño de muestra buscado.

e= Error de estimación máximo aceptado.

N= Tamaño de la población o Universo.

P= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito).

Z= Parámetro estadístico que depende.

el Nivel de confianza (NC).

q= (1-p) = Probabilidad de que no ocurra

3.3.3 Muestreo

La utilidad del muestreo es probabilístico aleatorio simple, Por ello, Rodríguez y Mendivelso (2018) mencionan que las posibilidades de que se seleccionen todos los elementos son las mismas. Esto se usa principalmente cuando la población bajo investigación es cerrada. Para Hernández (2021) señala que la muestra se selecciona a criterio del investigador y el número de participantes que pueden contribuir en el estudio es arbitrario.

3.3.4 Unidad de análisis

Díaz et al. (2019) señala que la tarea de las estadísticas es ver si se están realizando en situaciones relacionadas con los colegiados. Asimismo, concuerda con Limaylla (2019) hace énfasis en las estadísticas dentro de una investigación.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Por ello Torres (2019) menciona que esta técnica de la encuesta es crucial y logra investigar, mediante una estructura que brinda interpretar las opiniones de los participantes para posteriormente analizarlos conscientemente y correctamente, este instrumento permite abordar preguntas con el fin de recolectar información.

El instrumento, la presente investigación utilizó un cuestionario constituido por 20 preguntas relacionadas con la variable 1, programa periodístico televisivo y la variable 2, percepción tendrá 18 preguntas relacionadas. El instrumento tiene varias de interrogantes para ser analizadas en la muestra, se empleará el formulario con interrogantes cerradas en la escala de Likert del 1 al 5.

Para Hernández et al. (2018), sobre está prueba probabilística que es importante para obtener los datos muestrales de forma aleatoria de carácter estratificadas.

Tabla 1

Valores de la escala de Likert

ESCALA	VALOR
Totalmente de acuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Nota. Hernández, et al. (2010)

Ficha técnica del instrumento de recolección de datos

Nombre del trabajo Programa Beto a Saber en Willax televisión y su percepción en jóvenes de 18 a 24 años, Ate, 2022.

Año: 2022

Población: Estudiantes universitarios de 18 a 24 años.

Diseño muestral: Probabilístico aleatorio simple

Tamaño de la muestra: 384

Técnica de recolección: Encuesta

Margen de error: 5%

Confiabilidad: 95%

Cantidad de Ítems: 38

Validez

Por ello Robles (2018) menciona que la validez en líneas generales es referida con la exactitud donde se aplican medidas adecuadas y correctas en el

cuestionario. El proyecto será evaluado y corroborado por 3 expertos en periodismo para poder recolectar datos de manera eficaz. Cada experto intervendrá en la revisión de los ítems para verificar si son viable y aplicables en el proyecto.

Tabla 2

Validez por juicio de expertos

Docentes	Grado	Especialidad	Decisión
Eliana Novoa Ramírez	Doctora	Periodismo	Aprobado
Luis Chávez Ramos	Magister	Comunicador	Aprobado
Héctor Ampuero Quesada	Magister	Comunicador	Aprobado

Nota. Tomado de ficha de validación.

Validación de la V de Aiken

La valides se efectuará utilizando el coeficiente la V de Aiken por ello Robles, (2018) expresa que Aiken certifican el coeficiente de V la estructura general utilizaremos la partición binominal en la formulación de la hipótesis se relaciona con el valor 0,80. Además, los intervalos lograron confianza en V orientadas con el método de valoración en intervalos de confianza de diversas preguntas generadas en la encuesta. Son aquellos valores iniciando en 1 y mayores potenciales donde señalan los especialistas en relación a la principal llegada en la validez de 38 ítems.

La confiabilidad

Para comprobar la credibilidad de la presente investigación se efectuó una prueba piloto, se aplicará en 30 personas sobre el cuestionario realizado, los datos obtenidos serán procesados en una tabla de Excel para posteriormente se obtendrá la confianza a través del programa estadístico SPSS. Por ello Ángel

(2018), menciona que los efectos de la investigación realizado tienen la denominación de alto grado de validez, significado de traducción no existe riesgo.

El rango de medida en Alfa de Cronbach se determinó al grado de confianza sobre el mecanismo aplicado, la presente indagación donde se considera el 0,81 determino como admisible, aquel proceso que logré la escala menor será interpretado como dudoso o inseguro.

Tabla 3

Escala de medición del Alfa de Cronbach

Rango	Magnitud
0,81 – 1,00	Muy alta
0,61 – 0,80	Alta
0,41 – 0,60	Moderada
0,21 – 0,40	Baja
0,001 – 0,20	Muy baja

Nota: Valderrama (2014)

Posteriormente se presentó la derivación de cada variable según la demostración de confianza.

Tabla 4

Confiabilidad de la Primera Variable: Programa Periodístico Televisivo

Estadística fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de Elementos
.951	20

El índice del Alfa de Cronbach, artificio utilizado para la medición referido a la primera variable: Programa Periodístico Televisivo es el nivel de confianza muy alta por el rango 0.9 obtenido.

Tabla 5

Confiabilidad de la Segunda Variable: Percepción

Estadística fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de Elementos
.923	18

Al índice del Alfa de Cronbach, la herramienta utilizada para cuantificar referido a la primera variable Percepción es el nivel de confianza muy alta por el rango 0.9 obtenido.

Tabla 6

Coefficiente Alfa de Cronbach por variables

Formulario	Alfa de Cronbach	Ítems
Programa periodístico televisivo	0.951	20
Percepción	0.923	18

3.5 Procedimientos

Se realizó un formulario virtual utilizado la herramienta de Google Forms para recolectar los datos de la muestra, donde nos desplazaremos por las locaciones en el del distrito de Ate que son: Plaza Santa Clara, Plaza Ate-Vitarte,

Plaza Villa Vitarte. Para encuestar a los jóvenes de 18 años hasta los 24 años de edad que viven en el distrito. Se recolectará la información en un documento Excel (.xlsx) para tener un orden toda la información recolectada.

Los resultados obtenidos se almacenarán en Microsoft Office Excel y para la generación de la encuesta la herramienta Formularios de Google. El método ayudará a establecer la relación con nuestras variables a través de enunciados. Posteriormente, se procedió con la interpretación de los resultados con gráficos por cada indicador para su interpretación.

3.6 Métodos de análisis de datos

Recopilar las cifras, se empleará la estadística descriptiva por ello Rodríguez et al. (2020), menciona que las enseñanzas de la estadística descriptiva son instrumentos que buscan establecer una denominación clara sobre las aptitudes y enseñanzas estudiadas por los profesionales en matemáticas.

Para contrastación de hipótesis se utilizará la estadística inferencial por ello Veiga et al. (2020), menciona que cuando se refiere que existe una inferencia en el comportamiento en general sobre los datos recolectados en la encuesta, es de necesidad utilizar las herramientas de la estadística inferencial.

3.7 Aspectos éticos

3.7.1 Criterios

No maleficencia, se realizará un análisis de riesgo y beneficio para trabajar las investigaciones respetando la integridad psicológica y física de los ciudadanos que participen en la presente investigación.

Beneficencia: la presente investigación realizará el bienestar o procurar las bondades para los participantes.

Justicia: se refiere a la justicia en el presente trabajo de investigación, donde se logrará el respeto y la identidad la información personal de comerciantes y no se alteró ningún dato.

Autonomía: la participación de los ciudadanos dentro de la investigación es elegir si se integran o no en cualquier momento.

Respeto: la presente investigación es respeta la propiedad intelectual y los derechos intelectual de otros trabajos, la adición se evitará el plagio de manera parcial y total de investigación.

Consentimiento informado: se solicitará a cada participante que, de consentimiento del tratamiento de sus datos para poder realizar la presente investigación, es realizada con el esfuerzo, mérito, ético que manifiesta en esta investigación se publicó un tanto por ciento de innovación en el presente estudio relacionado con el software Turnitin. Se efectuó la extensión de la moralidad donde se acatan líneas de investigación y recomendaciones de la Universidad Cesar Vallejo, la finalidad de preservar, respetar la originalidad en los trabajos evitar plagios. La investigación tiene un contenido de bibliografía confiable y destacable en los siguientes buscadores reconocidos como: Scielo, Dialnet, Scopus, Alicia- Concytec.

IV. RESULTADOS

Expresan los tanteos por el cuestionario efectuado a jóvenes de 18 a 24 años en el distrito de Ate. Para este instrumento se encuestó a través de 2 cuestionarios a 384 Jóvenes de 18 a 24 años que viven en el distrito de Ate que visualizan el programa periodístico televisivo “Beto a Saber” de Willax Televisión. Las interrogantes fueron admitidas por los jurados para luego emplear la herramienta alfa de Cronbach para determinar su nivel de credibilidad.

Análisis de datos a nivel descriptivo

Para medir la escala de “bueno, regular y malo” se utilizó el siguiente cuadro para interpretar los siguientes resultados:

Tabla 7

Escala	Rango
Bueno	60-90
Regular	30-59
Malo	0-29

Tabla 8

Escala	Definición
Bueno	Informa correctamente
Regular	Informa medianamente
Malo	No informa

Objetivo general: Determinar la relación entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

Tabla 9

Tabla de frecuencia de programa periodístico televisivo

PROGRAMA PERIODISTICO TELEVISIVO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido MALO	4	1,0	1,0	1,0
REGULA	42	10,9	10,9	12,0
BUENO	338	88,0	88,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Interpretación: Según está tabla 9 del 100% de encuestados, muestra que el (88,0%) eligieron como bueno la relación entre el programa periodístico “Beto a Saber de Willax Televisión”, y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años. El cual alcanza un nivel bueno en el rango de (60-90) porque consideran que el programa es relevante y aporta con sus investigaciones a difundir los presuntos actos de corrupción del presidente Pedro Castillo. En tanto el (10,9%) considera que el programa informa de manera regular e indican que existe un nivel regular en el rango (30-59) y el (1.0%) indica que el programa periodístico televisivo es malo.

Tabla 10*Tabla de frecuencia de percepción*

PERCEPCIÓN				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
	a	aje	válido	acumulado
Válido MALO	11	2,9	2,9	2,9
REGULAR	97	25,3	25,3	28,1
BUENO	276	71,9	71,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Interpretación: Según la tabla 10 del 100% de los encuestados, Los jóvenes de 18 a 24 años tienen una buena percepción del (71,9%) del programa “Beto a saber de Willax televisión”, el cual alcanza un nivel bueno en el rango de (60-90) por que tiene una percepción positiva del programa y una reputación considerable por los trabajos de investigación que realizan. Por consiguiente, el (25,3%) de la población estima que el programa periodístico es regular y denota el nivel alcanzado es regular en el rango (30-59) porque consideran que el programa debe diversificar su parrilla de investigación y noticiosa. Y el (2,9%) considera que tiene una percepción negativa del programa, el cual alcanzo un nivel malo en el rango (0-29) e indican que el programa por emitirse en señal privada y algunas zonas en señal abierta afecta su difusión entre los jóvenes.

Objetivos específicos 1: Establecer la relación entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

Tabla 11

Tabla de frecuencias las funciones.

		FUNCIONES			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	18	4,7	4,7	4,7
	REGULAR	117	30,5	30,5	35,2
	BUENO	249	64,8	64,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Interpretación: Según la tabla 11 del 100% de encuestados, los jóvenes de 18 a 24 años perciben como bueno (64,8%) la relación entre las funciones del Programa Periodístico Televisivo y el nivel alcanzado es bueno según el rango (60-90) y se interpreta que programa “Beto a saber de Willax televisión informa, entretiene y educa a través de sus informes periodísticos. y el (30,5%) de la población consultada percibe como regular, el nivel alcanzado es regular según el rango (30-59) consideran que el programa utiliza mucho la especulación y no se centra en la investigación periodística. Y el (4,7%) de la población percibe como malo el programa “Beto a saber” el cual alcanzo el nivel malo según el rango (0-29) determinado que los reportajes no son imparciales al tratar los temas políticos vinculado a al presidente Pedro Castillo.

Objetivos específicos 2: Identificar la relación entre estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

Tabla 12

Tabla de frecuencias los estilos de presentación

ESTILOS DE PRESENTACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	21	5,5	5,5	5,5
	REGULAR	121	31,5	31,5	37,0
	BUENO	242	63,0	63,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Interpretación: En la tabla 12 del 100% de los consultados, los jóvenes de 18 a 24 años perciben como bueno (63,0%) la relación de los Estilos de presentación del programa periodístico Televisivo, el nivel alcanzado es bueno según el rango (60-90) y se interpreta que el programa “Beto a saber” realiza comentarios con un lenguaje directo, e interpretación desenfadada y de esta manera es diferente y cautiva a su público. El (31,5%) de entrevistados perciben que el programa es regular y el nivel alcanzado según el rango (30-59) es regular y consideran que los estilos de presentación del programa son interesantes, pero se tiene que innovar en forma de contar los reportajes y notas periodísticas. El (5,5%) de los encuestados perciben como malo y el nivel alcanzado es malo según el rango (0-29) se interpreta que no tienen interés de informarse a través del programa “Beto a saber”.

