



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Percepción de la objetividad periodística del diario Depor en
jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, 2020**

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

AUTORES:

Arias Cordero, Luis Eduardo (ORCID: 0000-0001-7448-8051)

Córdova Carrasco, Keswain (ORCID: 0000-0003-2613-9281)

ASESOR:

Mgtr. Argote Moreau Javier Ernesto (ORCID: 0000-0002-5950-7848)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

DEDICATORIA

Les dedico esta investigación a mi madre, hermana y amigos por todo el apoyo e impulso que me pudieron dar. Gracias por los buenos deseos de su parte.

“Da el primer paso con fe. No tienes por qué ver toda la escalera. Basta con que subas el primer peldaño” - Martin Luther King

AGRADECIMIENTO

Les dedico esta investigación a mi madre, hermana y amigos por todo el apoyo e impulso que me pudieron dar. Gracias por los buenos deseos de su parte.

“Da el primer paso con fe. No tienes por qué ver toda la escalera. Basta con que subas el primer peldaño” - Martin Luther King

Índice de contenidos

Carátula.....	I
Dedicatoria	II
Agradecimiento.....	III
Índice de contenidos.....	IV
Resumen.....	V
Abstract.....	VI
I INTRODUCCIÓN.....	1
II MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	36
3.2. Matriz de consistencia.....	17
3.3. Población y Muestra.....	20
3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	22
3.5. Procedimientos.....	23
3.6. Método de análisis de datos.....	24
3.7. Aspectos éticos.....	25
IV RESULTADOS.....	30
V DISCUSIÓN.....	32
VI CONCLUSIONES.....	34
VII RECOMENDACIONES.....	35
REFERENCIAS.....	36
ANEXOS.....	72

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad describir la percepción de la objetividad periodística, en jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini Chorrillos 2020, la cual utilizamos al diario Depor para el informe de investigación; por la forma que comunica sus hechos noticiosos y contenidos del día a día, donde algunas veces existen construcción de opiniones subjetivas del diario.

En la actualidad la objetividad periodística en estos medios de prensa escrita, es analizada en menor proporción con otros medios de prensa. Los jóvenes universitarios o adultos algunas veces tratan de analizar la información periodística de un diario. Por ello, la técnica elegida en la investigación fue la encuesta y el instrumento de recolección de datos, el cuestionario, el cual contaba con 19 ítems. De nivel Descriptivo simple. Para obtener resultados objetivos y críticos, de manera que sean fáciles para el lector. El proyecto estuvo bajo rigor de una ficha técnica con doce indicadores en los cuales se validaron por tres expertos de comunicación, donde analizaron las preguntas a desarrollarse con nuestro grupo de estudio y observaron para poder interpretar los procesos teóricos de cada uno de ellos con un tipo de investigación básica y diseño no experimental. La presente investigación permitió establecer el alto nivel de percepción de objetividad periodística, siendo positivo en cada uno de sus elementos evaluados.

Palabras clave: Objetividad periodística, Percepción, Veracidad, Brevedad, Imparcialidad, Sencillez, Congruencia, Presentación neutral.

ABSTRACT

The purpose of the present investigation was to describe the perception of journalistic objectivity in young people from 18 to 30 years of age in the Urb. Matellini Chorrillos 2020, which we used to the newspaper Depor for the investigation report; for the way it communicates its news events and day-to-day content, where sometimes there are constructive subjective opinions from the newspaper.

Currently, journalistic objectivity in these written press media is analyzed to a lesser extent with other press media. Young college students or adults sometimes try to analyze journalistic information from a newspaper. Therefore, the technique chosen in the research was the survey and the data collection instrument, the questionnaire, which had 19 items. Simple descriptive level. To obtain objective and critical results, so that they are easy for the reader. The project was under rigor of a technical sheet with twelve indicators in which they were validated by three communication experts, where they analyzed the questions to be developed with our study group and observed to be able to interpret the theoretical processes of each one of them with a type of basic research and non-experimental design. The present investigation allowed establishing the high level of journalistic objectivity perception, being positive in each of its evaluated elements.

Keywords: Journalistic objectivity, Perception, Truthfulness, Brevity, Impartiality, Simplicity, Congruence, Neutral presentation.

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación, describe la percepción de la objetividad periodística del diario depor en jóvenes de 18 a 30 años, de la Urb. Matellini Chorrillos, 2020. Es un estudio cuantitativo, de nivel descriptivo simple, donde pretender abordar como es analizada la objetividad periodística. En la actualidad no existe una teoría o alguna estructura comunicacional para medir o señalar, que algún diario presente objetividad periodística sino de atribuir criterios idóneos en sus posibles respuestas.

La importancia de estudiar el tema en mención, radica es que existe diferentes investigaciones, donde Rúa (2016). En su tesis planteada *“Análisis del diario la prensa: La objetividad periodística en el estadio nacional año 1964”*. Manifiesta que las notas presentadas fueran inconclusas, y no se alineó a los objetivos de objetividad periodística. Asimismo, Almeida (2017). En su tesis titulada *“Objetividad periodística en tiempo de elecciones estadounidenses”* del diario www.nytimes.com, señala que el diario no presento objetividad periodística, ya que en sus columnas de opinión manifestaba cierto favorecimiento a la candidatura de Clinton, y en contra de su adversario Trump.

Por otro lado, la investigación presentada tiene como objetivo general: ¿Cuál es el nivel de percepción de la objetividad periodística del diario Depor, en los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, ¿2020?; como primer objetivo específico: ¿Cuál es el nivel de factualidad en el diario depor, en jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, 2020 , como segundo objetivo específico : ¿Cuál es el nivel de imparcialidad en el diario depor, en jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, 2020.

Partiendo de la realidad problemática, de los últimos años, en el Perú el periodismo de deportes se ha incrementado desde la clasificación del combinado patrio al mundial. Influyendo enormemente, en el aspecto social; económico y cultural, llevando al interés de varios profesionales del rubro periodístico de analizar diversos comportamientos y actitudes, frente al acontecimiento deportivo y demás, la cual refleja un significativo aumento de investigaciones en este campo de las comunicaciones a nivel local.

Es así que recogimos datos importantes del diario el Comercio, Barrenechea, M. Como este evento deportivo logró una gran unidad nacional, a todos los niveles socioeconómicos del país, recayendo a tal manera de incluir comentaristas deportivos ex mundialistas, en casi todos los medios de prensa. Se podía connotar que, algunas veces los líderes de opinión u comunicadores compartían el fervor de los ex mundialistas, o la pasión que amilanaba esa hazaña futbolística. Los medios de prensa escrita no eran ajenos, y era lo que más se consumía y se comercializaba, ya que en esta era tecnológica era mucho más fácil leer una nota impresa o digital. Los ejemplares de todos los medios se vendían con mucho mayor alcance en todo el país, Lima con mayor cantidad de habitantes se alimentaba de los fantásticos comentarios, de la prensa escrita, de esa manera nos dirigió a nosotros como comunicadores investigar, de qué manera se percibía las noticias, y la objetividad del diario Depor en sus lectores, donde varios criterios llevaban a una noticia inclinada de emociones y sensaciones, la presente investigación nos llevará a saber exactamente cómo se puede entender la percepción de la objetividad periodística después de un acontecimiento tan importante como el mundial.(2019, p.2-9).

En la actualidad la percepción de la objetividad periodística se ve reflejada en diferentes tipos de comentarios u opiniones en los lectores de diversos diarios del país. Más aún que el concepto de percepción adjunta diversas características. Es por ello que en el desarrollo de la presente investigación se pretende analizar diferentes factores de la variable percepción de la objetividad periodística, donde determinaremos la percepción futbolística de la selección peruana de fútbol post mundial, desde agosto 2019, hasta el mes de Julio del presente año 2020. Asimismo, se examinará las publicaciones de la selección después de cada participación oficial o no oficial; es así que determinará un análisis de la percepción de la objetividad periodística del diario depor. La cual tiene una gran acogida por jóvenes de 18 a 30 años a nivel Lima Metropolitana. Este diario perteneciente al grupo El Comercio, que tiene como director periodístico del diario Impreso al Sr. Wilder León Morales, quien cuenta con una amplia experiencia en prensa escrita.

Es por ello que Lin Chen Yu (2012). en su artículo “la realidad en la obra de Joris Ivens en China”, menciona que la objetividad requiere exactitud y una parte interpretativa por parte del autor (pág.154). Sin embargo, Palacios (2016). Señala que el periodista está influenciado por diversos factores en la producción de noticias, valores y creencias u hábitos profesionales, ya que recalca que la objetividad no es imposible en el periodismo moderno, porque la noticia representa acciones humanas en general, el periodismo da a conocer acontecimientos reales. Más aún cuando el periodista depende del sueldo de una empresa, y de él depende su labor en el medio y resulta un poco difícil adaptarse de las líneas o interés editoriales. Se puede recalcar, sobre todo, en los medios de comunicación ligados al tema deportivo, que destacan juicios de valor, muy sobrevalorados o exagerados en un deportista; equipo de fútbol, liga de competencia, etc. Es por ello, que la enorme responsabilidad que recae en el comunicador de informar con responsabilidad social, de no crear falsas expectativas o noticias futuristas sin fuentes informativas idóneas.

Por la cual, la presente investigación, se pretende analizar la percepción que tienen los jóvenes residentes de la Urb. Matellini, Chorrillos 2020 sobre el diario Depor en la sensación de objetividad periodística, donde tiene gran alcance en este sector de la población.

Es claro precisar, que la prensa no tiene que decir a las personas lo que tienen que pensar o tratar de hacer, sino de informar con la veracidad de información y trascendencia, sin tergiversar notas; o tomar hechos noticiosos importantes como irrelevantes.

Respecto a la justificación de estudio, el presente trabajo de investigación tiene como principal fundamento determinar el nivel de Percepción de la objetividad periodística del diario Depor en jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos. La investigación también propone, identificar los elementos que componen la descripción de la objetividad periodística. Desde el punto de vista profesional donde evidencie los hechos en el grupo de estudio, entendiendo el mensaje periodístico del medio tratado.

Para ello, la encuesta aplicada que se construyó en el trabajo de investigación ayudará a determinar la identificación de dichos elementos y arrojará resultados que ayudarán a responder a los problemas generales y específicos de nuestro producto de investigación.