Objetivo específico 3: Describir la relación entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años

Tabla 13

Tabla de frecuencias de contenidos

CONTENIDOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	9	2,3	2,3	2,3
	REGULAR	141	36,7	36,7	39,1
	BUENO	234	60,9	60,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Interpretación: Al analizar la tabla 13 del 100% de los entrevistados, los jóvenes de 18 a 24 años perciben como bueno (60,9%) la relación del contenido del programa “Beto a saber de Willax televisión” el nivel alcanzado es bueno según el rango (60-90) se consideran que los reportajes y notas periodísticas que realizan en los temas políticos, económicos y sociales se diferencian de la competencia. La población encuestada determina que el (36,7%) como regular y el nivel alcanzado es regular según el rango (30-59) determina que el programa puede caer en la utilización repetitiva de invitados e entrevistados. El (2.3%) los entrevistados perciben como malo y el nivel alcanzado es malo según el rango (0-29) se interpreta que los jóvenes perciben que el programa es repetitivo y nos genera interés en sus emisiones.

Estadística inferencial: Se define, para este proceso se empleó la estadística inferencial para determinar al investigador estadístico como Kolmogorov o Shapiro Wilk tiene la relación con el presente estudio, es por ello continuaremos con este ejercicio de la prueba de normalidad.

Prueba de normalidad:

H0: si el sig (P._valor) > 0,05 (Paramétrico)

H1: si el sig (P._valor) ≤ 0,05 (No Paramétrico)

Regla de decisión: Sig. 0,05

Tabla 14

Tabla de pruebas de normalidad

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Programa periodístico televisivo	,126	384	,000	,873	384	,000
Percepción	,144	384	,000	,909	384	,000

Nota. Corrección de significación de Lilliefors

Nuestra población es superior a 50 personas encuestadas, se laboró con el estadista Kolmogorov y está el argumento que dio el resultado de significancia del valor a 0,000 para las 2 variables lo cual se recomendó utilizarla el argumento no paramétrico de Sperman así lograr conectar las variables.

Prueba de hipótesis: La finalidad de determinar un nivel correlacional y significación sobre el procedimiento de hipótesis ejercemos el coeficiente de correlación de Spearman. Para sustentar lo antes mencionado Hernández et al., (2018) sustenta que la fuerza, o la tendencia y el sentido refleja una relación existente entre variables, Asimismo, Santabárbara, J. (2019) menciona que la asociatividad entre variables es importante porque

expresan de forma analítica mediante el cálculo de estadística llamado coeficiente correlación de Sperman. Esta investigación requiere tomar acciones investigativas correctas para hallar el valor de intervalo de significancia. Para continuar con lo indicado, si el valor del cálculo va por debajo o igual al 0,05 se acepta la hipótesis del investigador y se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 15

Rangos de relación de Sperman

Rango	Magnitud
-0,91 a -1,00	Correlación negativa perfecta
-0,76 a -0,90	Correlación negativa muy fuerte
-0,51 a -0,75	Correlación negativa considerable
-0,11 a -0,50	Correlación negativa media
-0,01 a -0,10	Correlación negativa débil
0,00	No existe correlación
+0,01 a +0,10	Correlación positiva débil
+0,11 a +0,50	Correlación positiva media
+0,51 a +0,75	Correlación positiva considerable
+0,76 a +0,90	Correlación positiva muy fuerte
+0,91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Nota: Hernández, et al. (2014)

Hipótesis general: Existe una relación significativa entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

H1: Si existe una relación significativa entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

H0: No existe una relación significativa entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

Tabla 16

Tabla de contrastación de hipótesis general

			Correlaciones	
			Programa periodístico televisivo	Percepción
Rho de Spearman	Programa	Coeficiente de	1,000	,123*
	periodístico	correlación		
	televisivo.	Sig. (bilateral)	.	,016
		N	384	384
	Percepción	Coeficiente de	,123*	1,000
		correlación		
		Sig. (bilateral)	,016	.
		N	384	384

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: La tabla 16 determino que las variables programa periodístico televisivo y percepción, el coeficiente de correlación es de 0,123 (12,3%). Obteniendo una correlación positiva media, además se utiliza el valor de significancia alcanzada 0,016 (1,6%) y se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, a lo cual se afirma que existe una relación significativa entre programa periodístico televisivo y percepción.

Hipótesis específica 1: Existe relación significativa entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años

H1: Si existe una relación significativa entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

H0: No existe una relación significativa entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

Tabla 17

Tabla de contrastación de hipótesis específica 1

Correlaciones					
			Percepción	Funciones	
Rho de Spearman	Percepción	Coeficiente de correlación	1,000	,011	
		Sig. (bilateral)	.	,827	
			N	384	384
	Funciones	Coeficiente de correlación	,011	1,000	
Sig. (bilateral)		,827	.		
		N	384	384	

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: La tabla 17 determinó que según la variable 2 percepción y la dimensión de las funciones, presentan el coeficiente de correlación es de 0,11 (11%). Obteniendo una correlación positiva media, por consiguiente, teniendo en cuenta el valor de significancia alcanzada 0,827 (8,2%) por lo tanto se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, la cual nos indica que no existe relación significativa entre la percepción y las funciones del programa periodístico televisivo “Beto a saber”.

Hipótesis específica 2: Existe relación significativa entre estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

H1: Si existe una relación significativa entre los estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

H0: No existe una relación significativa entre los estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

Tabla 18

Tabla de contrastación de hipótesis específica 2

Correlaciones			
		Percepción	Estilos de presentación
Rho de Spearman	Percepción	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,155**
		N	384
	Estilos de presentación	Coeficiente de correlación	,155**
	Sig. (bilateral)	,002	1,000
	N	384	384

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

Interpretación: La tabla 18 determinó que según la variable 2 percepción y la dimensión de los estilos de presentación, presentan el coeficiente de correlación es de 0,155 (15,5%). Obteniendo una correlación positiva media, por consiguiente, teniendo en cuenta el valor de significancia alcanzada 0,02 (2,0%) por lo tanto se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, la cual nos indica que si existe una relación significativa entre la percepción y los estilos de presentación del programa periodístico televisivo “Beto a saber”.

Hipótesis específica 3: Existe relación significativa entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años

H1: Si existe una relación significativa entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

H0: No existe una relación significativa entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

Tabla 19

Tabla de contrastación de hipótesis específica 3

Correlaciones				
			Percepción	Contenido
Rho de Spearman	Percepción	Coefficiente de correlación	1,000	,099
		Sig. (bilateral)	.	,050
		N	384	384
	Contenido	Coefficiente de correlación	,099	1,000
		Sig. (bilateral)	,050	.
		N	384	384

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

Interpretación: La tabla 19 determinó que según la variable 2 percepción y la dimensión contenidos, presentan el coeficiente de correlación es de 0,99 (90,9%). Obteniendo una correlación positiva perfecta, por consiguiente, teniendo en cuenta el valor de significancia alcanzada 0,50 (5,0%) por lo tanto se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, la cual nos indica que si existe una relación significativa entre la percepción y los contenidos del programa periodístico televisivo “Beto a saber”.

V. DISCUSIÓN

En la actualidad se describe los resultados obtenidos del objetivo general y de los objetivos específicos también de la hipótesis general y de las hipótesis específicas de nuestra investigación para compararlas con los antecedentes nacionales e internacionales y las teorías respaldadas dentro del marco del estudio teórico.

Respecto al objetivo general es determinar la relación entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, de acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 9 y 10 se indica que los jóvenes de 18 a 24 años que viven en el distrito de Ate en el año 2022, tienen una aceptación de bueno con el (88%) relacionado al programa periodístico televisivo “Beto a saber” y referente la variable percepción el (71.9%) de la población encuestada determino como bueno. Los entrevistados expresan que el programa informa correctamente. Y se asemejan a los resultados obtenidos por el investigador Román et. al (2020) quienes mencionaron que la industria televisiva informativa es bueno para informar a la población y es competitiva por que debe renovarse, implementarse y mantenerse, de esta manera estos resultados refuerzan y complementan a nuestra investigación. Los resultados obtenidos se encuentran respaldados por los principios de la teoría de Usos y Gratificaciones que establece que los televidentes escojan que programas ver de acuerdo con sus preferencias personales, nivel de educación, trayectoria periodística, etc. Asimismo, se complementa con la teoría de Los Dos Pasos porque el líder de opinión informa correctamente a través de sus comentarios en las emisiones de las noticias a lo cual la población se identifica e influyen en las acciones y actividades.

Referido al primero objetivo específico, establecer la relación entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, los resultados obtenidos en la tabla 11, señala que el (64,8%) de los jóvenes encuestados determina como bueno la relación entre las funciones del programa televisivo y la percepción. Los entrevistados determinan que informa correctamente cumpliendo la función periodística. Estos resultados se asemejan

por lo planteado por Delgado (2022) quien menciona que los programas televisivos informativos cumplen con la función de informar, educar y entretener.

Referente al segundo objetivo específico, Identificar la relación entre estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, los resultados obtenidos en la tabla 12, señala que el (63%) de los jóvenes encuestados determinan como bueno la relación entre los estilos de presentación del programa televisivo y la percepción. Los entrevistados afirman que informan correctamente, la investigación coincide con Montaña et al. (2020) quienes mencionan que las mujeres y varones cuyas edades fluctúan entre 18-70 años prefieren ver la televisión eligen los programas denominados “infoshows”.

Referente al tercer objetivo específico, describir la relación entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, los resultados obtenidos en la tabla 13, señala que el 60,4% de los jóvenes encuestados determina como bueno la relación entre el contenido del programa televisivo y la percepción. Se interpreta que el contenido de dicho programa informa correctamente. Estos resultados se asemejan por lo planteado por Vázquez et al. (2020) los resultados obtenidos son, los participantes en promedio visualizan (5:00hrs y 15 minutos) la televisión en sus tiempos libres, determinando sus preferencias por los programas informativos por que se entretienen y educan e informan en todos los ámbitos sociales.

Respecto a la hipótesis general, existe una relación significativa entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, en la tabla 16 los encuestados determinaron que el coeficiente de correlación según el Rho de Spearman fue de 0,123 obteniendo una correlación positiva media y la significancia alcanzada es 0,016 al ser $(P._valor) \leq 0,05$ se determina que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, a lo cual se afirma que existe una relación significativa entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años. Estos resultados se asemejan por lo planteado por Quintas (2018) menciona que existe una relación significativa entre

la variable programa televisivo privado y la publicad donde se convirtieron en una ventaja competitiva e incrementaron su credibilidad según los encuestados, asimismo concuerda con el investigador Mejía et al. (2020) obtuvo los resultados sobre una relación significativa entre las variables medios de comunicación y percepción del miedo, donde expresan, los jóvenes que estudiaron solo educación secundaria tienen un nivel alto de miedo a diferencia de las personas que estudiaron una carrera universitaria y el nivel más bajo del miedo obtenido es para los encuestados que tiene una especialidad de posgrado, por ende los que tiene una mayor formación universitaria, son mejores al analizar las noticias y determinan que ciertos programas informativos tienen mejor credibilidad periodística.

Referente a la hipótesis específica 1: existe relación significativa entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, en la tabla 17 determinó que el coeficiente de correlación según el Rho de Spearman es de 0,11 obteniendo una correlación positiva media y la significancia alcanzada 0,827 al ser $(P._valor) \leq 0,05$ se determina que se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula. Entonces podemos definir que no existe relación significativa entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, a lo cual el programa televisivo no cumple con la función de informar. De esta manera se coincide con Bautista (2019) quien determino que los medios de comunicación nacionales como Editora Perú y Radio Nacional no cumplen con la función de informar imparcialmente a toda la sociedad por falta de presupuesto que destina el poder ejecutivo. Asimismo, concuerda con Asián (2021) quien sostiene que, en el Perú, los programas de televisión prefieren el rating, los programas informativos y de espectáculo no informan, solo contribuyen con el morbo y violencia que general las noticias policiales, fiscales y judiciales perjudicando directamente a los jóvenes y niños que ven dichos programas.

Respecto a la hipótesis específica 2: existe relación significativa entre estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, en la tabla 18 determinó que el coeficiente de correlación según Rho de Spearman es de 0,155 obteniendo una correlación positiva media y

la significancia alcanzada 0,02 al ser (P._valor) $\leq 0,05$ por lo tanto se determina que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, nos indica que, si existe una relación significativa entre los estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años. Lo cual define que el programa capta la atención de una gran audiencia. De esta manera se coincide con González et al. (2020) los resultados son el (55,2%) de españoles en los años 2005 hasta el año 2019 prefieren informarse y entretenerse a través de la televisión de las compañías Mediaset y Atresmedia.

Referente a la hipótesis específica 3: existe relación significativa entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, en la tabla 19 determinó el coeficiente de correlación según Rho de Spearman es de 0,99 obteniendo una correlación positiva perfecta y la significancia alcanzada 0,50 (5,0%) al ser (P._valor) $\leq 0,05$ se determina que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, esto nos indica que, si existe una relación significativa entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años. Lo cual se define que el programa informa a una gran población a través de su multiplataforma periodística. De esta manera coincide con Argón (2021) obtuvo los resultados sobre los medios de comunicación La República y El Comercio, determina que realizan un buen trabajo periodístico al investigar sobre la ubicuidad, contextualización y el contenido noticioso de tal manera que utilizan los recursos audiovisuales en su multiplataforma que generan un mayor alcance y cobertura a sus noticias que tratan de provocar interés en los espectadores y así se informen sobre la coyuntura nacional.

VI. CONCLUSIÓN

1. De acuerdo con el objetivo general, determinar la relación entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, mediante los resultados estadístico obtenidos en esta investigación se concluye que, si existe una correlación positiva mediana según el Rho Spearman es de 0,12 y el nivel de significancia es 0,016. Por ende, se afirma los jóvenes de 18 a 24 años tienen una preferencia y aceptación por el programa “Beto a saber”.
2. Según el objetivo específico 1: identificar la relación entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, mediante los resultados estadísticos obtenidos en esta investigación se concluye que, no existe una correlación, es por ello que se aceptó la hipótesis nula según el Rho Spearman es de 0,11 determinó una correlación positiva media y el nivel de significancia es 0,827. Por ende, se afirma que el programa “Beto a saber” no cumple con la función de informar correctamente.
3. Referente al objetivo específico 2: Identificar la relación entre los estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, mediante los resultados estadísticos obtenidos en esta investigación se concluye que, si existe una correlación positiva mediana según el Rho Spearman es de 0,15 y el nivel de significancia es 0,02. Por ende, se afirma que el programa “Beto a saber” es característico por la forma de presentar y narrar sus notas periodísticas con una entonación directa y desenfadado.
4. En base al objetivo específico 3: describir la relación entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, mediante los resultados estadísticos obtenidos en esta investigación se concluye que, si existe una correlación positiva perfecta según el Rho Spearman es de 0,99, y el nivel de significancia es 0,50. Por ende, se afirma que el programa “Beto a Saber” difunde en su mayoría noticias de la coyuntura política, sucesos sociales e informes económicos.

VII. RECOMENDACIONES

Los resultados de nuestra investigación se recomiendan con lo siguiente:

1. Se recomienda a los productores audiovisuales y estudiantes universitarios en sus próximas investigaciones, cuando trabajen los objetivos tomen en cuenta las preferencias de la población referidos a los programas periodísticos televisivos, asimismo identificar la percepción considerando la neutralidad de las funciones, estilos de presentación y contenido.
2. Se recomienda a los jefes de producción de Tv y estudiantes universitarios en sus próximas investigaciones al determinar sus objetivos, tengan el antecedente de identificar las funciones de los programas periodísticos televisivos los cuales son informar, entretener y educar.
3. Se recomienda a los productores audiovisuales y estudiantes universitarios en sus próximas investigaciones, cuando trabajen los objetivos tomen en cuenta que cada programa informativo tiene su propio estilo de presentación y es relevante para la selección del programa definido por la audiencia.
4. Se recomienda a los estudiantes universitarios, cuando investiguen acerca de los programas informativos televisivos tomen en cuenta el contenido de dicho programa, determina que genero de noticias predomina.

REFERENCIAS

Asián Núñez, N. C. (2021). El valor periodístico de los principales programas de televisión basura en el Perú en el 2019.

<http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/253>

Aragón Cortez, S. A. (2022). Tratamiento periodístico de la violencia doméstica durante, La pandemia del COVID-19 en el Perú. *ocialium*, 6(1), 1–19.

<https://revistas.uncp.edu.pe/index.php/socialium/article/view/1007>

Álvarez Risco, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.

<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818>

Bautista, Renatto. (2019). La reforma en los medios de comunicación estatales en el Perú durante el siglo XXI.

<http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/3419>

Castro, M. (2019). Bioestadística aplicada en investigación clínica conceptos básicos. *Revista Médica Clínica Las Condes*. 30(1), 50-65.

<https://acortar.link/XhOZyV>

Delgado, Chirinos, E. B. (2022). Análisis del tratamiento noticioso de la pandemia del COVID-19 en los noticieros nocturnos ‘Al estilo Juliana’ de ATV Noticias y ‘Edición Central’ de TV Perú durante marzo del 2020.

<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/22576>

Díaz-Levicoy, D.; Ferrada, C.; Salgado-Orellana, N. y Vásquez, C. (2019).

Análisis de las actividades evaluativas sobre estadística y probabilidad en libros de texto chilenos de Educación Primaria. *Revista Premisa*. 21(80), 5-2.

<http://funes.uniandes.edu.co/13269/1/Premisa.pdf>

- Domínguez Q. et al. (2020) La evolución del reportaje en televisión: infoentretenimiento y espectacularización de la realidad. Un nuevo género en el cambio de milenio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2), 519-528.
<https://doi.org/10.5209/esmp.67793>
- Escalante A., Ñaupá. P, Yina S. (2018). La visión moral del prototipo de mujer en el programa periodístico televisivo "Al sexto Día" difundido por Panamericana Televisión en el año 2018.
<http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/3902>
- García-Marín, Javier y Calatrava García, Adolfo y Luengo, Óscar G. (2018) *Debates electorales y conflicto. Un análisis con máquinas de soporte virtual SVM) de la cobertura mediática de los debates en España desde 2008*. *Profesional de la Información*, 27 (3). pp. 624-632. ISSN 1699-2407.
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/70996/>
- García-Avilés, J. A. (2021). El reportaje de infoentretenimiento: Evolución del género en las televisiones generalistas en España (1990-2020). *Revista De Comunicación*, 20(2), 171–188.
<https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A9>
- Gerencia de planificación estratégica - sub gerencia de control gerencial y programación del distrito de ate 2021. Boletín N° 1, 2021 octubre 2021, Población del Distrito de Ate - 2021.
[https://www.muniate.gob.pe/areas/SGCGPI/boletin%20de%20poblacion%20v2%20\(3\).pdf](https://www.muniate.gob.pe/areas/SGCGPI/boletin%20de%20poblacion%20v2%20(3).pdf)
- Guerra R., Larico L. (2020). El lenguaje audiovisual y los medios de utilizados por la Plataforma educativa Aprendo en Casa, 2020.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56323/Guerra_SRB-Larico_YRA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

González-Neira, A., & Quintas-Froufe, N. (2020). Preferencias televisivas de la audiencia española (2005-2019): programas, formatos y cadenas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2), 583-595.

<https://doi.org/10.5209/esmp.67777>

Hernández-González, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*. 37(3), 1-3.

<http://scielo.sld.cu/pdf/mgi/v37n3/1561-3038-mgi-37-03-e1442.pdf>

Hernández Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. (2018) Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa y cualitativa y mixta. México: Mc Graw Hill.

<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>

Limayla G. (2019). Construcción del discurso periodístico de los canales web RTV La República y Exitosa Noticias TV. Análisis comparativo de la cobertura electoral municipal Lima 2018 (7 de setiembre al 7 de octubre).

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652034/Limaylla_GD.pdf?sequence=5&isAllowed=y

López Domínguez. L, La evolución del magacín televisivo en España: desde los programas de variedades de TVE y el infoentretenimiento, hasta el politainment y la tertulia política.

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/102456/PER_LOPEZDOM%c3%8dNGUEZ_TFG%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Maccha J. (2021). El discurso periodístico en los reportajes televisivos respecto a conflictos sociales en el Perú.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/660337/Maccha_AJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Mateus A. (2019). ver para hacer: análisis de consumo cultural televisivo en Estudiantes y estructura curricular del programa de Comunicación social-periodismo de la universidad del Tolima.
<http://repository.ut.edu.co/bitstream/001/3379/1/CD9010.pdf>
- Maruri K. (2018). "Influencia de programas televisivos de periodismo investigativo, caso: visión 360 en la construcción de opinión pública en jóvenes de la facultad de comunicación Social de la universidad de guayaquil en el año 2017."
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27317/1/KEVIN%20MARURI%20TESIS.pdf>
- Mejia, Christian R., Rodriguez-Alarcon, J. Franco, Garay-Rios, Lizet, Enriquez-Anco, Maria de Guadalupe, Moreno, Alfrando, Huaytán-Rojas, Kennedy, Huancahuari-Nañacc Huari, Nory, Julca-Gonzales, Angel, Alvarez, Christian H., Choque-Vargas, José, & Curioso, Walter H.. (2020). Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID-19. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 39(2), 01 de junio de 2020.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S086403002020000200001&lng=es&tlng=es.
- Miranda D. I. (2020). La investigación periodística en denuncias de violencia familiar realizadas por ciudadanos en un programa televisivo de ayuda social (1994 -2020).
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7037/MIRANDA_CD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Montaña Blasco, M.; Ollé Castellà, C. y Lavilla Raso, M. (2020). Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 155-167.
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1472>

Navarro R. et al. (2020) El consumo audiovisual de la Generación Z. El predominio del vídeo online sobre la televisión tradicional. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 51, pp. 10-30.

<https://acortar.link/0Byqjm>

Quintas Froufe N. (2018) El ocaso de la televisión pública española ante su audiencia: un lustro decadente (2010-2015).

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852018000100165

Redacción EC (2019) Premios Luces 2018:ellos son los nominados de la ceremonia de esta noche. *El Comercio*. La decimocuarta premiación, que abarca el período entre diciembre del 2017 hasta diciembre del 2018.

<https://elcomercio.pe/luces/cine/premios-luces-2018-nominados-gala-teatro-vargas-llosa-impreso-noticia-591949-noticia/?ref=ecr>

Román-Portas, M., García González, A., & Feijóo Fernández, B. (2020). Los programas informativos en la televisión generalista en España 2005- 2010. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2), 773-785.

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/67525>

Rodríguez R. (2021). Tratamiento televisivo de la información de sucesos. Análisis periodístico de los programas La Mañana, El Programa de Ana Rosa y Espejo Público.

<https://idus.us.es/handle/11441/126995>

Rodríguez, M.y Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. *Revista Médica Sanitas*. 21(3), 141-146.

https://www.researchgate.net/profile/FredyMendivelso/publication/329051321_Diseño_de_investigacion_de_Corte_Transversal/links/5c1aa22992851c22a3381550/Diseño-de-investigacion-de-Corte-Transversal.pdf

- Robles Pastor, B. F. (2018). Índice de validez de contenido: Coeficiente V de Aiken. Pueblo Continente.
<http://200.62.226.189/PuebloContinente/article/viewFile/991/914>
- Ruz, F.; Molina, E.; Contreras, M.; (2020) Actitudes hacia la estadística descriptiva y su enseñanza en futuros profesores. Brasil.
<https://www.scielo.br/j/cp/a/663TDC7KzMv6VHgC8p7Gmtg/?lang=es>
- Santabárbara, J. (2019). Cálculo de intervalo de confianza por el coeficiente de correlación metodología mixta en SPSS. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca En Educació*, 12(2), 1–14.
<https://doi.org/10.1344/reire2019.12.228245>.
- Terra (2001) Beto Ortiz deja Canal A y llega a Frecuencia Latina. *Terra*.
<https://web.archive.org/web/20010127103300/http://www.terra.com.pe/en/treningimiento/television/01217-1.shtml>
- Tarullo R. (2020). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones.
<https://revistaprismasocial.es/article/view/3558/4193>
- Torres Llorens, V. (2019). La influencia de las encuestas electorales en las elecciones generales de 2016. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información. Madrid: [Universidad Complutense de Madrid].
<https://www.ucm.es/data/cont/docs/454-2020-03-09-V%C3%ADctor%20Torres.pdf>

Vázquez-Barrio, Tamara; Torrecillas-Lacave, Teresa; Suárez-Álvarez, Rebeca (2020). "Percepción sobre la televisión en el ecosistema audiovisual de la convergencia digital". Profesional de la información, v. 29, n. 6, e290640.

<https://acortar.link/5GVaVN>

Veiga., Nicolás, Otero., Lucía, & Torres., Julia. (2020). Reflexiones sobre el uso de la estadística inferencial en investigación didáctica. Intercambios. Dilemas y transiciones de la Educación Superior, 7(2), 94-106. Epub 01 de diciembre de 2020.

http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S2301-01262020000200094&script=sci_arttext

Vera R. (2022). Estilo de la información periodística en la Programación del medio brisa TV.

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7003/1/UPSE-TCO-2022-0061.pdf>

Zeballos A. (2021). Los programas periodísticos televisivos dominicales y su influencia en la acción del gobierno. UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA.

<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/5580>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de la variable 1: Programa periodístico televisivo.

Variable	Definiciones Conceptuales	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Programa periodístico televisivo	Según Román et al. (2020) menciona que los centros de noticiosos de investigación son emitidos por casas televisivas que tratan temas de relevancia social para su difusión ante una población. Asimismo, Escalante et al. (2018) expresa que la televisión es un medio importante de comunicación masivo y didáctico para que la población tenga conciencia, participación ciudadana y responsabilidad sobre los hechos que acontecen en los poderes del estado.	Para Román et al. (2020) define que cada integrante del programa periodístico tiene actividades determinadas para el desarrollo correcto de su emisión televisiva, donde los profesionales en el ámbito audiovisual realizan las acciones en cámaras, switches, micrófonos, iluminación, asistentes, los profesionales de ámbito comunicacional conducen y realizan entrevistas para darle una optimización al programa.	Funciones	Informar Formar entretener	1 2 3	Ordinal El cuestionario está compuesto por 20 reactivos de opción múltiple: 1 Nunca 2 Casi nunca 3 Algunas veces 4 Casi siempre 5 Siempre
		Para Román et al. (2020) la industria de la televisión es competitiva porque los programas están en constante evolución y los estilos de presentación, los reportajes, las entrevistas son la diferenciación del programa donde la audiencia es fragmentada por las preferencias del espectador.	Estilos de presentación	Desenfadado Directo Coloquial Crítico	4 5 6 7	
		Según Román et al. (2020) expresa que los contenidos son referidos al segmento del programa donde se realizan los reportes de corte político, económico, social para que la población tenga noción de qué acontece en su país. Los programas informativos buscan tener equilibrio entre lo popular y lo socialmente relevante en la construcción de sus informes.	Contenido	Sociales Política Economía	8 9 10	
		Según Román et al. (2020) define por los recursos periodísticos a toda forma de representar una información corroborada por la fuente y de carácter importante para la sociedad, el periodismo televisivo tiene recursos valiosos para que los espectadores estén atentos al programa.	Recursos periodísticos	Noticia Reportaje Columna	11 12 13	

Anexo 2: Matriz de operacionalización de la variable 2: Percepción.