Este trabajo de investigación es importante debido a los hechos que han sucedido últimamente en nuestro país. Como el periodismo deportivo y el deporte en conjunto, viene creciendo de manera sobresaliente, desde la clasificación de Perú al mundial, y el magno evento de los Panamericanos y Parapanamericanos, 2019. No obstante, se debe precisar que algunas notas de prensa escrita pretendan inclinarse, o traten de proyectar alguna opinión subjetiva del tema, en la contribución del valor emoción, por los temas que suscitaron después de esta hazaña deportiva.

Además, la presente investigación aportará mucho en el ámbito de la rama periodística deportiva, pues ampliará los conocimientos en un tema no tan estudiado como es el nivel de percepción de la objetividad y sus elementos que lo conforman. Además, los resultados de la tesis abordada se mantendrán vigentes, para que pueda servir como aporte a futuras investigaciones relacionadas al campo del periodismo de algún tema en específico.

II. MARCO TEÓRICO

En cuanto a los antecedentes que se examinaron, se realizaron en base a la variable de estudio, entre las cuales se hallaron investigaciones nacionales e internacionales.

Rúa (2016). Elaboró la investigación titulada: *“Análisis del diario La Prensa: La objetividad periodística en la cobertura del Estadio Nacional Año 1964”*. El objetivo del este estudio fue indicar que la cobertura periodística en la desgracia del Estadio Nacional por parte del diario La Prensa fue inconclusa, que dejó asuntos por esclarecer, incluso no se alineo a la presentación de Objetividad periodística, donde se destaca el partido amateur entre la selección argentina y el combinado nacional. Es un tipo de estudio, de investigación cualitativa, interpretativa, ya que busca analizar los textos periodísticos de los días 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31 de mayo y 1 de junio de 1964. La conclusión menciona que, como la noticia de esa tragedia fue insuficiente, parcial e incompleta, ya que pudo desarrollarse de una mejor manera al informar como fallecieron más de 300 personas en un hecho tan catastrófico para el deporte nacional. Se debe resaltar que, en esa época, el papel de la prensa escrita tiene mayor fuente de alcance a nivel nacional, ya que en la radio y televisión era consumido por un grupo reducido de personas. Asimismo, se debe resaltar que todo este hecho noticioso, se manifestó a la euforia del publico peruano, al anularles un gol en arco argentino, es claro precisar que los sentimientos y la pasión por el deporte rey, causa en algunas ocasiones hechos sin precedentes.

Gonzáles (2017). En su revista digital *“tribuna periodística”* de la ciudad de Arequipa denominado *“La objetividad en la ciencia y el periodismo”*. Afirma que nuestra forma de conocer, decidir e informar está influenciada por muchos elementos que están en la parte externa de nuestro subconsciente. O incluso por nuestras formas de vivir, sea la cultura, posición económica, nacionalidad, religión, etnia etc. Es así que la objetividad periodística siempre va estar de alguna manera influenciada por diversos temas personales, culturales, o intereses organizacionales, es por ello, que los investigadores y los periodistas, seres humanos hubieran sido hechos a manera de objetos, seríamos totalmente objetivos o perfectos. (p.84-85)

Universidad de Palermo (2016) en su ensayo *“Creación y Producción en diseño de Comunicación”* determina un punto de investigación *“la problemática de la objetividad en los medios de gráficos peruanos”*. Donde manifiesta que en Perú han identificado las formas que comunican los medios y dejan de ser objetivos, donde el rango político influye de manera directa sobre el emisor o comunicador. El colegio de periodistas de Perú y por Javier Restrepo (periodista del diario La República). *“El periodismo empírico como factor de la falta de objetividad, planteado por el colegio de periodistas del Perú, establece que inescrupulosos y faltos de contenido profesional, se hacen pasar por comunicadores, tomando espacios radiales libres, gráficos, etc. Estos ejercen con poco conocimiento periodístico, informan y manipulan la información a costas de un beneficio económico”*. Javier Restrepo (2014, p. 18-22).

El periodista de la república señala, que los bajos salarios o la forma poco profesional de sobrevivir hace que el periodista no actúe de manera objetiva. Asimismo, investigaron de que, el problema de la objetividad periodística durante los procesos electorales 2016, en el Perú existe una dificultad de la objetividad mediática, donde los diarios gráficos presentan hechos a sus intereses políticos y económicos. (p. 94-96)

Almeida (2017). Elaboró su tesis titulada: *“Objetividad periodística en tiempo de elecciones estadounidenses”* un análisis de la cobertura de www.nytimes.com. El objetivo de este estudio fue Analizar la cobertura que el Times, en su versión digital, realizó un análisis sobre el candidato republicano Donald Trump en las elecciones 2016 de Estados Unidos, desde el principio de la objetividad. De esa manera, pretendía corroborar si la subjetividad u objetividad en la cobertura, se alineaba acorde a la ética desplegada del código ético de periodismo. Es un tipo de investigación cuantitativo descriptivo. En su conclusión menciona que el diario “times” intencionalmente apoya a candidatos desde 1860, tanto republicanos como demócratas donde es allí el problema que The New York Times no cubrió con los principios éticos de objetividad: como neutralidad, imparcialidad, equidad etc. En esa misma línea, el público y el presidente electo, lo consideró poco objetivo al diario, debido a que sus notas parcializadas en su columna de opinión, se inclinaba a la candidatura de Clinton, en ese sentido es importante mencionar que los medios

deben ser muy cautos, en manifestar juicios de valor; ya que de manera indirecta o directa se puede interpretar como favorecimiento de un lado político.

Humanes, M., Mellado., Márquez. (2017). En su artículo de investigación "*La presencia del método objetivo en los contenidos noticiosos de la prensa de Chile, México y España*". De la universidad de Guadalajara-México. Detallan acerca del método objetivo de las noticias en los países mencionados. Su método de investigación cuantitativo en noticias publicadas de la prensa mexicana, chilena, y española desde el 2012,2013 hasta el 2015 con operacionalización estándar, en cada país se analizaron los principales diarios de cada país, para la medición de la objetividad. Los principales medios fueron en Chile: El Mercurio, La tercera, Las últimas noticias. En México fueron: La Jornada, Reforma, La prensa. En España: El país, el mundo, la razón. Se debe entender, que en la presente investigación optaron por diarios tanto de izquierda como de derecha, sin incidir o contribuir en algún lado político o económico. Asimismo, concluyen que las estrategias del método objetivo son las citas con un 93 %, la separación de hechos u opiniones en un 84.6 % y la verificación de fuentes o evidencias en 75.7 %. Se debe tener en cuenta que, para los periodistas de América latina prevalece el uso de citas, mientras que los periodistas españoles, su norma de objetividad es, la verificación de evidencias. Por otro lado, se debe precisar que los países que se realizó la investigación, tienen un margen muy diferenciado en atribuir objetividad en sus notas periodísticas, porque los modelos de cultura denotan diferencia.

Oller y Meier (2012). En su artículo de investigación "*La idea de objetividad de los periodistas dentro de la cultura periodística de España y Suiza*". De la Universidad Rey Juan Carlos de España. Es un estudio cuantitativo cualitativo, ya que fue un trabajo desarrollada en base a encuestas e interpretaciones de entrevistas en directo, a los profesionales del rubro, asimismo denotaron la percepción de la objetividad periodística de manera comparativa en ambos países. Su principal objetivo planteado fue, qué entienden los periodistas por objetividad en España y Suiza. Donde se evidenció que en España y Suiza se respeta la cultura periodística occidental de separar la información de notas y la información de opinión. Por otro lado, manifestaron que existe diferencia entre ambos países, ya que en España influye los factores económicos y relaciones públicas en los medios de

comunicación, es decir la sociedad de consumo, la publicidad tiene cierta injerencia respecto al país suizo, donde los periodistas mantienen su filosofía, que el primer posicionamiento de la nota, es que tiene que ser objetiva y mostrar la realidad de los hechos. Asimismo, en España son muy cuidadosos de las fuentes de información, donde resalta sobre el valor de objetividad; ya que para ellos es importantísimo una nota con fuentes y sin vacíos de información periodística. Por su parte los periodistas suizos mantienen sus convicciones individuales de separar información de opinión. Se debe resaltar en esta investigación que la influencia de la nación o sociedad provocan una diferente cultura periodística de presentar objetividad en los resultados.

Para entender la presente investigación, es importante analizar y explicar los conceptos básicos de objetividad periodística. Relevancia según la RAE, (2019). Es una cualidad o condición relevante, de importancia o mayor significación en hechos, la cual se simplifica el término, en manera periodística. Cuál es el concepto, más fundamental en la obtención de nuevos conocimientos, o en la adquisición de nuevos aprendizajes, ya que es la capacidad de lo que se puede analizar o medir. Las preguntas importantes para fijar relevancia son:

¿ para qué sirve?, ¿A quiénes servirán este nuevo conocimiento? ¿Y Cómo ayuda? Estas preguntas como nos señala el autor, la relevancia en la investigación es importantísima más aun en periodismo, ya que cada información debe ser relevante para la audiencia, de gran importancia a mejorar su conocimiento, forma de vida o precaución ante cualquier riesgo. Toda información debe tener un propósito, un beneficio en común, conveniente para el propósito académico, utilidad social etc. Otro dato importante etimológico de relevancia es aquello que destaca importante y comprende del verbo latino “relevare” integrado por “re” que simplifica la fuerza de acción y “levare” donde manifiesta elevar; es decir donde estos dos conceptos dan a conocer la gran fuerza que debe destacar el mensaje en el plano comunicacional en la audiencia percibida.

Veracidad según Sposken (1982). Es uno de los requerimientos éticos fundamentales de nuestra actitud vital. La veracidad es uno de los presupuestos fundamentales de la convivencia humana, pues no se trata sencillamente de la comunicación de hechos objetivos. Mucho depende del modo como se diga la

verdad al individuo. Lo primordial en el valor de la veracidad es cuando debe primar los valores del paciente y la situación del hombre frente a la actitud de ética global de la verdad. La verdad es un valor fundamental, se relaciona con los demás valores y principios, por ejemplo, de una verdad revelada al paciente, puede éste tomar decisiones directas respecto a su tratamiento. La verdad adecúa las acciones hacia el bien, da unidad a los propósitos, a los actos y ordenamiento al ser humano. Los enfermeros como en el rubro de su profesionalidad de servicio, afrontan muchas casualidades a la verdad; tratar de evadirla o negar falta a la honestidad, se pierde la credibilidad en la profesión y se destruye la posibilidad de confianza. (pág.110-149).