Percepción	Según Vázquez et al. (2020) se define como percepción, la selección y organización de la información dónde está relacionado con la comunicación donde dos o más personas emiten sus expectativas que son influidas por las noticias, los medios de comunicación emiten informes donde las personas perciben sus ideas y las relacionadas con las noticias.	Por ello Vázquez et al. (2020) lo define como la forma de interpretar los mensajes emitidos por los programas periodísticos, donde el espectador evalúa si el contenido es de manera positiva o negativa su análisis final.	Tipos de percepción	Positiva Negativa	14 15	Ordinal El cuestionario está compuesto por 21 reactivos de opción múltiple: 1 Nunca 2 Casi nunca 3 Algunas veces 4 Casi siempre 5 Siempre
		Según Vázquez et al. (2020) define como "Audiencia Poliédrica" a la homogeneidad que conforman los programas televisivos que también emiten sus noticias en diferentes medios de comunicación, como la televisión, radio y webs. La audiencia social es definida como las personas ven noticias en la televisión como en las redes sociales, se define como audiencia audiométrica aquel individuo que escucha las noticias y realiza otra actividad, por otra parte, la definición de audiencia diferida es aquella persona que escucha noticias de días pasados.	Audiencia poliédrica	Audiencia Social Audiencia Audiométrica Audiencia Diferida	16 17 18	
		Para Vázquez et al. (2020) se define como perspectiva de la historia a los programas televisivos tienen antecedentes de otros programas para poder referenciarse, guiarse para las futuras producciones.	Perspectiva de la historia	Futuro Presente Pasado	19 20 21	

Anexo 3: Matriz de consistencia.

Título: PROGRAMA BETO A SABER DE WILLAX TELEVISIÓN Y LA PERCEPCIÓN EN JÓVENES DE 18 A 24 AÑOS, ATE, 2022.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><u>Problema general</u></p> <p>¿Cuál es la relación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años?</p> <p><u>Problemas específicos</u></p> <p>¿Cuál es la relación entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años?</p> <p>¿Cuál es la relación entre estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años?</p> <p>¿Cuál es la relación entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años?</p>	<p><u>Objetivo general</u></p> <p>Determinar la relación entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.</p> <p><u>Objetivos específicos</u></p> <p>Establecer la relación entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años</p> <p>Identificar la relación entre estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años</p> <p>Describir la relación entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años</p>	<p><u>Hipótesis general</u></p> <p>Existe una relación significativa entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.</p> <p><u>Hipótesis específicas</u></p> <p>Existe relación significativa entre las funciones del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años</p> <p>Existe relación significativa entre estilos de presentación del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años</p> <p>Existe relación significativa entre el contenido del programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años</p>	<p>V1</p> <p>Programa Periodístico Televisivo</p> <p>Mercedes Román-Porta, Aurora García-González, Beatriz Feijóo Fernández, 2020</p>	<p>Funciones</p> <p>Informar Formar entretener</p> <p>Estilo de presentación</p> <p>Desenfadado Directo Coloquial Crítico</p> <p>Contenido</p> <p>Sociales Política Economía</p> <p>Recursos periodísticos</p> <p>Noticia Reportaje Columna</p>	<p>Indicadores</p> <p>Informar Formar entretener</p> <p>Desenfadado Directo Coloquial Crítico</p> <p>Sociales Política Economía</p> <p>Noticia Reportaje Columna</p> <p>Positiva Negativa</p> <p>Audiencia Social Audiencia Audiométrica Audiencia Diferida</p> <p>Futuro Presente Pasado</p>	<p><u>Enfoque de investigación</u></p> <p>Cuantitativo</p> <p><u>Tipo de investigación</u></p> <p>Aplicada</p> <p><u>Nivel de estudio</u></p> <p>Correlacional</p> <p><u>Diseño de estudio</u></p> <p>No experimental, transversal</p> <p><u>Técnica</u></p> <p>(Encuesta)</p> <p>Escala de Likert del 1 al 5</p> <p><u>Instrumento</u></p> <p>Cuestionario</p>
			<p>V2</p> <p>Percepción</p> <p>Tamara Vázquez-Barrio, Teresa Torrecillas-Lacave, Rebeca Suárez-Álvarez, 2020</p>	<p>-tipos de percepción</p> <p>-Audiencia Poliédrica</p> <p>-Perspectiva de la Historia</p>		

Anexo 4: Carta de presentación para validación de instrumento.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Sr(a):

Presente.

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros cordiales saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, en la sede de Ate, requerimos validar el instrumento con el cual recogeremos la información necesaria para poder desarrollar la investigación.

El título del proyecto de investigación es: **“Programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, Ate, 2022”**. Referidas a las investigaciones fiscales contra el presidente Pedro Castillo y su ex secretario Bruno Pacheco por los 20 000 mil dólares encontrados en Palacio de Gobierno. Y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de comunicaciones e investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



LUDWING ALDRIN GARCIA QUIQUIA

DNI: 74551905

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

I. Variable 1: Programa Periodístico Televisivo

Según Román et al. (2020) menciona que los centros de noticiosos de investigación son emitidos por casas televisivas que tratan temas de relevancia social para su difusión ante una población.

II. Dimensiones:

1. Funciones:

Para Román et al. (2020) define que cada integrante del programa periodístico tiene actividades determinadas para el desarrollo correcto de su emisión televisiva, donde los profesionales en el ámbito audiovisual realizan las acciones en cámaras, switches, micrófonos, iluminación, asistentes, los profesionales de ámbito comunicacional conducen y realizan entrevistas para darle una optimización al programa.

2. Estilos de presentación:

Para Román et al. (2020) la industria de la televisión es competitiva porque los programas están en constante evolución y los estilos de presentación, los reportajes, las entrevistas son la diferenciación del programa donde la audiencia es fragmentada por las preferencias del espectador.

3. Contenido:

Según Román et al. (2020) expresa que los contenidos son referidos al segmento del programa donde se realizan los reportes de corte político, económico, social para que la población tenga noción de qué acontece en su país. Los programas informativos buscan tener equilibrio entre lo popular y lo socialmente relevante en la construcción de sus informes.

4. Recursos periodísticos:

Según Román et al. (2020) define por los recursos periodísticos a toda forma de representar una información corroborada por la fuente y de carácter importante para la sociedad, el periodismo televisivo tiene recursos valiosos para que los espectadores estén atentos al programa.

III. Variable 2: Percepción:

Según Vázquez et al. (2020) se define como percepción, la selección y organización de la información dónde está relacionado con la comunicación donde dos o más personas emiten sus expectativas que son influidas por las noticias, los medios de comunicación emiten informes donde las personas perciben sus ideas y las relacionadas con las noticias.

IV. Dimensiones:

5. Tipos de percepción:

Por ello Vázquez et al. (2020) lo define como la forma de interpretar los mensajes emitidos por los programas periodísticos, donde el espectador evalúa si el contenido es de manera positiva o negativa su análisis final.

6. Audiencia poliédrica:

Según Vázquez et al. (2020) define como “Audiencia Poliédrica” a la homogeneidad que conforman los programas televisivos que también emiten sus noticias en diferentes medios de comunicación, como la televisión, radio y webs. La audiencia social es definida como las personas ven noticias en la televisión como en las redes sociales, se define como audiencia audiométrica aquel individuo que escucha las noticias y realiza otra actividad, por otra parte, la definición de audiencia diferida es aquella persona que escucha noticias de días pasados.

7. Perspectiva de la historia

Para Vázquez et al. (2020) se define como perspectiva de la historia a los programas televisivos tienen antecedentes de otros programas para poder referenciarse, guiarse para las futuras producciones.

Anexo 5: Instrumento de recolección de datos.

CUESTIONARIO

Es grato dirigir hacia usted, soy el alumno Garcia Quiquia Ludwing Aldrin con el código de matrícula

7001211719 de la Universidad Cesar Vallejo del campus Ate de la facultad de Derecho y Humanidades de la carrera de Ciencias de la Comunicación. La presente encuesta forma parte de la tesis titulada **Programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, Ate, 2022**

la encuesta tiene la finalidad de fines para académicos y se publicara solo los resultados.

INTRUCCIONES: Lee las siguientes preguntas atentamente y responda con seriedad, marcando la alternativa que crea correspondiente.

ESCALA VALORATIVA

Totamente de acuerdo (TDA) = 5

De acuerdo (DEA) = 4

Indiferente o neutro (IN) = 3

En desacuerdo (DES) = 2

Totamente en desacuerdo (TDE) = 1

N°	Ítems/preguntas VARIABLE 1: PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO	Escala de valoración				
		1	2	3	4	5
		TDE	DES	IN	DEA	TDA
DIMENSIÓN: FUNCIONES						
1	Consideras que el programa Beto a saber cumple la función de informar los presuntos actos de corrupción del presidente Pedro Castillo.					
2	Crees que el programa Beto a saber es imparcial al informar noticias sobre las investigaciones del presidente Pedro castillo.					
3	Consideras que el programa Beto a saber entretiene al realizar monólogos con comentarios críticos sobre las investigaciones del presidente Pedro Castillo.					
4	Consideras que el programa Beto a saber educar a sus espectadores con reportajes sobre las contrataciones con el estado.					
5	Crees que el programa Beto a saber realiza reportajes, aportes y comentarios adecuados sobre las noticias que trata.					
DIMENSIÓN: ESTILOS DE PRESENTACIÓN						

6	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo crítico					
7	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo desenfadado					
8	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo coloquial.					
9	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo directo					
10	Crees que el programa Beto a saber tiene una presentación diferente y original.					
DIMENSIÓN: CONTENIDO						
11	Consideras que el programa Beto a saber emite noticias en el ámbito político.					
12	Consideras que el programa Beto a saber emite noticias en el ámbito económico.					
13	Consideras que el programa Beto a saber emite noticias en el ámbito social.					
14	Crees que el programa Beto a saber realiza contenido periodístico de calidad o entretenido					
15	Crees que el programa Beto a saber resalta entre otros medios de comunicación periodísticos.					
DIMENSIÓN: RECURSOS PERIODÍSTICOS						
16	Crees que los reportajes realizados por el programa Beto a saber lograron destapar casos de corrupción					
17	Consideras que las entrevistas realizadas en el programa Beto a saber son imparciales					
18	Consideras que el programa Beto a saber en general aporta noticias importantes o relevantes.					
19	Consideras que el programa Beto a saber aplica el recurso del género de opinión en sus emisiones.					
20	Consideras que el programa Beto a saber utiliza la exageración y especulación en sus noticias para ser polémicos.					

N°	Ítems/preguntas VARIABLE 2: PERCEPCIÓN	Escala de valoración				
		1	2	3	4	5
		TDE	DES	IN	DEA	TDA
DIMENSIÓN: TIPOS DE PERCEPCIÓN						
1	Tienes una percepción positiva del programa periodístico Beto a saber.					
2	Tienes una percepción negativa del programa periodístico Beto a saber.					
3	Crees que el programa Beto a saber tiene buena reputación periodística.					
4	Consideras que el programa Beto a saber tiene una mala reputación.					
5	Crees que el programa Beto a saber tiene una corriente ideología presente de derecha.					
6	Crees que el programa Beto a saber tiene una corriente ideología de izquierda.					
DIMENSIÓN: AUDIENCIA POLÍEDRICA						
7	Consideras que el programa Beto a saber tiene una audiencia Social (visualizaste el programa por redes sociales)					
8	Consideras que el programa Beto a saber tiene una audiencia Audiométrica (Personas que escucha noticias en la tv y realiza otras actividades).					
9	Consideras que el programa Beto a saber tiene una audiencia diferida (Personas que escucha noticias de días pasados en la web).					
10	Sintonizas el programa Beto a saber en la televisión en señal abierta.					
11	Sintonizas el programa Beto a saber en la televisión en señal privada.					
12	Consideras que el programa Beto a saber tiene una gran audiencia televisiva.					
DIMENSIÓN: PERSPECTIVA DE LA HISTORIA						
13	Consideras que el programa Beto a saber en el presente es relevante y destacable.					
14	Consideras que el programa Beto a saber seguirá renovándose con nuevas alternativas periodísticas.					
15	Crees que el programa Beto a saber es exitoso porque está presente en señal abierta por más de 5 años.					
16	Consideras el programa Beto a saber en la actualidad lidera su rubro periodístico.					
17	Crees que el programa Beto a saber tiene un pasado periodístico destacable.					
18	Crees que el programa Beto a saber tiene un buen futuro periodístico.					

Anexo 6: Validez de instrumento de la variable 1 **Programa periodístico televisivo.**

N°	VARIABLE: PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSIÓN: FUNCIONES														
1	Consideras que el programa Beto a saber cumple la función de informar los presuntos actos de corrupción del presidente Pedro Castillo.			X			X					X		
2	Crees que el programa Beto a saber es imparcial al informar noticias sobre las investigaciones del presidente Pedro castillo.			X			X					X		
3	Consideras que el programa Beto a saber entretiene al realizar monólogos con comentarios críticos sobre las investigaciones del presidente Pedro Castillo.			X			X					X		
4	Consideras que el programa Beto a saber educar a sus espectadores con reportajes sobre las contrataciones con el estado.			X			X					X		
5	Crees que el programa Beto a saber realiza reportajes, aportes y comentarios adecuados sobre las noticias que trata.			X			X					X		
DIMENSIÓN: ESTILOS DE PRESENTACIÓN														
6	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo crítico				X		X					X		
7	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo desenfadado			X			X					X		
8	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo coloquial.			X			X					X		
9	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo directo			X			X					X		
10	Crees que el programa Beto a saber tiene una presentación diferente y original.			X			X					X		
DIMENSIÓN: CONTENIDO														
11	Consideras que el programa Beto a saber emite noticias en el ámbito político.			X			X					X		

12	Consideras que el programa Beto a saber emite noticias en el ámbito económico.			X				X				X	
13	Consideras que el programa Beto a saber emite noticias en el ámbito social.			X				X				X	
14	Crees que el programa Beto a saber realiza contenido periodístico de calidad o entretenido			X				X				X	
15	Crees que el programa Beto a saber resalta entre otros medios de comunicación periodísticos.			X				X				X	
DIMENSIÓN: RECURSOS PERIODÍSTICOS													
16	Crees que los reportajes realizados por el programa Beto a saber lograron destapar casos de corrupción			X					X			X	
17	Consideras que las entrevistas realizadas en el programa Beto a saber son imparciales			X				X				X	
18	Consideras que el programa Beto a saber en general aporta noticias importantes o relevantes.				X			X				X	
19	Consideras que el programa Beto a saber aplica el recurso del género de opinión en sus emisiones.			X				X				X	
20	Consideras que el programa Beto a saber utiliza la exageración y especulación en sus noticias para ser polémicos.			X				X				X	

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones: El Instrumento es viable para la investigación.

Opinión de aplicabilidad: Muy Aplicable [] Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr/Mg: Mg. Luis Alberto Chávez Ramos **DNI:**10644237

Especialidad del validador: Comunicador Audiovisual

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha: 04/08/2022



Firma del Experto Informante.

Especialidad

N°	VARIABLE: PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSIÓN: FUNCIONES														
1	Consideras que el programa Beto a saber cumple la función de informar los presuntos actos de corrupción del presidente Pedro Castillo.			X			X				X			
2	Crees que el programa Beto a saber es imparcial al informar noticias sobre las investigaciones del presidente Pedro castillo.			X			X				X			
3	Consideras que el programa Beto a saber entretiene al realizar monólogos con comentarios críticos sobre las investigaciones del presidente Pedro Castillo.			X			X				X			
4	Consideras que el programa Beto a saber educar a sus espectadores con reportajes sobre las contrataciones con el estado.			X			X				X			
5	Crees que el programa Beto a saber realiza reportajes, aportes y comentarios adecuados sobre las noticias que trata.			X			X				X			
DIMENSIÓN: ESTILOS DE PRESENTACIÓN														
6	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo crítico			X			X				X			
7	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo desenfadado			X			X				X			
8	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo coloquial.			X			X				X			
9	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo directo			X			X				X			
10	Crees que el programa Beto a saber tiene una presentación diferente y original.			X			X				X			
DIMENSIÓN: CONTENIDO														
11	Consideras que el programa Beto a saber emite noticias en el ámbito político.			X			X				X			
12	Consideras que el programa Beto a saber emite noticias en el ámbito económico.			X			X				X			
13	Consideras que el programa Beto a saber emite noticias en el ámbito social.			X			X				X			

14	Crees que el programa Beto a saber realiza contenido periodístico de calidad o entretenido			X				X				X	
15	Crees que el programa Beto a saber resalta entre otros medios de comunicación periodísticos.			X				X				X	
DIMENSIÓN: RECURSOS PERIODÍSTICOS													
16	Crees que los reportajes realizados por el programa Beto a saber lograron destapar casos de corrupción			X				X				X	
17	Consideras que las entrevistas realizadas en el programa Beto a saber son imparciales			X				X				X	
18	Consideras que el programa Beto a saber en general aporta noticias importantes o relevantes.			X				X				X	
19	Consideras que el programa Beto a saber aplica el recurso del género de opinión en sus emisiones.			X				X				X	
20	Consideras que el programa Beto a saber utiliza la exageración y especulación en sus noticias para ser polémicos.			X				X				X	

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones: El Instrumento es viable para la investigación.

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr/Mg: Mg. Héctor Ampuero Quezada

Especialidad del validador: Ciencias de la comunicación

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha: 09/08/2022



Firma del Experto Informante.

Especialidad

N°	VARIABLE: PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSIÓN: FUNCIONES														
1	Consideras que el programa Beto a saber cumple la función de informar los presuntos actos de corrupción del presidente Pedro Castillo.				X				X				X	
2	Crees que el programa Beto a saber es imparcial al informar noticias sobre las investigaciones del presidente Pedro castillo.				X				X				X	
3	Consideras que el programa Beto a saber entretiene al realizar monólogos con comentarios críticos sobre las investigaciones del presidente Pedro Castillo.				X				X				X	
4	Consideras que el programa Beto a saber educar a sus espectadores con reportajes sobre las contrataciones con el estado.				X				X				X	
5	Crees que el programa Beto a saber realiza reportajes, aportes y comentarios adecuados sobre las noticias que trata.			X				X				X		
DIMENSIÓN: ESTILOS DE PRESENTACIÓN														
6	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo crítico			X				X				X		
7	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo desenfadado			X				X				X		
8	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo coloquial.			X				X				X		
9	Consideras que el programa Beto a saber tiene un estilo directo			X				X				X		
10	Crees que el programa Beto a saber tiene una presentación diferente y original.			X				X				X		
DIMENSIÓN: CONTENIDO														
11	Consideras que el programa Beto a saber emite noticias en el ámbito político.			X				X				X		
12	Consideras que el programa Beto a saber emite noticias en el ámbito económico.			X				X				X		
13	Consideras que el programa Beto a saber emite noticias en el ámbito social.			X				X				X		

14	Crees que el programa Beto a saber realiza contenido periodístico de calidad o entretenido			X				X				X	
15	Crees que el programa Beto a saber resalta entre otros medios de comunicación periodísticos.			X				X				X	
DIMENSIÓN: RECURSOS PERIODÍSTICOS													
16	Crees que los reportajes realizados por el programa Beto a saber lograron destapar casos de corrupción			X				X				X	
17	Consideras que las entrevistas realizadas en el programa Beto a saber son imparciales			X				X				X	
18	Consideras que el programa Beto a saber en general aporta noticias importantes o relevantes.			X				X				X	
19	Consideras que el programa Beto a saber aplica el recurso del género de opinión en sus emisiones.			X				X				X	
20	Consideras que el programa Beto a saber utiliza la exageración y especulación en sus noticias para ser polémicos.				X				X				X

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones: El Instrumento es viable para la investigación.

Opinión de aplicabilidad: Muy Aplicable [] Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr/Mg: Dr. Eliana Novoa Ramírez

Especialidad del validador: Periodismo

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha: 11/08/2022



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 7: Validez de instrumento de la variable 2 **Percepción**.

N°	VARIABLE: PERCEPCIÓN	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSIÓN: TIPOS DE PERCEPCIÓN														
1	Tienes una percepción positiva del programa periodístico Beto a saber.				X				X				X	
2	Tienes una percepción negativa del programa periodístico Beto a saber.				X				X				X	
3	Crees que el programa Beto a saber tiene buena reputación periodística.				X				X				X	
4	Consideras que el programa Beto a saber tiene una mala reputación.				X				X				X	
5	Crees que el programa Beto a saber tiene una corriente ideología presente de derecha.				X				X				X	
6	Crees que el programa Beto a saber tiene una corriente ideología de izquierda.				X				X				X	
DIMENSIÓN: AUDIENCIA POLIÉDRICA														
7	Consideras que el programa Beto a saber tiene una audiencia Social (visualizaste el programa por redes sociales)				X				X				X	
8	Consideras que el programa Beto a saber tiene una audiencia Audiométrica (Personas que escucha noticias en la tv y realiza otras actividades).				X				X				X	
9	Consideras que el programa Beto a saber tiene una audiencia diferida (Personas que escucha noticias de días pasados en la web).				X				X				X	
10	Sintonizas el programa Beto a saber en la televisión en señal abierta.				X				X				X	
11	Sintonizas el programa Beto a saber en la televisión en señal privada.				X				X				X	
12	Consideras que el programa Beto a saber tiene una gran audiencia televisiva.				X				X				X	

DIMENSIÓN: PERSPECTIVA DE LA HISTORIA												
13	Consideras que el programa Beto a saber en el presente es relevante y destacable.			X				X				X
14	Consideras que el programa Beto a saber seguirá renovándose con nuevas alternativas periodísticas.			X				X				X
15	Crees que el programa Beto a saber es exitoso porque está presente en señal abierta por más de 5 años.			X				X				X
16	Consideras el programa Beto a saber en la actualidad lidera su rubro periodístico.			X				X				X
17	Crees que el programa Beto a saber tiene un pasado periodístico destacable.			X				X				X
18	Crees que el programa Beto a saber tiene un buen futuro periodístico.			X				X				X

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones: El Instrumento es viable para la investigación.

Opinión de aplicabilidad: **Muy Aplicable [x]** **Aplicable []** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr/Mg: Mg. Luis Alberto Chávez Ramos

DNI:10644237

Especialidad del validador: Comunicador Audiovisual

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha: 04/08/2022



Firma del Experto Informante.

Especialidad

N°	VARIABLE: PERCEPCIÓN	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSIÓN: TIPOS DE PERCEPCIÓN														
1	Tienes una percepción positiva del programa periodístico Beto a saber.			X					X					X
2	Tienes una percepción negativa del programa periodístico Beto a saber.			X				X					X	
3	Creas que el programa Beto a saber tiene buena reputación periodística.			X				X					X	
4	Consideras que el programa Beto a saber tiene una mala reputación.			X				X					X	
5	Creas que el programa Beto a saber tiene una corriente ideología presente de derecha.				X			X					X	
6	Creas que el programa Beto a saber tiene una corriente ideología de izquierda.				X			X					X	
DIMENSIÓN: AUDIENCIA POLIÉDRICA														
7	Consideras que el programa Beto a saber tiene una audiencia Social (visualizaste el programa por redes sociales)			X				X					X	
8	Consideras que el programa Beto a saber tiene una audiencia Audiométrica (Personas que escucha noticias en la tv y realiza otras actividades).			X				X					X	
9	Consideras que el programa Beto a saber tiene una audiencia diferida (Personas que escucha noticias de días pasados en la web).			X				X					X	
10	Sintonizas el programa Beto a saber en la televisión en señal abierta.			X				X					X	
11	Sintonizas el programa Beto a saber en la televisión en señal privada.			X				X					X	
12	Consideras que el programa Beto a saber tiene una gran audiencia televisiva.			X				X					X	
DIMENSIÓN: PERSPECTIVA DE LA HISTORIA														

13	Consideras que el programa Beto a saber en el presente es relevante y destacable.			X				X				X	
14	Consideras que el programa Beto a saber seguirá renovándose con nuevas alternativas periodísticas.			X				X				X	
15	Crees que el programa Beto a saber es exitoso porque está presente en señal abierta por más de 5 años.			X				X				X	
16	Consideras el programa Beto a saber en la actualidad lidera su rubro periodístico.			X				X				X	
17	Crees que el programa Beto a saber tiene un pasado periodístico destacable.			X				X				X	
18	Crees que el programa Beto a saber tiene un buen futuro periodístico.			X				x				X	

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones: El Instrumento es viable para la investigación.

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr/Mg: Mg. Héctor Ampuero Quezada

Especialidad del validador: Ciencias de la comunicación

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha: 09/08/2022



Firma del Experto Informante.