Actualidad se define, como un momento presente o un evento que haya sucedido en una anterior ocasión con consecuencias de mucho efecto o validez. Es importante resaltar que el concepto es algo abstracto y subjetivo, ya que todo se rige en el tiempo, mientras transcurren los días, meses del año varía mucha información y sucesos tanto en la parte local de cada país como noticias internacionales. " Determinando aún más el concepto, que actualidad lo podemos asociar en términos periodísticos en "ahora" o hoy" puesto las noticias actuales o que se presentan esporádicamente pueden abarcar varios días en los medios noticiosos, o semanas incluso años de análisis y debate de expertos. (2019, p.19-41).

Porto y Flores (2012). Indican, las plataformas digitales son un derivado de los nuevos medios, en el área de información las cuales producen una división y se comparte en las redes sociales o la socialmente conocida internet. La audiencia utiliza estos medios para transformarse en informadores y constituyen en cierto modo, a la denominación de web 3.0, es decir este medio que facilita el uso de la información compartida, el uso del juicio crítico, y que sea debatida entre pares en internet. Los medios sociales tienen su principal uso, como Facebook y Twitter. En ese sentido existe una nueva forma de narrar los hechos, historia y demás en estas plataformas virtuales y sus formas. (p.141).

Trascendencia según la RAE, (2019). Define a trascendencia como resultado o consecuencia de índole grave o muy importante. Dentro del ámbito filosófico, situaciones que van más allá de los límites naturales. Destacando el concepto de

la RAE, y del concepto filosófico, es la manera de trasponer, sobresalir de un conjunto de cosas o escalar esa barrera fuerte de ganar. Es así que en el término periodístico lo podemos asociar, que la nota informativa debe tener tanta trascendencia que importe en todos los sectores del estado, en lo económico, en lo social, académico etc. Asimismo, conlleva a analizar que este concepto se encuentra más allá de la conciencia al poder divino y de la naturaleza.

Para I. Kant (2019). Manifiesta que es la capacidad de la razón para acceder a un nivel de conocimiento muy superior a los objetivos planteados, es decir que inconscientemente la nota de prensa que se puede presentar, o la investigación realizada de la misma puede denotar hechos de altísimo valor para la sociedad, es por ello que el matiz o la creación literaria que se realice, debe llevar criterios de comprensión y retroalimentación. (p. 71).

La circulación de contenidos nunca estuvo tan optimizada, fue tan precisa y estuvo tan expandida como alineada con los intereses de la audiencia como ahora. La audiencia propaga el contenido hacia donde debe ir. La audiencia recibe el contenido que le interesa sin importar los canales de distribución que un medio de comunicación utilice o quiera fortalecer Alsina, por su parte, indica que el trabajo del periodista debe estar ligado a la comprensión de la audiencia para realizar productos informativos, tomando en cuenta todo lo referente a las características culturales de aquella. (2005, p. 92).

Alcance según la RAE (2019). Define a alcance a la capacidad de alcanzar o superponer una cierta distancia. También lo asocia, a un total de conjunto de audiencia como en radio, tv, internet; etc. De este modo simplificamos el concepto de la siguiente manera. En un escenario donde el 83% de los internautas españoles utilizan alguna red social, el 40% la visita más de una vez al día y el 20% forma parte de al menos tres redes sociales (Fundación Orange, 2011)

Cualquiera puede publicar, o incluso leer un dato y rectificarlo inmediatamente con las múltiples herramientas de participación que ofrecen los nuevos medios. Originalidad Cavero, define al concepto de originalidad desde una perspectiva jurídico, Nuestra Ley sobre Derecho de Autor, el Decreto Legislativo 822, no ha incorporado a nivel normativo una definición de originalidad. “La creatividad es el

impulso que lleva al autor a formar su personalidad”. Se puede indicar que, en esencia, son las creaciones intelectuales o culturales a fin de ser protegidas por el derecho de autor y la importancia en su creación. (2015, p.19-31).

Precisión según José Luis Dader. Los profesionales del periodismo tratan de ocupar información clasificada en los que sus cimientos son recolectar datos relacionarlos e interpretarlos mediante datos científicos o socio estadísticos. Este modelo periodístico resalta la revisión metodológica y técnica para emplear cualquier tipo de información resaltante y con relevancia noticiosa. “Se puede mencionar que los profesionales, los cuales realizan periodismo de investigación y los que efectúan periodismo científico analizan los escritos estadísticos y sociales para emprender la noticia a magnitud relevante. Procura que el periodista maneje las técnicas estadísticas y científicas de los sociólogos para describir con rigor numérico la realidad social”. Por tanto, estos hechos informativos se deben analizar de manera sistemática o métodos experimentales de investigación científica sobre cualquier tema o importancia social. (2002, p. 38-51)

Exactitud. J. Desantes. Nos explica detalladamente el término de exactitud en manera periodística, y nos manifiesta, es la medición de un valor verdadero y la precisión divina de información. Como indica “no hay comunicación sin comunidad y no hay comunidad sin comunicación”. Son necesarios los dos elementos para que la labor del profesional tenga sentido, pero el ejercicio de su profesión deberá estar basada en la objetividad, pues como dice este autor “la objetividad y exactitud es la base de la decisión acertada” (2002: p.100). Presentar exactitud en la información es el método para llegar a la verdad, que es un bien supremo. Por ello se debe presentar exactitud en los hechos con veracidad sin ocultar la realidad. La información real es el método para llegar a la verdad, que es un bien supremo.

El concepto equidad, tiene proveniencia del idioma latín *aequitas*, que significa “igual”, en función a la manera de igualdad de cosas o géneros. Así, Dworkin (1981) plantea que la equidad es una idea política popular, pero misteriosa. Las personas pueden ser iguales en un sentido, pero no en otro, sin que esto implique que la equidad sea un concepto inútil. Lo relevante es analizar bajo qué forma la misma será contemplada. Es por ello que equidad manifiesta igualdad en ciertas cosas o atributos, pero que no resalta la valoración superior en alguno de ellos. Es decir

que el medio de comunicación brinde información igualitaria para toda su audiencia, sin discriminación, sin valoración subjetiva o predominación económica, ya que es importante la equidad de condiciones. A esto se podría definir como que, todos somos iguales, todos parten con las mismas condiciones, todos tendrán el mismo tiempo o la capacidad para cumplir con los requerimientos brindados

Transparencia según Albert Shanker Institute (2009), el concepto de transparencia aparece en la literatura de la antigua Grecia y en las primeras etapas de desarrollo del imperio chino, donde aplica el principal significado Estado Democrático. Es decir, establecen leyes plasmadas en un documento para que se encuentre en libre acceso de todos sus habitantes, por la cual generaría confianza y transparencia, lo cual daría mayor seguridad en la vida cotidiana. Por otro lado Bertot, Jaeger y Grimes (2010) manifiestan que el concepto de transparencia es un elemento para poder elaborar democracia en cualquier país o nación y que estos requerimientos son posibles para la labor de participación ciudadana en el contexto social, se podría indicar que nuestro país como un estado democrático es importante la transparencia de información en todos sus ámbitos periodísticos.

Casualidad, Rothman y Greenland (2005), manifiestan que se determina a casualidad o causa al suceso de una enfermedad en específica como un evento sin antecedentes, sin condiciones o características necesarias para la ocurrencia del hecho, u otro aspecto que aparezca de manera eventual. En otras palabras, una causa de un evento de enfermedad es un evento, la condición o la característica que precedían al evento y no se sabría la fecha que ocurriría. Asimismo, la casualidad también parte de la naturaleza donde hay causa efecto, esto se puede asociar al periodismo que hay momentos que suceden de manera natural, de manera casual donde el periodista debe redactar a forma casual del evento sin alterar los hechos.

Idoneidad Daniel Calmels. Según Joan Corominas define el concepto de "idóneo", derivado del latín *idonēus*, como manifestación adecuada de los hechos u garantías adecuadas (María Moliner agrega a la definición «apto». Se podría interpretar a las personas adecuadas que ocupan algún cargo, o las funciones que se desempeñan son los apropiados a desarrollarlos. La persona Idónea se caracteriza por poseer

una experiencia suficiente en su función y constante en una práctica determinada. Si bien el Idóneo debe contar con una formación profesional sea técnica o universitaria lo que resalta en el reconocimiento de la profesión es la práctica profesional, o el desarrollo científico, ya que son instrumentos pilares para el ejercicio determinado de la profesión. (2008, p.19-25).

Congruencia Fanny Verano. Define a la congruencia como una sensación de coherencia, de veracidad, de honestidad, de sinceridad, que nace de nuestra fuerza interior, cuando todas nuestras partes internas están direccionadas hacia un mismo objetivo, un mismo fin, es decir, todos nuestros interiores están de alguna manera de acuerdo en colaborar y trabajar en conjunto a nuestro favor, situación que casi nunca es fácil conseguir, ya que todos estamos compuestos de diferentes maneras, y en ocasiones no deseamos lo mismo. La congruencia es ese estado donde se encuentran todos los estados de manifestaciones sensatas y no caen en discordia, no se hieren ni se contradicen, al contrario; se equilibran y nivelan como compensado una a la otra, como ayudando la una a la otra hasta ser la persona que se es, y muestre la realidad de los hechos periodísticas sin alterar el orden de la información o beneficiar a alguno. (2011, p. 69-77).

Neutralidad según la RAE define a la neutralidad como cualidad o actitud neutral de los hechos, es decir son cualidades que uno presenta en el ámbito periodístico con carácter justo y de manera natural, en la actitud se puede determinar a las valoraciones subjetivas que uno determina en alguna noticia o comentario. Al respecto, Quintanilla (1978). Menciona que la neutralidad se puede ver desde varias perspectivas, entre ellas la moral, el hombre tiene la responsabilidad de informar con carácter científico y humanista, donde los efectos posibles pueden tener un doble sentido en el contexto social, lo cual podríamos estar oprimiendo a la humanidad o apoyando algún hecho noticioso.