Especialidad

N°	VARIABLE: PERCEPCIÓN	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSIÓN: TIPOS DE PERCEPCIÓN														
1	Tienes una percepción positiva del programa periodístico Beto a saber.				X				X				X	
2	Tienes una percepción negativa del programa periodístico Beto a saber.				X				X				X	
3	Creas que el programa Beto a saber tiene buena reputación periodística.				X				X				X	
4	Consideras que el programa Beto a saber tiene una mala reputación.				X				X				X	
5	Creas que el programa Beto a saber tiene una corriente ideología presente de derecha.				X				X				X	
6	Creas que el programa Beto a saber tiene una corriente ideología de izquierda.				X				X				X	
DIMENSIÓN: AUDIENCIA POLIÉDRICA														
7	Consideras que el programa Beto a saber tiene una audiencia Social (visualizaste el programa por redes sociales)				X				X				X	
8	Consideras que el programa Beto a saber tiene una audiencia Audiométrica (Personas que escucha noticias en la tv y realiza otras actividades).				X				X				X	
9	Consideras que el programa Beto a saber tiene una audiencia diferida (Personas que escucha noticias de días pasados en la web).				X				X				X	
10	Sintonizas el programa Beto a saber en la televisión en señal abierta.				X				X				X	
11	Sintonizas el programa Beto a saber en la televisión en señal privada.				X				X				X	
12	Consideras que el programa Beto a saber tiene una gran audiencia televisiva.				X				X				X	
DIMENSIÓN: PERSPECTIVA DE LA HISTORIA														
13	Consideras que el programa Beto a saber en el presente es relevante y destacable.				X				X				X	

14	Consideras que el programa Beto a saber seguirá renovándose con nuevas alternativas periodísticas.				X					X				X
15	Crees que el programa Beto a saber es exitoso porque está presente en señal abierta por más de 5 años.				X					X				X
16	Consideras el programa Beto a saber en la actualidad lidera su rubro periodístico.				X					X				X
17	Crees que el programa Beto a saber tiene un pasado periodístico destacable.				X					X				X
18	Crees que el programa Beto a saber tiene un buen futuro periodístico.				X					X				X

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones: El Instrumento es viable para la investigación.

Opinión de aplicabilidad: **Muy Aplicable** [x] **Aplicable** [] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador Dr/Mg: Dr. Eliana Novoa Ramírez

Especialidad del validador: Periodismo

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha: 11/08/2022



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 8: Cuestionario.

TESIS LUDWING VARIABLE 1: PROGRAMA PERIODISTICO TELEVISIVO

Preguntas Respuestas 284 Configuración

30 años Formando profesionales que quieren salir adelante

TESIS: PROGRAMA BETO A SABER DE WILLAX TELEVISIÓN Y LA PERCEPCIÓN EN JÓVENES DE 18 A 24 AÑOS, ATE, 2022.

Variable 1: Programa Periodístico Televisivo

El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

Conforme

CONSENTIMIENTO INFORMADO: Usted da conformidad con lo establecido en el Artículo 7º. Literal "F" del Código de Ética de Investigación de la Universidad César Vallejo para publicar los resultados, en el cual se llevo a cabo la investigación.

Autorizo

Agregar una opción o [agregar "Otros"](#)

Casillas de verificación

Obligatoria

Rango: 18-24 años.

Edad:

Texto de respuesta breve

1. Consideras que el programa "Beto a saber", cumple la función de informar los presuntos actos de corrupción del presidente Pedro Castillo.

Totalmente desacuerdo

En desacuerdo

Indiferente o neutro

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

2. Crees que el programa "Beto a saber" es imparcial al informar noticias sobre las investigaciones del presidente Pedro castillo.

Totalmente desacuerdo

En desacuerdo

Indiferente o neutro

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

3. Consideras que el programa "Beto a saber", entretiene al realizar monólogos con comentarios críticos sobre las investigaciones del presidente Pedro Castillo.

Totalmente desacuerdo

En desacuerdo

Indiferente o neutro

De acuerdo

Totalmente de acuerdo



2: TESIS: PROGRAMA BETO A SABER DE WILLAX TELEVISIÓN Y LA PERCEPCIÓN EN JÓVENES DE 18 A 24 AÑOS, ATE, 2022.

Variable: 2 Percepción

El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación entre el programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años.

Opción múltiple

- Conforme
- Agregar una opción o agregar "Otros"

CONSENTIMIENTO INFORMADO: Usted da conformidad con lo establecido en el Artículo 7*, Literal "F" del Código de Ética de Investigación de la Universidad César Vallejo para publicar los resultados, en el cual se llevo a cabo la investigación.

- Autorizo

Rango: 18-24 años.

Edad:

Texto de respuesta breve

1. Tienes una percepción positiva del programa periodístico, "Beto a saber".

- Totalmente desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

2. Tienes una percepción negativa del programa periodístico, "Beto a saber".

- Totalmente desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

3. Crees que el programa "Beto a saber", tiene buena reputación periodística.

- Totalmente desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Anexo 9: Base de datos.

VARIABLE 1: PROGRAMA PERIODISTICO TELEVISIVO																				
ENCUESTA	FUNCIONES					ESTILOS DE PRESENTACIÓN					CONTENIDO					RECURSOS PERIODISTICOS				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	18	19	20
E1	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5
E2	4	3	5	4	5	3	5	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4
E3	4	5	2	2	1	2	2	1	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
E4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4
E5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5
E6	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
E7	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
E8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E9	2	1	2	3	4	3	4	4	4	5	4	2	4	2	4	2	4	4	4	2
E10	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
E11	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	3	4	4
E12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E13	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
E14	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1
E15	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4
E16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E17	1	4	5	4	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
E18	3	2	1	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E20	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E21	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E22	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
E23	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4
E24	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E25	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E26	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
E27	5	5	4	5	3	5	3	3	5	2	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5

E28	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E29	3	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E30	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	4
E31	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
E32	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
E33	3	4	4	3	3	5	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
E34	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	3	3	3
E35	3	4	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	3	3
E36	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	2
E37	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3
E38	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
E39	5	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3
E40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E41	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	3	3
E42	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
E43	4	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	4	2	4	4	5	4	5	4	2
E44	2	3	2	1	2	1	2	3	2	2	1	3	2	3	1	2	2	3	2	2
E45	5	5	2	3	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
E46	5	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	3	5
E47	4	4	5	5	5	5	4	3	3	5	4	3	4	5	4	5	3	4	3	3
E48	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4
E49	4	4	3	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	3	5	4	3	5	3
E50	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
E51	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	4
E52	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	3	3	3	1
E53	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
E54	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5
E55	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E56	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5
E57	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4
E58	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5

E59	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4
E60	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5
E61	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5
E62	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
E63	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5
E64	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4
E65	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
E66	4	5	3	3	5	5	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3	5	3	5	5
E67	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
E68	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	4	5	4	5
E69	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
E70	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
E71	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
E72	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4
E73	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
E74	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
E75	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5
E76	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3
E77	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
E78	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
E79	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
E80	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	4	3	5	5	4	5
E81	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	5
E82	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	3	5
E83	4	4	4	4	3	2	4	3	1	5	5	4	5	3	5	4	3	5	4	5
E84	3	3	5	5	3	3	4	4	3	3	4	3	5	4	5	3	4	5	5	4
E85	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	5	5
E86	3	3	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	4	4	5	5
E87	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5
E88	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	5
E89	5	5	4	3	5	4	3	5	5	3	3	4	5	5	3	4	5	3	4	5

E90	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4
E91	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
E92	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
E93	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
E94	5	5	4	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
E95	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
E96	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	1	3	3	3	3	2
E97	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3
E98	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	3	2	5	5	2	5	3
E99	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
E100	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3
E101	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2
E102	5	3	3	3	3	3	3	5	3	4	2	2	3	3	3	3	5	4	4	4
E103	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	3	3
E104	5	4	5	3	5	5	4	5	4	5	5	3	3	2	5	5	5	5	4	4
E105	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
E106	5	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	4	5	3	3	5	4	5	5	5
E107	5	5	5	5	3	5	3	5	4	4	3	4	5	5	3	5	4	4	5	5
E108	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5
E109	4	4	3	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4	3	3	3	5	5	4	4
E110	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	5	5	4	4	4	3	5	4
E111	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
E112	5	4	3	5	4	5	3	3	3	5	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3
E113	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	4	4
E114	5	3	4	5	3	3	3	3	4	4	3	4	5	3	4	4	3	5	4	5
E115	4	3	5	4	5	4	4	5	5	2	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5
E116	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
E117	5	4	4	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	3	4	5	3	4	4	5
E118	5	3	5	4	4	3	3	5	5	5	4	5	3	5	3	3	4	4	4	4
E119	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
E120	5	4	5	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5

E121	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5
E122	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	5
E123	5	5	4	4	3	3	3	5	5	3	4	5	4	4	5	3	4	3	5	5
E124	5	5	4	5	5	4	4	5	3	3	3	5	4	3	5	4	5	4	4	5
E125	1	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
E126	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4
E127	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3
E128	2	1	2	2	2	2	3	2	4	2	2	4	2	3	2	2	2	2	2	2
E129	4	3	4	4	5	2	3	4	2	3	3	2	3	4	4	4	4	5	4	3
E130	3	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	5
E131	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
E132	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3
E133	4	5	5	3	3	4	3	4	4	5	3	4	3	5	5	4	4	4	3	3
E134	4	4	4	3	5	4	5	3	3	3	3	5	3	3	4	4	4	4	4	5
E135	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2
E136	5	4	5	3	3	4	3	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	5	5	4
E137	3	3	4	4	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3
E138	5	4	4	3	3	4	3	5	5	3	5	5	5	5	4	4	3	5	3	5
E139	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
E140	4	3	4	5	4	3	4	5	3	4	5	3	4	5	4	3	3	4	3	3
E141	3	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	5
E142	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	1	3	2	2	2	3	1	1
E143	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
E144	5	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
E145	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	5	4	5	4	5	4	5	3
E146	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5
E147	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
E148	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	1	4	4	5	4	4	4	5
E149	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5
E150	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
E151	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4

E152	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
E153	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5
E154	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	3
E155	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2
E156	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	4	4
E157	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4
E158	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
E159	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4
E160	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
E161	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
E162	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4
E163	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3
E164	3	4	5	3	4	4	4	3	5	3	5	4	5	4	3	4	5	3	3	3
E165	3	3	3	4	3	2	2	2	3	1	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3
E166	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	4	3	4	4	3	4	2	4	4
E167	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4
E168	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4
E169	3	2	2	3	4	3	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	5	5
E170	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4
E171	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5
E172	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
E173	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	5	4	4	4	3
E174	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E175	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
E176	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3
E177	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3
E178	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
E179	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E180	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4
E181	3	3	3	2	3	4	3	2	2	2	4	5	5	5	5	3	3	4	2	2
E182	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4

E183	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	1	3	1	3	3	1	3	3	3	1
E184	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E185	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	1	3	4	3	3	4	3	4	4	4
E186	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
E187	3	5	3	3	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	3	5	3	5	3	3
E188	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3
E189	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	1	2	1	2	3	2	1
E190	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
E191	3	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3
E192	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
E193	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
E194	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4
E195	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4	4	5
E196	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5
E197	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
E198	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5
E199	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	5	5
E200	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
E201	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
E202	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
E203	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
E204	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
E205	4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
E206	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
E207	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
E208	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
E209	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	4	5	4	4	4	4	1	4
E210	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5
E211	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
E212	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4
E213	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3

E276	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4
E277	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E278	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E279	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2
E280	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E281	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1
E282	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
E283	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3
E284	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E285	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
E286	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	2
E287	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E288	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
E289	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3
E290	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E291	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E292	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E293	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E294	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E295	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E296	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E297	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E298	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
E299	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E300	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E301	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E302	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
E303	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5
E304	5	4	5	3	1	5	5	3	3	5	4	4	4	3	2	5	4	4	4	4
E305	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E306	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1

E338	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E339	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	3	1	1	1	1	1	1
E340	5	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	3	1	1	1	1	1	1	1
E341	3	3	1	2	2	1	1	1	3	3	4	4	5	1	2	2	2	2	1	1
E342	5	3	5	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
E343	3	2	1	2	5	2	1	1	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E344	5	3	5	5	4	5	3	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
E345	5	2	1	2	2	2	2	2	2	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
E346	5	3	5	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
E347	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E348	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
E349	5	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	1	1	4
E350	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	1	1	4
E351	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E352	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
E353	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
E354	5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
E355	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5
E356	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	1	1	4
E357	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	1	1	4
E358	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	1	1	4
E359	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	1	1	4
E360	5	3	5	5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E361	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	1	1
E362	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
E363	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	1	1	5
E364	5	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	1	4
E365	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	1	5
E366	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	1	1	4	4
E367	5	3	5	4	5	5	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
E368	5	3	4	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4

E369	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E370	5	3	3	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
E371	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
E372	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
E373	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	1	4
E374	5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	1	1	4	5
E375	5	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	1	1	4	4	1	2	5
E376	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5
E377	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	2	5
E378	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	5	5
E379	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	5
E380	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	1	5
E381	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5
E382	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
E383	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5
E384	5	3	5	4	4	3	4	3	4	5	3	3	4	3	5	5	4	5	5	5

		PERCEPCIÓN																	
		TIPOS DE PERCEPCIÓN						AUDIENCIA POLIEDRICA						PERCSPECTIVA DE LA HISTORIA					
ENCUESTA		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	18
E1		5	3	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E2		5	3	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E3		5	3	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
E4		5	3	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5
E5		5	3	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5
E6		5	3	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	3	3
E7		5	3	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3
E8		5	3	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4
E9		5	3	5	2	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4
E10		5	3	5	5	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
E11		5	3	1	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
E12		5	3	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5	5	4	5	5	5	5
E13		3	3	5	3	5	3	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5
E14		3	3	5	3	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4
E15		5	3	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	4
E16		5	4	3	3	5	4	5	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5
E17		5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
E18		5	4	5	4	5	3	4	3	5	4	3	5	4	5	4	5	4	3
E19		4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	5	5	5	3
E20		5	4	5	3	5	5	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	3	5
E21		3	4	4	5	5	3	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	4
E22		5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5
E23		3	3	5	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4
E24		5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5
E25		5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3
E26		5	4	3	3	3	4	3	4	4	5	3	4	4	3	5	5	4	3
E27		5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	3	5	5	4	4	5	5	3
E28		5	4	5	3	4	4	5	5	4	3	3	5	4	4	5	4	4	3