Teorías Relacionadas al tema, tomamos en cuenta a la Teoría de Usos y Gratificaciones Según E. Katz, J.G Blumler y M. Gurevitch (1968). E, Katz: Manifiesta “no importa cuán grande y poderoso sea el medio, este no podrá ejercer ningún tipo de influencia sobre un individuo al que la información o el impacto creado por dicho medio no le haya resultado útil dentro del contexto social y

psicológico en el que este se desenvuelva”. (1968, p.75) La teoría básicamente nos explica como las personas son asiduos consumidores de los medios de comunicación, o a la fecha de hoy, de las plataformas virtuales, y realiza una pregunta asertiva el efecto de los medios de prensa en ellos. Donde posiciona evidentemente que el ser humano es el total responsable en elegir el contenido para satisfacer su necesidad o deseo y de alguna manera gratificar su vida humana.

Características:

- En el proceso de comunicación con el público vincula necesidades y gratificaciones.
- Los medios compiten unas a otras para la obtención de público
- El público analiza si los medios satisfacen sus necesidades.

Teoría de Schramm. Indica el mensaje es recibido por muchos receptores que decodificaran la noticia y la interpretarán a su manera, además la comentarán, lo cual desarrollaran con su grupo social. Es importante resaltar que, reconoce los efectos de la comunicación son el resultado de varias fuerzas de las cuales el comunicador sólo puede controlar una: dar forma a su mensaje y decidir cuándo y dónde transmitirlo. (1954, p.81-89)

De todas formas, Schramm reconoce que los efectos de la comunicación son el resultado de varias fuerzas de las cuales el comunicador sólo puede controlar una: dar forma a su mensaje y decidir cuándo y dónde transmitirlo.

Asimismo, este modelo es reconocido como el «Modelo de la tuba de Schramm» el cuál se centra en los procesos de comunicación colectiva.

Respecto a la formulación del Problema, tomamos como problema General a ¿Cuál es el nivel de percepción de la objetividad periodística del diario Dépor, en los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini? y en problemas Específicos ¿Cuál es el nivel de factualidad en el diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años en la Urb. Matellini, Chorrillos, 2020?, ¿Cuál es el nivel de imparcialidad en el diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años en la Urb. Matellini, Chorrillos, 2020?

Esta investigación buscar dar a conocer la percepción de la objetividad periodística en los jóvenes de 18 a 30 años para determinar la opinión pública y conocer cabalmente sus respuestas.

La tesis busca a dar a conocer, si los jóvenes logran percibir la percepción de la objetividad periodística. Basándonos en encuestas que permitan ver su grado de percepción. Se busca señalar que los jóvenes se basan en información que ellos saben del tema de deporte sin saber del ámbito periodístico.

La tesis busca aportar con datos nuevos del grado de percepción de la objetividad periodística existe en los jóvenes de 18 a 30 años. Eso permitirá explicar que los periodistas informativos de deporte, pueden informar de manera adecuada la información recibida, y no de aspecto coloquial ante sus espectadores. Objetivos ¿La información del diario Depor tiene objetividad periodística en los jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2020?, ¿Existe imparcialidad en el diario Depor, desde la percepción de la objetividad periodística en jóvenes de 18 a 30 años en la Urb. Matellini, Chorrillos, ¿2020?

Y el objetivo general describir la percepción de la objetividad periodística del diario Depor en jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2020. Asimismo, determinar la factualidad informativa del diario Depor en los jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2020 y determinar la imparcialidad en el diario Depor en los jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2020.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación es básica, debido a que por medio de la recolección de datos consistirá en ampliar y profundizar el conocimiento mismo. Según Calderón, J. “Busca el descubrimiento de leyes o principios básicos que constituyen el punto de apoyo en la solución de alternativas sociales”. (p. 78)

El diseño de la investigación será el No experimental, ya que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. Se estudian los fenómenos tal y como se presentan los hechos. Según (Hernández, Fernández; Baptista, 2010)

El enfoque es cuantitativo, ya que se usará la recolección de datos para demostrarlos, en base a la medición numérica y el análisis estadístico. Según Macbeth, G. menciona: “[...] acentúan la medición y el análisis de las relaciones entre variables, con el propósito de construir modelos explicativos que permitan conocer las causas de los fenómenos [...]” (p. 124).

El nivel de esta investigación será descriptivo simple, puesto que maneja una sola variable de estudio.

3.2 Variables y operacionalización

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE - CUANTITATIVO

TÍTULO DE LA TESIS:	Percepción de la objetividad periodística del diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años en la Urb. Matellini, Chorrillos, 2020
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Procesos Comunicacionales en la sociedad Contemporánea
AUTOR(ES):	Córdova Carrasco, Keswuin; Arias Cordero , Luis

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	Indicadores	Metodología
Percepción de la objetividad periodística	Guardiola (2014), sostiene que la percepción ayuda a conocer datos respecto a cómo los perceptores observan el mundo que los rodea. Y puede ser entendida como “un proceso activo-constructivo en el que el perceptor, antes de procesar la nueva información y con los datos archivados en su conciencia.	La forma en como el público percibe la información depende de su estado de conciencia en la información y datos de el mismo para deducir la objetividad periodística influido en la producción de noticia, sus valores y creencias u otra circunstancia que incide en la forma de comprender la información.	Factualidad Según la RAE (2020), define a factual como hechos presentes desconocidos o por conocerse. Asimismo, Calzadilla (2020). Manifiesta que el mensaje factual privilegia el significado y sucesos desde la proximidad de la fuente; donde el comunicador o periodista da un sentido tácito a la realidad del mensaje periodístico.	Relevancia: Es la importancia de la investigación que se aporta para la obtención de nuevos conocimiento y capacidad de expresar lo que se pretende medir. (Nicolas Troncoso Sinn 2018)	Enfoque: -Cuantitativo Diseño de investigación: -No experimental Tipo de investigación: -Básica Nivel de investigación: -Descriptivo simple Alcance temporal: -Transversal Escala de medición: -Likert
				Veracidad: La difusión de información veraz por parte de los medios de prensa mostrando la realidad, en aplicación del derecho a la libertad de información. (Mónica Gutiérrez Gómez 2007)	
				Actualidad: Momento presente de información o evento anterior con validez periodística	
				Trascendencia: Resultado periodístico de la consecuencia, o importancia en sectores específicos (Heidegger, 2001: 136)	

	<p>Martín, Katrin (2015) la objetividad se constituye como un método periodístico, pasa a ser el concepto que en su trabajo cotidiano ofrece a los periodistas seguridad y capacidad de trabajo. el periodista está influido por una serie de factores en la producción de noticias; sus valores y creencias, sus hábitos profesionales, la propia educación y otras circunstancias que inciden en el modo de informar.</p>		<p>Imparcialidad Westerståh (1983). Cataloga a los criterios de objetividad periodística, a su principal componente como imparcialidad hacia las personas o acontecimientos sobre los que se informa, en la que manifiesta como principal característica equidad y presentación neutral de los hechos, contenidos objetivables para el análisis de contenidos.</p>	<p>Alcance: Gran capacidad de difundir el hecho noticioso en cualquier medio comunicacional (Castells, 2009:33)</p>	
				<p>Exactitud: Presentar el hecho lo más exacto posible, con el valor verdadero. AZURMENDI A. (1997: p. 127)</p>	
				<p>Equidad: Igualdad a los atributos periodísticos que se tratan. (Duarte & García-Horta, 2016)</p>	

				<p>Transparencia: Transparencia de información para generar confianza y seguridad en sus lectores. (Duarte & García-Horta, 2016)</p>	
				<p>Casualidad: Hechos que ocurren con un evento antecedente o aparece de manera eventual (Bunge 2006)</p>	
				<p>Idoneidad: Profesionales idóneos para la función encomendada</p>	
				<p>Presentación neutral: Presentar hechos sin alterar la credibilidad periodística</p>	
				<p>Congruencia: La información periodística está direccionada hacia un mismo camino</p>	

Fuente: Elaboración propia

3.3 Población, muestra y muestreo

Población y Muestra

Población

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. (p.253). Considerando en cuenta lo citado, comprenderá los criterios de inclusión a jóvenes adultos entre 18 a 32 años de la Urb. Matellini, Chorrillos de nivel socioeconómico B y C. Estas personas gustan del deporte y la lectura, son activos y dinámicos y siendo de los sectores con mayor demanda por diarios deportivos de Lima.

- Criterios de inclusión: Lectores (varones) que compran continuamente el diario depor, rango de edad entre 18 a 30 años.
- Criterios de exclusión: Personas que no compran usualmente el diario, o personas con poco hábito de lectura y desinterés en temas de periodismo deportivo.

Muestra, según Bernal (2010). Indica que constituye la parte seleccionada de la población. A partir de la misma se necesita información para la investigación y la medición de las variables a partir de su observación. Por lo tanto, la muestra se representa por los elementos que la componen y son tomados al azar, muestreo aleatorio simple (pp. 161-162).

El muestreo aleatorio simple refiere a cada uno de los sujetos de una población teniendo la misma posibilidad de ser elegido y es estratificado cuando los elementos de la muestra son equitativos a su presencia en la población. La presencia de un elemento en un estado excluye su presencia en otro (p.163). El tamaño de muestra empleada fue de 35 personas, (ver anexo), y la formula que se utilizó para determinar el calculo fue:

Para hallar la población se utilizó la siguiente fórmula:

Considerando el universo infinito desconocido

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza

p= porcentaje de la población con atributo deseado

q= porcentaje de la población con atributo no deseado

e= error de estimación máximo aceptado

Aplicando la fórmula para determinar la muestra, la cantidad de personas a encuestar para la presente investigación fue un total de 35 jóvenes entre 18 a 32 años, solo se tomará como objeto de estudio de la Urb. Matellini, Chorrillos.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La investigación realizada es de enfoque cuantitativo, para lo cual se usó la técnica de la encuesta y como instrumento de recopilación de datos: el cuestionario, de escala tipo Likert. El cuestionario contó con 19 ítems y las opciones de respuesta fueron 5.

Validación

La validación del instrumento se da a través del contenido y determinado a partir de la evaluación por expertos en la materia, quienes revisaron y dieron sus observaciones. Para su comprobación se utilizó el método del coeficiente de validación de V de Aiken, siendo el promedio total de 91%, quedando válido el instrumento de recolección de datos por tres expertos de la materia.

Coeficiente de validación de V de Aiken

Experto 1: Pérez Terrones, José Maestro en periodismo (2011). De la universidad San Martín de Porres, asimismo Licenciado en Ciencias de la Comunicación (1987). En la Universidad San Martín de Porres

Magister en Educación (2017) en la Universidad Privada César Vallejo, asimismo Licenciado en Ciencias de la Comunicación (2016) en la Universidad de San Martín de Porres.

Experto 2: Ávila Rojas, María Inés

Magister en Comunicación y Marketing (2017) en la Universidad San Martín de Porres y bachiller en Turismo y Hotelería. Asimismo, docente de la Universidad César Vallejo.

Experto 3: Moreno López, Wilder Emilio

Magister en Comunicación Social (2012) en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, asimismo Licenciado en Ciencias de la Comunicación (1995) en la Universidad de San Martín de Porres.

Por otro lado, para determinar la confiabilidad del instrumento, se aplicó una prueba piloto con 10 personas (residentes) de la Urb. Matellini, Chorrillos, cuyo nivel obtenido fue muy confiable con un valor alfa de 0.735 %

3.5 Procedimientos

Obteniendo la validación de los expertos en la materia, se procedió a crear la estructura del cuestionario mediante formulario Google, incluyendo la descripción corta del trabajo, posteriormente se realizó la encuesta. Dada la coyuntura actual, el instrumento fue aplicado de manera virtual, el enlace fue compartido de manera online y seleccionado al grupo de estudio.

El análisis se realizó utilizando el paquete estadístico de SPSS for Windows Versión22. (ver anexo)

3.6 Métodos de análisis de datos

Se empleó la estadística descriptiva para la elaboración de tablas y gráficos sistematización, descripción y análisis de la información, encuesta nominal entendiendo la coyuntura del país a causa del nuevo coronavirus. La cual se realizó en el programa SPSS.

3.7 Aspectos éticos

Esta investigación se ha realizado en base a las Normas APA actuales, establecidas por la universidad. Además, ha respetado la autoría de cada una de sus fuentes como; la responsabilidad social, política, jurídica, y ética a la privacidad. Además, fue ingresado al programa turnitin para medir el porcentaje de similitud o plagio, obteniendo como resultado menor a 25%, lo cual es, el límite solicitado por las autoridades educativas correspondientes. (ver anexo).

IV. RESULTADOS

La encuesta aplicada permitió obtener información que responde a los objetivos planteados en la presente investigación.

En relación al objetivo general denominado: Describir la percepción de la objetividad periodística del diario depor en jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2019. Se obtuvieron los siguientes resultados.

Percepción de la objetividad periodística		Factualidad	Imparcialidad	TOTAL
		%	%	%
MUY BAJA	NUNCA	1%	0%	1%
BAJA	CASI NUNCA	4%	0%	2%
MEDIA	A VECES	26%	9%	18%
ALTA	CASI SIEMPRE	45%	26%	37%
MUY ALTA	SIEMPRE	24%	64%	42%

Fuente: Elaboración propia

Sobre el nivel de percepción de objetividad periodística del diario depor, el 42 % manifestó que siempre percibe hechos noticiosos de manera objetiva, un 37 % casi siempre, un 18 % a veces, y un 2 % a veces, y un 1 % nunca.

Sobre el nivel de factualidad, se evidencia un 45 % casi siempre percibe hechos factuales, un 26 % a veces, un 4 % casi nunca y un 1% nunca.

En relación al primer objetivo específico: Determinar el nivel de factualidad informativa del diario Depor en los jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2020.

Factualidad		Relevancia		Veracidad	Actualidad		Trascendencia	Alcance	Exactitud			Total
		P1	P2		P3	P4			P5	P6	P7	
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Muy baja	Nunca	0	0	0	0	0	0	14.3	0	0	0	1.1
Baja	Casi Nunca	0	0	0	0	0	8.6	8.6	14.3	5.7	0	4
Media	A Veces	31.4	71.4	20	0	20	20	28.6	20	40	11.4	26
Alta	Casi Siempre	34.3	28.6	77.1	37.1	54.3	71.4	48.6	57.1	22.9	17.1	45
Muy alta	Siempre	34.3	0	2.9	62.9	27.5	0	0	8.6	31.4	71.4	24

Fuente: Elaboración propia

Del indicador: relevante

Los resultados del ítem N°1: La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 34,3% siempre percibe hechos noticiosos de manera relevante en el periódico Depor. Mientras que un 34,3% percibe casi siempre y el 31,4% lo percibe a veces.

Del indicador: factual

Los resultados del ítem N°2: La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 27,8% casi siempre percibe contenidos factuales en el diario Depor y el 69,4% lo percibe a veces.

Del indicador: veracidad

Los resultados del ítem N°3: La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 2,8% siempre percibe veracidad en la información periodística en el diario Depor. Mientras que un 75% lo percibe casi siempre y el 19,4% a veces lo percibe.

Del indicador: actualidad

Los resultados del ítem N°4: La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 61,1% siempre percibe contenido actual en la información periodística en el diario Depor. Mientras que un 36,1% casi siempre lo percibe.

Del indicador: actualidad

Los resultados del ítem N°5: La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 25% siempre percibe información de su interés en el diario Dépor. Mientras que un 52,8% lo percibe casi siempre y el 19,4% a veces lo percibe.

Del indicador: trascendental

Los resultados del ítem N°6: La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 69,4% siempre perciben noticias trascendentales en el diario Dépor. Mientras que un 19,4% lo percibe casi siempre y el 8,3% casi nunca lo percibe.

Del indicador: alcance

Los resultados del ítem N°7: La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 34,3% casi siempre perciben que el alcance de información sea significativo en el diario Dépor. Mientras que un 28,7% lo percibe a veces, el 8,3% percibe casi nunca una información significativa y el 13,9% nunca lo percibe.

Del indicador: exactitud

Los resultados del ítem N°8: La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 8.3% siempre percibe notas exactas sobre su información Dépor. Mientras que un 55.6% lo percibe casi siempre, el 19,4% lo percibe a veces y el 13.9% casi nunca lo percibe.

Del indicador: sencillez

Los resultados del ítem N°9: La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 30,6% siempre percibe sencillez en la información en el diario Dépor. Mientras que un 22,2% lo percibe casi siempre, el 38,9% lo percibe a veces y el 5,6% casi nunca lo percibe.

Del indicador: precisión

Los resultados del ítem N°10 La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 69,4% siempre percibe precisión periodística en las notas del diario Dépor. Mientras que un 16,7% lo percibe casi siempre y el 11,1% a veces lo percibe.

Sobre el nivel de Imparcialidad, se corrobora que un 64% siempre percibe hechos imparciales, un 26% casi siempre, un 9% a veces, un 0 % en nunca y casi nunca.

En relación al segundo objetivo específico: determinar el nivel de imparcialidad en el diario Depor en los jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2020. Se obtuvieron los siguientes resultados.

Imparcialidad		Equidad		Casualidad	Idoneidad	Presentación	Neutral	congruencia	Total		
		P1	P2							P3	P4
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Muy Baja	Nunca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Baja	Casi Nunca	0	0	8.3	0	0	0	0	0	0	1
Media	A Veces	14.3	11.4	11.4	0	8.6	0	11.4	14.3	8.6	9
Alta	Casi Siempre	20	34.3	40	8.6	34.3	17.1	37.1	28.6	17.1	26
Muy alta	Siempre	65.7	54.3	40	91.4	57.1	82.9	51.4	57.1	74.3	64

Fuente: Elaboración propia

Del indicador: Imparcialidad

Respecto al ítem 11. La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 63,9% siempre percibe imparcialidad informativa en las portadas del diario Dépor. Mientras que un 19,4% lo percibe casi siempre y el 13,9% a veces lo percibe.

Del indicador: equidad

Respecto al ítem 12. La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 52,8% siempre percibe que el tema es tratado en equidad en el diario Depor. Mientras que un 33,3% lo percibe casi siempre y el 11,1% a veces lo percibe.

Del indicador: transparencia

Respecto al ítem 13. La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 38,9% siempre percibe transparencia en las notas periodísticas del diario Depor. Mientras que un 38,9% lo percibe casi siempre, el 11,1% lo percibe a veces y el 8,3% casi nunca lo percibe.

Del indicador: Transparencia

Respecto al ítem 14. La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 88,9% percibe que nunca se repiten los mismos informas periodísticos en el diario Depor. Mientras que un 8,3% percibe que casi nunca se repiten los mismos informes periodísticos.

Del indicador: Casualidad

Respecto al ítem 15. La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 55,6% siempre percibe que el diario Depor contribuye en la valoración de algún comentario. Mientras que un 33,3% lo percibe casi siempre y el 8,3% a veces lo percibe.

Del indicador: idoneidad

Respecto al ítem 16. La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 80,6% siempre percibe que el diario Depor redacta de manera idónea sus notas periodísticas. Mientras que un 16,7% lo percibe casi siempre.

Del indicador: Idoneidad

Respecto al ítem 17. La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 75% percibe que el diario Depor nunca informa hechos de manera coloquial. Mientras que un 11,1% percibe que casi nunca los hechos informativos sea presentados de forma coloquial y el 11,1% indica que a veces se presentan los hechos informativos de manera coloquial.

Del indicador: Presentación neutral

Respecto al ítem 18. La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 55,6% siempre percibe que el diario Dépor presenta sus temas de manera neutral. Mientras que un 28,7% lo percibe casi siempre y el 13,9% a veces lo percibe.

Del indicador: Congruencia

Respecto al ítem 19. La encuesta aplicada a los jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, señala que el 72,2% siempre percibe congruencia en los temas de la semana del diario Dépor. Mientras que un 16,7% lo percibe casi siempre y el 8,3% a veces lo percibe.