E29	5	3	3	3	3	2	3	4	3	4	5	4	3	3	4	5	5	4
E30	5	3	4	5	5	3	4	4	3	4	4	3	4	5	3	5	4	5
E31	5	3	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4
E32	5	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
E33	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4
E34	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5
E35	3	3	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
E36	5	4	4	3	5	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	3	5
E37	5	4	3	5	5	4	5	3	4	4	5	3	4	4	3	5	5	5
E38	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
E39	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	5	4
E40	5	4	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	5	4	5	4	3	4
E41	5	4	3	5	5	4	3	4	4	4	5	5	3	3	5	4	5	4
E42	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	3	5	4	3	5
E43	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3
E44	3	4	4	5	5	4	3	5	4	3	5	4	5	3	5	5	4	3
E45	4	4	3	4	3	3	3	5	3	4	3	5	5	5	3	4	5	4
E46	4	5	3	4	3	5	5	4	5	4	3	5	5	3	5	5	4	3
E47	4	5	3	4	5	5	4	3	5	4	3	5	5	4	3	4	5	3
E48	5	5	3	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4
E49	5	3	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	4	3	5	4	3
E50	4	3	5	4	5	3	5	5	5	4	5	3	5	4	3	5	5	4
E51	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4
E52	5	3	4	3	4	5	3	4	3	5	4	4	3	4	4	5	3	5
E53	5	4	3	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	2	5	4	5	5
E54	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4
E55	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5
E56	5	4	3	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	4	3	5	5	4
E57	5	4	5	4	5	3	5	3	4	5	3	5	4	5	5	4	3	4
E58	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
E59	3	5	4	5	4	5	5	3	5	5	4	3	5	4	3	5	5	3

E60	5	3	5	5	4	3	5	4	4	3	5	4	3	3	3	4	3	5
E61	5	3	5	4	3	5	4	3	5	5	4	3	5	4	5	5	3	3
E62	3	4	5	3	5	5	5	3	5	5	3	4	5	3	5	4	3	4
E63	3	5	4	3	5	5	5	3	4	5	5	4	3	5	3	4	3	5
E64	5	4	5	3	5	4	3	5	4	5	3	5	5	3	5	5	3	5
E65	5	3	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	5	4	3	5	3	3
E66	5	3	5	3	5	5	3	5	4	3	5	5	3	5	4	3	5	5
E67	5	4	5	3	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	3
E68	5	4	3	3	5	5	4	3	5	4	4	3	5	3	5	4	4	5
E69	3	4	5	5	3	4	5	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	3
E70	4	4	4	3	3	3	4	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	3
E71	5	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3
E72	3	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4
E73	3	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5
E74	5	5	3	3	4	5	3	4	5	3	4	5	4	3	4	5	5	3
E75	3	4	3	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	4	3
E76	3	4	3	5	3	4	5	3	5	3	5	5	4	5	3	5	4	3
E77	3	5	4	3	5	5	4	3	5	5	3	4	5	3	5	3	4	5
E78	5	3	5	4	3	5	3	5	4	5	3	5	4	5	3	5	5	4
E79	5	3	5	4	5	5	3	4	3	5	5	3	5	4	3	5	4	3
E80	5	3	5	3	5	4	3	4	3	5	4	3	5	4	3	5	5	3
E81	3	5	4	5	3	5	4	3	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5
E82	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	5
E83	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	3	4	5	4	4	5	3
E84	3	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	3	5	5	3	4	5
E85	5	4	5	5	4	3	5	4	5	3	3	4	4	3	3	3	4	3
E86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
E87	5	3	3	5	4	2	2	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	3
E88	5	4	3	5	5	4	3	5	4	5	3	5	5	4	3	3	5	3
E89	5	4	3	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	3	3	4	5
E90	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4

E91	5	3	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	5	3	4	5
E92	5	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
E93	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4
E94	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
E95	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4
E96	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5
E97	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	3
E98	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
E99	5	3	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5
E100	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4
E101	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
E102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
E105	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E113	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E116	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E117	5	5	5	4	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
E118	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E119	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E120	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E121	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4

E122	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5
E123	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	3
E124	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	3	5	3	4	4	5	4
E125	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5
E126	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	3
E127	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
E128	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E129	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E130	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E131	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3
E132	5	5	4	4	4	3	4	5	3	4	5	5	5	3	4	5	3	5
E133	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E134	5	5	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
E135	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
E136	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E137	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E138	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
E139	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5
E140	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5
E141	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
E142	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E143	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
E144	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4
E145	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E146	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E147	5	5	5	5	5	3	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E148	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2
E149	5	5	5	5	5	4	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
E150	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E151	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2
E152	3	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1

E153	3	2	3	2	3	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2
E154	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2
E155	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	
E156	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
E157	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	
E158	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	
E159	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	
E160	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E161	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	3	4	3	4	2	4	
E162	5	4	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	
E163	5	3	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	
E164	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
E165	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	
E166	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	1	
E167	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
E168	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
E169	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
E170	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	
E171	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
E172	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	
E173	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
E174	3	2	3	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	
E175	4	4	3	4	3	3	3	2	2	2	4	3	4	3	2	4	4	
E176	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
E177	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	2	2	1	2	2	2	
E178	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	
E179	4	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	1	2	3	3	
E180	5	4	5	3	4	4	3	4	4	3	2	3	2	2	3	2	3	
E181	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	2	3	3	2	3	
E182	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
E183	3	2	4	3	2	2	3	2	3	2	3	4	4	3	3	2	2	

E184	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	3	2
E185	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3
E186	3	2	3	2	3	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2
E187	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
E188	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E189	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E190	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E191	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
E192	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
E193	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2
E194	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1
E195	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E196	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E197	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4
E198	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E199	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E200	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E201	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2
E202	4	4	4	3	4	3	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1
E203	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
E204	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2
E205	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E206	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E207	5	4	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E208	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E209	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E210	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E211	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E212	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E213	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2
E214	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5

E215	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
E216	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2
E217	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
E218	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
E219	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	4	
E220	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
E221	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
E222	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	2	2	2	
E223	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E224	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
E225	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E226	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
E227	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
E228	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E229	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
E230	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
E231	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	
E232	3	4	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	4	
E233	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	
E234	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	
E235	3	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	
E236	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	
E237	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	
E238	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	
E239	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	
E240	5	2	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	2	5	4	5	
E241	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	
E242	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	
E243	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	
E244	5	3	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	
E245	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	

E246	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E247	5	3	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5
E248	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5
E249	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
E250	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5
E251	5	3	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5
E252	5	3	5	3	5	3	5	5	5	2	3	5	4	5	5	4	5	5
E253	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
E254	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
E255	5	3	3	3	5	3	5	5	3	3	5	5	4	5	5	3	4	4
E256	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
E257	5	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5
E258	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1
E259	5	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
E260	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5
E261	3	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	3	4	4	4	4
E262	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
E263	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	3	3	3	3	3	3
E264	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1
E265	4	3	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	4	5	4	4	4	4
E266	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4
E267	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4
E268	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4
E269	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4
E270	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4
E271	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4
E272	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4
E273	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4
E274	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4
E275	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4
E276	4	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4

E277	4	3	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	4	5	4	4	4	4
E278	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3
E279	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1
E280	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
E281	4	3	5	3	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
E282	4	3	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
E283	4	3	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
E284	4	3	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
E285	4	3	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
E286	4	3	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
E287	4	3	5	3	5	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
E288	4	3	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
E289	4	3	5	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
E290	4	5	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
E291	4	3	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
E292	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	2	1	3	2	1	1	1
E293	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4
E294	3	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
E295	3	3	4	3	5	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4
E296	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
E297	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
E298	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
E299	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
E300	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
E301	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
E302	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
E303	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
E304	5	3	4	3	4	3	4	4	5	2	2	4	1	3	3	1	1	1
E305	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E306	3	3	1	1	4	2	4	1	4	2	2	2	1	3	3	1	1	1
E307	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4

E308	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E309	3	3	3	3	3	2	4	2	2	1	2	2	1	4	3	2	2	1
E310	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E311	2	1	1	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	3	3	2	2	1
E312	3	3	3	3	5	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E313	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E314	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E315	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E316	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E317	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E318	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E319	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E320	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E321	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E322	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E323	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E324	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E325	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E326	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
E327	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4
E328	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4
E329	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4
E330	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4
E331	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4
E332	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4
E333	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4
E334	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3
E335	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3
E336	3	2	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	3	3	2	3	3
E337	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3
E338	3	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3

E339	2	1	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	3	3	2	2	1
E340	2	2	1	2	4	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3
E341	3	1	1	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	3	3	2	2	1
E342	1	2	3	2	4	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	1
E343	2	2	2	2	4	2	2	3	2	2	1	2	2	3	3	2	2	1
E344	2	1	1	3	3	1	2	3	2	1	1	2	2	3	3	2	2	3
E345	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	1
E346	3	1	1	2	5	1	3	3	4	1	3	2	3	3	4	2	3	1
E347	2	1	1	2	1	1	2	3	4	1	1	3	2	3	3	2	2	1
E348	2	2	2	2	3	2	2	3	3	1	1	3	2	3	3	2	2	1
E349	2	1	1	2	3	2	2	3	3	1	1	3	2	3	3	2	2	1
E350	3	2	3	2	5	2	2	3	3	1	3	3	3	3	3	2	2	1
E351	2	1	1	2	3	2	3	3	4	1	1	3	2	3	3	3	3	1
E352	3	1	1	2	3	1	2	3	4	1	1	3	2	3	3	2	2	3
E353	3	2	3	2	5	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3
E354	3	1	1	2	5	2	2	3	4	1	1	3	2	3	3	2	2	1
E355	2	1	1	2	5	1	2	3	4	1	1	3	3	3	3	2	2	1
E356	3	2	3	2	5	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
E357	3	2	3	2	5	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3
E358	2	2	1	2	3	5	2	3	4	1	1	3	2	3	3	2	2	1
E359	3	1	1	2	3	1	3	3	4	1	1	3	3	3	3	3	3	1
E360	3	2	3	3	5	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3
E361	3	2	3	3	5	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
E362	3	2	3	2	5	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
E363	3	2	3	2	5	2	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3
E364	3	2	3	2	5	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3
E365	3	2	3	2	5	2	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3
E366	3	2	3	2	5	3	3	3	4	1	1	3	3	3	3	3	3	1
E367	3	2	3	2	5	2	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1
E368	3	1	2	2	3	1	3	3	3	1	1	3	2	2	3	2	2	1
E369	3	2	3	2	5	2	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1

E370	3	1	3	2	5	1	3	3	4	1	1	3	2	3	3	2	2	1
E371	3	2	3	2	3	2	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1
E372	2	1	2	2	3	1	3	3	4	1	1	3	2	3	3	2	2	1
E373	3	2	3	2	3	2	3	3	4	1	1	3	3	3	3	3	3	1
E374	3	3	2	2	3	2	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1
E375	3	2	2	2	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1
E376	3	2	2	2	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1
E377	3	1	2	2	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1
E378	2	2	2	2	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	2	2	1
E379	3	1	2	2	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1
E380	3	1	2	2	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	1	1	1
E381	3	1	2	2	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	2	2	1
E382	3	1	2	2	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	2	2	1
E383	3	1	2	2	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	2	2	1
E384	3	1	2	2	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	2	2	1

Anexo 9: Resultados en las tablas de SPSS

Variable 1: Programa periodístico televisivo

Resultado2 (1).spv [Documento3] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resul