V. Discusiones

El primer punto a considerar, en nuestro problema general de investigación: “Describir la percepción de la objetividad periodística del diario Depor en jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2020.”. Se ha obtenido resultados significativamente altos en los componentes de cada una de las dimensiones del presente trabajo. El público ha reconocido en gran medida que percibe objetividad periodística, con un 42 % en siempre y un 37% en casi siempre. Si bien es cierto medir o dar un valor numérico a la objetividad periodística es poco sencillo, debido a que existen pocas o nulas investigaciones, respecto a este concepto periodístico, y ello podría permitir a la creación de nuevas teorías o formatos de medición de la objetividad periodística desde el tratamiento de la noticia. Rúa (2016). Muestra una posición muy marcada en el análisis del diario la prensa, donde esos hechos suscitados en 1964, dejó información casi incompleta o información poco clara, ya que la noticia pudo desarrollarse de mejor manera, es importante resaltar, que las eventualidades que suceden, en algunas ocasiones no son objetivas o veraces, ya que por tener la primicia de la noticia dejan asuntos sin esclarecer, o no hay una previa confirmación de los detalles sucedidos. Se debe señalar también Humanes, M., Mellado., Márquez. (2017). En su artículo de investigación *"La presencia del método objetivo en los contenidos noticiosos de la prensa de Chile, México y España"*. De la universidad de Guadalajara-México. Donde destacan como en América latina prevalece el uso de citas, mientras que, en España su norma para alcanzar o medir objetividad es, la verificación de evidencias, que demuestren la verdad de los hechos. Cabe destacar una conclusión general en 93 % en la separación de hechos u opiniones, un 84.6 % en verificación de fuentes, y un 75.7% el uso de citas. Es por ello que para medir o argumentar que algún medio, es plenamente objetivo resulta un poco difícil en el argot periodístico.

Sobre el problema específico “Determinar el nivel de factualidad informativa del diario Depor en los jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2020”, la investigación ha permitido establecer que el público encuestado recuerda notoriamente los elementos que conforman esta primera dimensión, un 45% casi siempre, un 26% a veces percibe hechos factuales. Se destaca así a nuestra teoría planteada, la teoría de Schramm (1954). Donde indica que los receptores

decodificarán la noticia y la interpretarán a su manera, las cuales generarán comentarios, y desarrollo en su grupo social. Se destaca así en esta dimensión que nuestro grupo de estudio percibe contenido actual y trascendental para su interés común o social, teniendo en cuenta que, en el mundo deportivo, sobre todo, las noticias de deporte generan rápidamente efecto rebote o compartición rápida del hecho, más aún que la muestra analizada en un nivel socioeconómico B.

Apoyando así a la posición de Gonzáles (2017). En su revista digital “tribuna periodística”. Donde afirma que, nuestra forma de conocer o informar de alguna manera va estar influenciado por muchos elementos que están en la parte externa de nuestro subconsciente. Manifestando así que la objetividad periodística puede repercutir en el comunicador o periodista en el momento de informar los hechos por algún tema de cultura, interés personal, religión, organizacional etc. Reafirmando nuestra postura, que medir la variable objetividad va seguir siendo un desafío en el campo de las comunicaciones.

Por otro lado, en el último problema específico de la investigación, en determinar el nivel de imparcialidad en el diario Depor en los jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2020. Destacan al nivel evaluado con un 64%, donde perciben hechos de manera imparcial. Resaltando en gran modo a la investigación extranjera realizada en el Perú. Universidad de Palermo (2016). En su ensayo “creación y producción en diseño de comunicación”. Determina que existe una problemática, en el análisis objetivo de los diarios, donde en algunas ocasiones dejan de ser objetivos por intereses políticos y buscan quizás influir en el receptor, destacando el favorecimiento de algunos candidatos en la campaña política 2016. Es por ello, que nuestra dimensión de estudio arroja un nivel de imparcialidad, una media no tan alta, ya que en la mayoría de medios de alguna u otra manera podrían primar intereses comerciales, organizacionales, etc.

VI. Conclusiones

El objetivo general fue “identificar el nivel de percepción de la objetividad periodística del diario Dépor, en los jóvenes de 18 a 30 años en la Urb. Matellini, Chorrillos, 2020.” La presente investigación permitió establecer el alto nivel de percepción, en cada uno de sus elementos utilizados; con un total de 42% siempre perciben hechos noticiosos de manera objetiva. Un 37% casi siempre, un 18 % a veces; siendo casi nunca un 2% y nunca un 1%. Manifestando así un porcentaje mayor a la medición de objetividad periodística de las notas del diario Dépor, y respondiendo a las teorías planteadas, de usos y gratificaciones y la teoría de Schramm.

Sobre el objetivo específico “identificar el nivel de factualidad del diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años en la Urb. Matellini, Chorrillos,2020”. Se ha evidenciado que el público encuestado identifica los elementos de esta primera dimensión, observando un valor significativo de 45 % que siempre percibe la información de esta variable y con 26 % casi siempre la identifica y un 9% a veces. Asimismo, resaltamos el concepto trascendental de la información en un 69.4% y 19.4% con atributos de siempre y casi siempre. De este modo se comprende que el contenido del diario es sumamente factual e importante en el rubro periodístico deportivo.

Sobre el objetivo específico "identificar el nivel de imparcialidad en el diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años en la Urb. Matellini, Chorrillos,2020. Se ha evidenciado que el público reconoce a los elementos de esta segunda dimensión, observando un valor significativo de 64 % que siempre percibe la información de esta variable y con 26 % casi siempre la identifica y un 9% a veces. Resaltando a imparcialidad sobre la otra dimensión de estudio. Cabe destacar que un 80.6% indica que siempre redacta de manera idónea los hechos noticiosos, mientras que un 16.7% casi siempre. De este modo se comprende que las notas redactadas son realizadas por profesionales con experiencia en la materia.

VII. Recomendaciones

Se recomienda al Vicerrectorado de Investigación, la implementación continua de actividades que fomenten la investigación y el análisis de datos por parte de los estudiantes, de tal modo que sigan promoviendo una investigación de calidad con un aporte significativo para la sociedad, asimismo de la carrera Ciencias de la Comunicación.

Por otro lado, se recomienda a la Universidad César Vallejo extender el campo de investigación en relación a la variable: percepción de la objetividad periodística; por ser parte de un conocimiento primordial en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, aún más aquellos que deseen especializarse en el área de Periodismo, donde es de gran importancia la imparcialidad y la verdad de los hechos, desde un punto de vista objetivo.

Se recomienda a los estudiantes contar con muy buena disposición en la realización de su informe de investigación, ya que es imprescindible realizar el trabajo con un alto valor de honestidad, para la contribución del conocimiento. Asimismo, la presente investigación puede ser utilizada como referencia para el análisis de diferentes conceptos del rubro periodístico, en cualquier diario del país. De esta manera surgirán investigaciones comparativas, descriptivas, analíticas, etc. Las cuales propondrán semejanzas y diferencias respecto al tratamiento de la información de los diferentes medios de prensa escrita

Bibliografías

Katz, E., & Blumler, J. G. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, Calif.: Sage.

Concepto definiciones, Redacción. (Última edición: 23 de julio del 2019). Definición de Objetividad. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/objetividad/>. Consultado el 4 de mayo del 2020

Barrenechea, M, (2019, 07 de junio): ¿Cómo influye el fútbol en el ánimo del Perú?: Recuperado de: <https://rpp.pe/peru/actualidad/copa-america-2019-como-influye-este-torneo-de-futbol-en-el-animo-del-peru-seleccion-peruana-brasil-2019-noticia-1201411>

Rúa, E (2016) *Análisis del diario La Prensa: La objetividad periodística en la cobertura de la tragedia del Estadio Nacional Año 1964* [Tesis de Licenciatura, UNMSM]. Repositorio Institucional. <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/>

Gonzales, F. (2017), Artículo en la Revista Digital "Tribuna Periodística" de Arequipa, "La Objetividad en la Ciencia y el Periodismo", 17(3) 13-19.

Universidad de Palermo, (2017). "Creación y Producción en Diseño y Comunicación". *La problemática de la objetividad en los medios gráficos peruanos Universidad de Buenos Aires, Argentina*, 13(4), 45-60.

González Gorosarri, M. (2017). Objetividad no es neutralidad: la norma objetiva como método periodístico. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 23(2), 829-846. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58018>

CACUA PRADA, Antonio. *Ética y Responsabilidad reflexiones para periodistas*. Bogotá: Organización de Asociaciones de Periodistas Iberoamericanos, 2000.

CAMINOS MARCET, José María: "Periodismo de filtración, periodismo de investigación", en: *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, nro. 2, mayo de 1997, < www.ehu.es/zer/ > Consulta: 23 de agosto de 2010

RODRÍGUEZ, P. (1994). *Periodismo de investigación: "técnicas y estrategias del periodismo"*. Barcelona: Paidós Papeles de Comunicaciones, 1(7) 1-17

Espinoza, A. (2012). *"La cultura digital en el periodismo impreso": El caso del diario El Comercio* (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, 2(14) 1-9

García, V y Gutiérrez, L (2011). *Manual de géneros periodísticos: "Objetividad en la prensa escrita"*. Universidad de La Sabana, Bogotá Colombia. 2(10) 71-89

Marrero, L. (2008). *"El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual"* Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido. *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 63.

- Pulido, E. (2008). Sobre neutralidad de las Ciencias Sociales. *Revista Universidad de Zulia, Venezuela*, 4(19),71-80.
- Verano, F. (2011). La congruencia. *Revista Reeditor de Colombia*. Recuperado de <https://www.reeditor.com/columna/2054/24/psicologia/la/congruencia>
- Medranda N. (1985). “*Calidad y transparencia en la información y comunicación que se emite a través de la paginas webs de los municipios: Comparación de caso Ecuador y España*”. Memoria para obtener el grado de Doctor en Comunicación digital, Escuela de ciencias de la comunicación, Universidad de Barcelona
- Oller y Meier (2012), Artículo de investigación. “*La idea de objetividad de los periodistas dentro de la cultura periodística de España y Suiza*”. Universidad Rey Juan Carlos, España.
- Nixon, Raymond (1967). *Opinión pública y periodismo*. Quito: CIESPAL.
- Ortega Félix y Huamán, M (2000). *Algo más que periodistas*. Sociología de una profesión. Barcelona: Editorial Ariel.
- Almeida, M (2017). “*Objetividad periodística en tiempo de elecciones estadounidenses: un análisis de la cobertura de www.nytimes.com*”. [Tesis de Licenciatura, Universidad San Francisco de Quito].
<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/6545/1/131254.pdf>
- Vignolo Magnolo, Alfredo (2003). *Ética periodística*. Lima: Edición del autor
- ZUAZO NATHES, Alberto (1997). *La ética en el periodismo*. La Paz: Editorial El Sol.
- Formichella, M. (2011). “*Análisis del concepto de equidad educativa a la luz del enfoque de las capacidades de Amarta Sen Educación*”. *Revista educación de la Universidad de Costa*. Vol.35(1), 1-36
- Ruiz, García, Mesa. (2010). “*Error, incertidumbre, precisión y exactitud, términos asociados a la calidad especial del dato geográfico*”. *Revista Cicum*. Universidad nacional de Jaén pág. 5.10
- Popper, K. (1982). *Consideraciones sobre la verdad. “En conocimiento objetivo”*. Madrid Tecnos,5(15) 51-60
- Schram, W. (1971). “*The nature of communication between Humans*” en *schramm, W., Roberts, D.F.(eds)*. *The process and effects of Mass communications*, Univ. Of Illinois Press, Urban
- Mertens, Mayli. *The War Within : Battling Polarization, Reductionism, and Superficiality - A critical analysis of truth-telling in war reporting*. Degree: Faculty of Arts and Sciences, 2015, [Linköping University](http://www.linkoping.se)
URL: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:liu:diva-119751>

Logan, Benjamin A. *SELF-RESPECT AND OBJECTIVITY: A CRITIQUE OF RAWLS*. Degree: 2016, University of Kentucky URL: http://uknowledge.uky.edu/philosophy_etds/10

Dawson, Samantha L. *The Objectivity of Accountants' Judgments: A Replication and Extension*. Degree: 2016, East Carolina University
URL: <http://libres.uncg.edu/ir/listing.aspx?styp=ti&id=20677>

Watzlawick, Paul; Beavin, Jackson, Don D (1971). *“Teoría de la comunicación humana”*.
Tiempo contemporáneo, Buenos aires Argentina

Kristensen, N. (2010). “The historical transformation of cultural journalism Northern Lights”.
Recovere from: <https://staticurs.ku.dk/portalfiles/138153826/The-historical-transformation-of-cultural-journalims-norhenlights-2010-authors-version.pdf>

AZNAR, Hugo (1999). *Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Editorial Paidós.

Barroso Asenjo, Porfirio (1989). *Códigos éticos de la profesión periodística*.
Madrid: Editorial de la Universidad Complutense.

Bohere, G. (1985). *Profesión periodista. Un estudio de los periodistas como trabajadores*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.

Cacua Prada, Antonio (2000). *Ética y responsabilidad. Reflexiones para periodistas*.
Santa fé de Bogotá: Fundación Konrad Adenauer Stiftung.

Doviat, Emil (1964). Periodismo. Tomo I: *Fundamentos teórico y jurídicos, noticia y opinión, lenguaje y forma de expresión*. Manuales UTEHA. México: UTEHA.

Gargurevich Regal, Juan (2000). *La prensa sensacionalista en el Perú*. Lima:
Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.

Klein, Darío (2001). “*El papel del periodismo de investigación en la sociedad democrática*”.
En Sala de Prensa N° 29, marzo, Año III, Volumen 2.

Lopera, Alfonso (1993). *Ética del periodismo y la comunicación. Antioquia – Colombia*:
Editorial Universidad de Antioquia.

Jahoda, John Curtis. *Circadian Rhythm and Luman Periodism in Onychomys Leucogaster Breviauritus (Rodentia; Cricetidae)*. Degree: Zoology, 1969, Oklahoma State University URL: <http://hdl.handle.net/11244/32795>

Martínez De Souza, José (1986). *Diccionario general del periodismo*. Madrid:
Editorial Paraninfo.

Kristensen, N. (2010). "The historical transformation of cultural journalism Northern Lights".

Recovere from: <https://staticurs.ku.dk/portalfiles/138153826/The-historical-transformation-of-cultural-journalims-norhenlights-2010-authors-version.pdf>

Corbetta, P. (2007). *Metodología y Técnica de Investigación Social (Revisada ed.)*. Madrid: McGraw-Hill.

Llanca, M. (2017). "Percepción del Periodismo Investigativo de los estudiantes de Periodismo de las universidades de la Región de Valparaíso", desde sus planes de estudio, 5(17) 1-5

Martínez, Aurora (última edición: 27 edición Noviembre del 2019). Definición de Actualidad: *Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/actualidad/>*. Consultado 13 mayo del 2020

Martín Vivaldi, Gonzalo (1982). *Curso de redacción. Teoría y práctica de la composición y del estilo*. 8ª. edición. Madrid: Editorial Paraninfo.

Humanes, María & Mellado, Claudia & Márquez Ramírez, Mireya. (2017). *La presencia del método objetivo en los contenidos noticiosos de la prensa de Chile, México y España*. Comunicación y Sociedad (México). 29. 165-184.

ANEXO 1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE - CUANTITATIVO

TÍTULO DE LA TESIS:	Percepción de la objetividad periodística del diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años en la Urb. Matellini, Chorrillos, 2020
LÌNEA DE INVESTIGACIÒN	Procesos y Estructuras Comunicacionales
AUTOR(ES):	Córdova Carrasco, Keswuin; Arias Cordero , Luis

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	Indicadores	Metodología
Percepción de la objetividad periodística	Guardiola (2014), sostiene que la percepción ayuda a conocer datos respecto a cómo los perceptores observan el mundo que los rodea. Y puede ser entendida como “un proceso activo-constructivo en el que el perceptor, antes de procesar la nueva información y con los datos archivados en su conciencia.	La forma en como el público percibe la información depende de su estado de conciencia en la información y datos de el mismo para deducir la objetividad periodística influido en la producción de noticia, sus valores y creencias u otra circunstancia que incide en la forma de comprender la información.	Factualidad Según la RAE (2020), define a factual como hechos presentes desconocidos o por conocerse. Asimismo, Calzadilla (2020). Manifiesta que el mensaje factual privilegia el significado y sucesos desde la proximidad de la fuente; donde el comunicador o periodista da un sentido tácito a la realidad del mensaje periodístico.	Relevancia: Es la importancia de la investigación que se aporta para la obtención de nuevos conocimiento y capacidad de expresar lo que se pretende medir. (Nicolas Troncoso Sinn 2018)	Enfoque: -Cuantitativo Diseño de investigación: -No experimental Tipo de investigación: -Básica Nivel de investigación: -Descriptivo simple Alcance temporal: -Transversal Escala de medición: -Likert
				Veracidad: La difusión de información veraz por parte de los medios de prensa mostrando la realidad, en aplicación del derecho a la libertad de información. (Mónica Gutiérrez Gómez 2007)	
				Actualidad: Momento presente de información o evento anterior con validez periodística	
				Trascendencia: Resultado periodístico de la consecuencia, o importancia en sectores específicos (Heidegger, 2001: 136)	

	<p>Martín, Katrin (2015) la objetividad se constituye como un método periodístico, pasa a ser el concepto que en su trabajo cotidiano ofrece a los periodistas seguridad y capacidad de trabajo. el periodista está influido por una serie de factores en la producción de noticias; sus valores y creencias, sus hábitos profesionales, la propia educación y otras circunstancias que inciden en el modo de informar.</p>		<p>Imparcialidad Westerståh (1983). Cataloga a los criterios de objetividad periodística, a su principal componente como imparcialidad hacia las personas o acontecimientos sobre los que se informa, en la que manifiesta como principal característica equidad y presentación neutral de los hechos, contenidos objetivables para el análisis de contenidos.</p>	<p>Alcance: Gran capacidad de difundir el hecho noticioso en cualquier medio comunicacional (Castells, 2009:33)</p>	
				<p>Exactitud: Presentar el hecho lo más exacto posible, con el valor verdadero. AZURMENDI A. (1997: p. 127)</p>	
)	<p>Equidad:</p>	

				<p>Igualdad a los atributos periodísticos que se tratan. (Duarte & García-Horta, 2016)</p> <p>Transparencia: Transparencia de información para generar confianza y seguridad en sus lectores. (Duarte & García-Horta, 2016)</p> <p>Casualidad: Hechos que ocurren con un evento antecedente o aparece de manera eventual (Bunge 2006)</p> <p>Idoneidad: Profesionales idóneos para la función encomendada</p>	
				Presentación neutral: Presentar hechos sin alterar la credibilidad periodística	
				<p>Congruencia: La información periodística está direccionada hacia un mismo camino</p>	

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS:	Percepción de la objetividad periodística del diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini, Chorrillos, 2020.
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Procesos comunicacionales de la sociedad contemporánea
AUTOR(ES):	Córdova Carrasco, Keswain

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	Indicadores	METODOLOGÍA			
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general							
¿Cuál es el nivel de percepción de la objetividad periodística del diario Dépor, en jóvenes de 18 a 30 años de la Urb. Matellini?	Describir la percepción de la objetividad periodística del diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2020.	X	Percepción de la Objetividad Periodística (Guardiola 2014)	<table border="1"> <tr> <td>Factualidad</td> <td>Relevancia Veracidad Actualidad Trascendencia Alcance Exactitud</td> </tr> <tr> <td>Imparcialidad</td> <td>Equidad Transparencia Casualidad Idoneidad Presentación neutral Congruencia</td> </tr> </table>	Factualidad	Relevancia Veracidad Actualidad Trascendencia Alcance Exactitud	Imparcialidad	Equidad Transparencia Casualidad Idoneidad Presentación neutral Congruencia	<p>Enfoque: -Cuantitativo</p> <p>Diseño de investigación: -No experimental</p> <p>Tipo de investigación: -Básica</p> <p>Nivel de investigación: -Descriptivo simple</p> <p>Alcance temporal: -Transversal</p> <p>Escala de medición: -Likert</p>
Factualidad	Relevancia Veracidad Actualidad Trascendencia Alcance Exactitud								
Imparcialidad	Equidad Transparencia Casualidad Idoneidad Presentación neutral Congruencia								

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas				Medios de Certificación Técnica/ Instrumento
¿Cuál es el nivel de factualidad en el diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años en la Urb. Matellini, Chorrillos, ¿2020?	Determinar el nivel de factualidad informativa del diario Depor en los jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2020	x				Encuesta/Cuestionario
Cuál es el nivel de imparcialidad en el diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años en la Urb. Matellini, Chorrillos, ¿2020?	Determinar el nivel de imparcialidad en el diario Depor en los jóvenes de 18 a 30 años Urb. Matellini, Chorrillos 2020	x				

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 4

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN DE V AIKEN

Experto 1: Pérez Terrones, José Magister

Experto 2: Moreno López, Wilder Magister

Experto 3: Ávila Rojas, María Inés Magister

Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	0	0	0	0	0%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
					91%

Siendo la fórmula de operación la siguiente

- COEFICIENTE DE V DE AIKEN

$$V = \frac{S}{n(c-1)}$$

Siendo:

S= la suma de si

Si= valor asignado por el juez i

n= número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración (2 en este caso)

Luego de evaluar cada V de cada ítem y posterior análisis de datos en Excel, se muestra que el promedio es 91% de validación de instrumento de recolección de datos, por parte de los tres expertos.