P19 4.23 884 31

Matriz de correlaciones entre elementos

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
P1	1.000	.320	.631	.323	.421	.547	.385	.501	.425	.632	.318	.627	.372	.405	.401	.184	.449	.46
P2	.320	1.000	.626	.882	.722	.673	.505	.330	.625	.353	.698	.576	.641	.566	.537	.638	.510	.65
P3	.631	.626	1.000	.659	.739	.629	.664	.491	.476	.464	.724	.638	.527	.481	.365	.350	.464	.48
P4	.323	.882	.659	1.000	.864	.748	.613	.482	.725	.481	.629	.604	.714	.583	.520	.533	.507	.58
P5	.421	.722	.739	.864	1.000	.772	.548	.472	.503	.423	.545	.573	.703	.610	.518	.449	.633	.54
P6	.547	.673	.629	.748	.772	1.000	.488	.388	.564	.559	.538	.628	.626	.552	.477	.444	.791	.70
P7	.385	.505	.664	.613	.548	.488	1.000	.774	.662	.545	.520	.320	.533	.519	.551	.428	.348	.26
P8	.501	.330	.491	.482	.472	.388	.774	1.000	.619	.559	.350	.375	.463	.569	.632	.468	.287	.19
P9	.425	.625	.476	.725	.503	.564	.662	.619	1.000	.712	.550	.558	.502	.514	.334	.364	.306	.38
P10	.632	.353	.464	.481	.423	.559	.545	.559	.712	1.000	.506	.660	.479	.314	.399	.149	.261	.40
P11	.318	.698	.724	.629	.545	.538	.520	.350	.550	.506	1.000	.626	.595	.460	.253	.544	.407	.54
P12	.627	.576	.638	.604	.573	.628	.320	.375	.558	.660	.626	1.000	.481	.407	.387	.335	.445	.67
P13	.372	.641	.527	.714	.703	.626	.533	.463	.502	.479	.595	.481	1.000	.789	.569	.679	.607	.57
P14	.405	.566	.481	.583	.610	.552	.519	.569	.514	.314	.460	.407	.789	1.000	.658	.643	.551	.45
P15	.401	.537	.365	.520	.518	.477	.551	.632	.334	.399	.253	.387	.569	.658	1.000	.531	.395	.37
P16	.184	.638	.350	.533	.449	.444	.428	.468	.364	.149	.544	.335	.679	.643	.531	1.000	.508	.54
P17	.449	.510	.464	.507	.633	.791	.348	.287	.306	.261	.407	.445	.607	.551	.395	.508	1.000	.78
P18	.462	.655	.482	.580	.547	.706	.260	.192	.389	.403	.546	.679	.570	.452	.378	.547	.785	1.00
P19	.540	.506	.714	.497	.520	.437	.468	.317	.319	.369	.512	.579	.323	.135	.317	.238	.495	.61

Variable 2: Percepción

Resultado1.spv [Documento4] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

P17 3.84 1.098 31

P18 3.94 1.237 31

Matriz de correlaciones entre elementos

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
P1	1.000	-.515	.848	-.115	.664	.206	.633	.821	.669	.299	.808	.745	.762	.753	.706	.820	.801	.506
P2	-.515	1.000	-.638	.612	-.204	.300	-.111	-.389	-.260	.095	-.341	-.243	-.290	-.233	-.272	-.282	-.339	-.125
P3	.848	-.638	1.000	-.293	.439	.232	.458	.728	.562	.292	.643	.608	.719	.610	.622	.723	.703	.356
P4	-.115	.612	-.293	1.000	.172	.526	.064	-.173	.070	.335	.011	.123	-.079	-.104	.007	-.077	.051	.042
P5	.664	-.204	.439	.172	1.000	-.087	.410	.399	.532	.240	.783	.718	.664	.660	.729	.613	.556	.635
P6	.206	.300	.232	.526	-.087	1.000	.297	.289	.212	.505	.097	.185	.156	.111	.028	.250	.295	-.042
P7	.633	-.111	.458	.064	.410	.297	1.000	.861	.831	.259	.545	.837	.648	.750	.694	.686	.698	.448
P8	.821	-.389	.728	-.173	.399	.289	.861	1.000	.844	.231	.658	.754	.630	.793	.608	.723	.761	.411
P9	.669	-.260	.562	.070	.532	.212	.831	.844	1.000	.222	.623	.803	.538	.688	.681	.594	.769	.449
P10	.299	.095	.292	.335	.240	.505	.259	.231	.222	1.000	.297	.353	.244	.149	.238	.302	.167	-.001
P11	.808	-.341	.643	.011	.783	.097	.545	.658	.623	.297	1.000	.742	.649	.827	.670	.718	.719	.723
P12	.745	-.243	.608	.123	.718	.185	.837	.754	.803	.353	.742	1.000	.838	.773	.894	.813	.770	.517
P13	.762	-.290	.719	-.079	.664	.156	.648	.630	.538	.244	.649	.838	1.000	.744	.866	.882	.654	.511
P14	.753	-.233	.610	-.104	.660	.111	.750	.793	.688	.149	.827	.773	.744	1.000	.746	.788	.677	.770
P15	.706	-.272	.622	.007	.729	.028	.694	.608	.681	.238	.670	.894	.866	.746	1.000	.841	.759	.518
P16	.820	-.282	.723	-.077	.613	.250	.686	.723	.594	.302	.718	.813	.882	.788	.841	1.000	.776	.496
P17	.801	-.339	.703	.051	.556	.295	.698	.761	.769	.167	.719	.770	.654	.677	.759	.776	1.000	.483
P18	.506	-.125	.356	.042	.635	-.042	.448	.411	.449	-.001	.723	.517	.511	.770	.518	.496	.483	1.000

Resultados, tabla general.

Sin título6 [ConjuntoDatos6] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 49 de 49 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
1	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
2	4	3	5	4	5	3	5	5	4	3	5	4	5	4	5
3	4	5	2	1	2	1	2	1	4	4	4	5	5	4	5
4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
6	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
7	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	2	1	2	3	4	3	4	4	4	5	4	2	4	2	4
10	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
11	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	3	5	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
14	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1
15	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	1	4	5	4	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5
18	3	2	1	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
23	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Sin título2 [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
2	P2	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
3	P3	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
4	P4	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
5	P5	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
6	P6	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
7	P7	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
8	P8	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
9	P9	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
10	P10	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
11	P11	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
12	P12	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
13	P13	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
14	P14	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
15	P15	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
16	P16	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
17	P17	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
18	P18	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
19	P19	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
20	P20	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
21	P21	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
22	P22	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
23	P23	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
24	P24	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Sin título2 [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
28	P28	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
29	P29	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
30	P30	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
31	P31	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
32	P32	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
33	P33	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
34	P34	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
35	P35	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
36	P36	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
37	P37	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
38	P38	Númérico	8	0		{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
39	VARIABLE1	Númérico	8	0		{1, MALO...	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
40	VARIABLE2	Númérico	8	0		{1, MALO...	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
41	VAR2.1	Númérico	8	0		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
42	OBJ1	Númérico	8	0		{1, MALO...	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
43	OBJ2	Númérico	8	0		{1, MALO...	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
44	OBJ3	Númérico	8	0		{1, MALO...	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
45	OBJ4	Númérico	8	0		{1, MALO...	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
46	variable1.1	Númérico	8	0		{1, MALO...	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
47	OBJETIVO...	Númérico	8	2		{1,00, MAL...	Ninguna	14	Derecha	Escala	Entrada
48	OBJETIVO...	Númérico	8	2		{1,00, MAL...	Ninguna	16	Derecha	Escala	Entrada
49	OBJETIVO...	Númérico	8	2		{1,00, MAL...	Ninguna	14	Derecha	Escala	Entrada
50											
51											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Sin título2 [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver

Calcular variable

Variable objetivo: = Expresión numérica:

Tipo y etiqueta...

Grupo de funciones: Todo, Antimétricas, CDF y CDF no centrada, Conversión, Fecha/hora actual, Cálculo de fechas

Funciones y variables especiales:

medida Rol

28	P28	cala	Entrada
29	P29	cala	Entrada
30	P30	cala	Entrada
31	P31	cala	Entrada
32	P32	cala	Entrada
33	P33	cala	Entrada
34	P34	cala	Entrada
35	P35	cala	Entrada
36	P36	cala	Entrada
37	P37	cala	Entrada
38	P38	cala	Entrada
39	VARIABLE1	cala	Entrada
40	VARIABLE2	cala	Entrada
41	VAR2.1	cala	Entrada
42	OBJ1	cala	Entrada
43	OBJ2	cala	Entrada
44	OBJ3	cala	Entrada
45	OBJ4	cala	Entrada
46	variable 1.1	cala	Entrada
47	OBJETIVO...	cala	Entrada
48	OBJETIVO...	cala	Entrada
49	OBJETIVO...	cala	Entrada
50			
51			

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

*Resultado2 [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultado

```

DATASET ACTIVATE ConjuntoDatos2.
DATASET CLOSE ConjuntoDatos1.
COMPUTE dimension1=P1 + P2 + P3 + P4 + P5 + P6 + P7 + P8 + P9 + P10.
EXECUTE.
  
```

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

*Resultado4 [Documento4] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultado

Frecuencias

Estadísticos

	VARIABLE1	VARIABLE2
N	Válido 384	384
	Perdidos 0	0

Tabla de frecuencia

VARIABLE1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido MALO	4	1,0	1,0	1,0
REGULAR	44	11,5	11,5	12,5
BUENO	336	87,5	87,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

VARIABLE2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido MALO	11	2,9	2,9	2,9
REGULAR	97	25,3	25,3	28,1
BUENO	276	71,9	71,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

- Resultado
 - Registro
 - Frecuencias
 - Tabla
 - Notas
 - Estadísticos
 - Tabla de frecuencia
 - VARIABLE1
 - VARIABLE2
 - Registro
 - Correlaciones
 - Tabla
 - Notas
 - Correlaciones

VARIABLE2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	11	2,9	2,9	2,9
	REGULAR	97	25,3	25,3	28,1
	BUENO	276	71,9	71,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

CORRELATIONS
/VARIABLES=VARIABLE1 VARIABLE2
/PRINT=TOTAL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

→ **Correlaciones**

Correlaciones

		VARIABLE1	VARIABLE2
VARIABLE1	Correlación de Pearson	1	,093
	Sig. (bilateral)		,070
	N	384	384
VARIABLE2	Correlación de Pearson	,093	1
	Sig. (bilateral)	,070	
	N	384	384

Anexo 10: Tabla de frecuencias, Estadística Descriptiva.

VARIABLE 1: PROGRAMA PERIODISTICO TELEVISIVO

DIMENSIÓN FUNCIONES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	4	1,0	1,0	1,0
	EN DESACUERDO	21	5,5	5,5	6,5
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	24	6,3	6,3	12,8
	DE ACUERDO	124	32,3	32,3	45,1
	TOTALMENTE DE ACUERDO	211	54,9	54,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

DIMENSIÓN ESTILOS DE PRESENTACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	,8	,8	,8
	EN DESACUERDO	23	6,0	6,0	6,8
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	47	12,2	12,2	19,0
	DE ACUERDO	100	26,0	26,0	45,1
	TOTALMENTE DE ACUERDO	211	54,9	54,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

DIMENSIÓN CONTENIDO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMEDE EN DESACUERDO	1	,3	,3	,3
	EN DESACUERDO	17	4,4	4,4	4,7
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	30	7,8	7,8	12,5
	DE ACUERDO	125	32,6	32,6	45,1
	TOTALMENTE DE ACUERO	211	54,9	54,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

DIMENSIÓN RECURSOS PERIODISTICOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALME EN DESACUERDO	10	2,6	2,6	2,6
	EN DESACUERDO	25	6,5	6,5	9,1
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	25	6,5	6,5	15,6
	DE ACUERDO	107	27,9	27,9	43,5
	TOTALMENTE DE ACUERO	217	56,5	56,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

VARIABLE 2: PERCEPCIÓN

DIMENSIÓN TIPOS DE PERCEPCIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	,8	,8	,8
	EN DESACUERDO	39	10,2	10,2	10,9
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	75	19,5	19,5	30,5
	DE ACUERDO	103	26,8	26,8	57,3
	TOTALMENTE DE ACUERO	164	42,7	42,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

DIMENSIÓN AUDIENCIA POLIEDRICA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	2	,5	,5	,5
	EN DESACUERDO	29	7,6	7,6	8,1
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	63	16,4	16,4	24,5
	DE ACUERDO	102	26,6	26,6	51,0
	TOTALMENTE DE ACUERO	188	49,0	49,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

DIMENSIÓN PERSPECTIVA DE HISTORIA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	,8	,8	,8
	EN DESACUERDO	24	6,3	6,3	7,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	69	18,0	18,0	25,0
	DE ACUERDO	97	25,3	25,3	50,3
	TOTALMENTE DE ACUERO	191	49,7	49,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Anexo 11: Resultados de la prueba piloto.

Variable 1: Programa Periodístico televisivo.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	31	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	31	100.0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.951	.953	19

Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	4.083	3.774	4.484	.710	1.188	.037	19
Varianzas de elemento	.934	.531	1.447	.916	2.725	.077	19
Covarianzas entre elementos	.471	.138	1.098	.960	7.977	.029	19
Correlaciones entre elementos	.514	.135	.882	.747	6.554	.020	19

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. estándar	N de elementos
77.58	178.918	13.376	19

Variable 2: Percepción

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	31	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	31	100.0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.923	.930	18

Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	3.778	2.774	4.258	1.484	1.535	.187	18
Varianzas de elemento	1.282	.740	2.032	1.292	2.747	.132	18
Covarianzas entre elementos	.510	-.956	1.329	2.285	-1.390	.196	18
Correlaciones entre elementos	.426	-.638	.894	1.532	-1.400	.131	18

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. estándar	N de elementos
68.00	179.200	13.387	18



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CC. COMUNICACION

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MARIELA TERESA PARIONA BENAVIDES, docente de la FACULTAD DE CC. COMUNICACION de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Programa Beto a Saber de Willax televisión y la percepción en jóvenes de 18 a 24 años, Ate, 2022", cuyo autor es GARCIA QUIQUIA LUDWING ALDRIN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, 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, 18 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MARIELA TERESA PARIONA BENAVIDES DNI: 09722329 ORCID: 0000-0003-4279-0154	Firmado electrónicamente por: MPARIONAB el 30- 11-2022 20:17:26

Código documento Trilce: TRI - 0445809