Apellidos y nombres del experto: Moreno López Wilder Emilio

Título y/o Grado: Magister

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

Universidad que labora: UNFV - UCV

Fecha: 19 - 05 - 2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
Percepción de la objetividad periodística del diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años en la Urb. Matellini, Chorrillos, 2019

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

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

NOMBRES Y APELLIDOS: WILDER EMILIO MORENO LÓPEZ

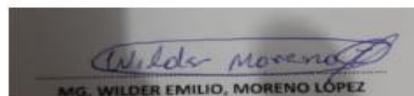

 WILDER EMILIO MORENO LÓPEZ

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: AVILA ROJAS, MARIA INES

Título y/o Grado: Magíster

Ph. D..... ()	Doctor..... (x)	Magister.... ()	Licenciado.... ()	Otros. ()
Especifique				

Universidad que labora: UCV

Fecha: 18-05-20
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Percepción de la objetividad periodística del diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años en la Urb. Matellini, Chorrillos, 2020.

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

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

SUGERENCIAS:--.....

-- NOMBRE Y APELLIDOS:



FIRMA

Mg. María Inés Ávila Rojas

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Pérez Terrones José

Título y/o Grado: Maestro en Periodismo

Ph. D..... ()	Doctor..... ()	Magister.... (X)	Licenciado.... ()	Otros. ()
) Especifique				

Universidad que labora: UCV

Fecha: 16-05-20

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

.....

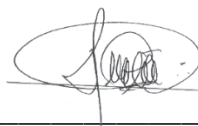
.....

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

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

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS:



Mg. José Pérez Terrones

EVIDENCIAS DE ENCUESTAS

Preguntas Respuestas 36

Cuestionario: Percepción de la objetividad periodística del diario Dépor en jóvenes de 18 a 30 años en el distrito de Chorrillos Urb. Matellini 2019.

La presente encuesta tiene como finalidad determinar el grado de percepción de la Objetividad periodística en el diario Dépor, en jóvenes de 18 a 30 años en el distrito de Chorrillos Urb. Matellini 2019. Se solicita su máxima colaboración en todo el proceso de desarrollo, ya que esta encuesta recoge valiosa información para el desarrollo de la presente investigación.

Edad:

Resposta breve

Texto de respuesta breve

Número Es el número Texto de error personalizado

Anexo 9

	Percepción de la objetividad periodística	Siempre	Casi	A veces	Casi nunca	Nunca
	DIMENSIÓN 1: Factualidad					
1	En el diario Dépor se presentan hechos noticiosos de manera relevante					
2	En el diario Dépor presentan contenidos factuales					
3	El diario Dépor presenta veracidad de información periodística					
4	El diario Dépor presenta contenidos actuales de información periodística					
5	En el diario Dépor percibe información de su interés					
6	¿El diario Dépor presenta noticias trascendentales para sus lectores?					
7	¿En el diario Dépor su alcance de información es significativa?					
8	¿El diario Dépor presenta notas exactas sobre su información periodística?					
9	¿El diario Depor cumple con la sencillez de la información?					
10	¿En el diario Dépor presenta precisión periodística en sus notas?					
	DIMENSIÓN 2: Imparcialidad					

1 1	¿En el diario Dépor sus portadas demuestran imparcialidad informativa?					
1 2	¿En el diario Dépor el tema presentado es tratado con equidad?					
1 3	¿En el diario Dépor las notas periodísticas presentan transparencia?					
1 4	¿En el diario Dépor casualmente enfatiza más el deporte europeo?					
1 5	¿El diario Dépor contribuye en la valoración de algún comentario?					
1 6	¿En el diario Dépor redactan de manera idónea sus notas periodísticas?					
1 7	¿El diario Dépor presenta algunas notas con lenguaje coloquial?					
1 8	¿En el diario Dépor, sus temas se presentan de manera neutral?					
1 9	¿El diario Dépor es congruente con sus temas de la semana?					

ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,735	,735	19

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	10	100,0

La fórmula usada fue la siguiente:

$$A = K/K-1 [1 - \Sigma s^2 / s^2]$$

Dónde:

K: El número de ítems

Σs_i^2 Sumatoria de Varianzas de los ítems

S_t^2 Varianza de la suma de los ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Anexo 11

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	35	97,2
Excluido	1	2,8
Total	36	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
,756	,735	19

ANEXO 12:

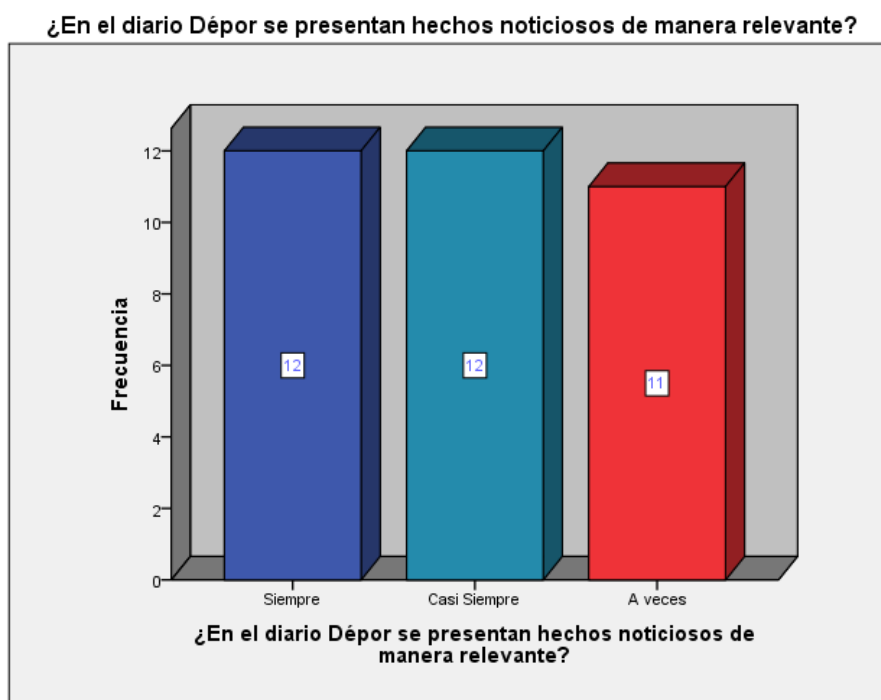
TABLAS Y GRÁFICOS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS
 Tabla N.º1

¿En el diario Dépor se presentan hechos noticiosos de manera relevante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	12	33,3	34,3	34,3
	Casi Siempre	12	33,3	34,3	68,6
	A veces	11	30,6	31,4	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia

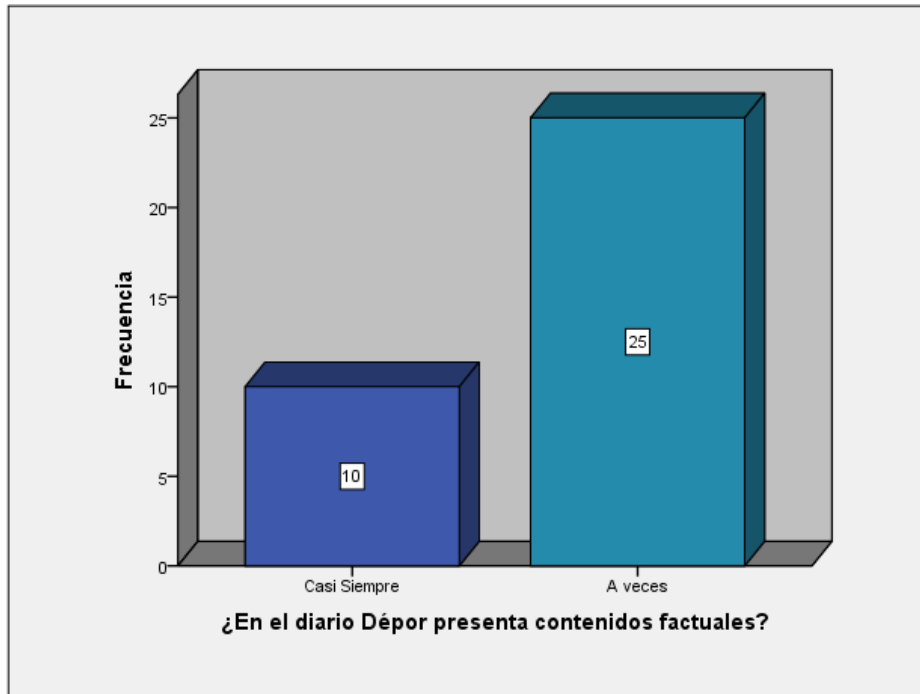
Tabla N.º2

¿En el diario Dépor presenta contenidos factuales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	10	27,8	28,6	28,6
	A veces	25	69,4	71,4	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

¿En el diario Dépor presenta contenidos factuales?



Fuente: Elaboración propia

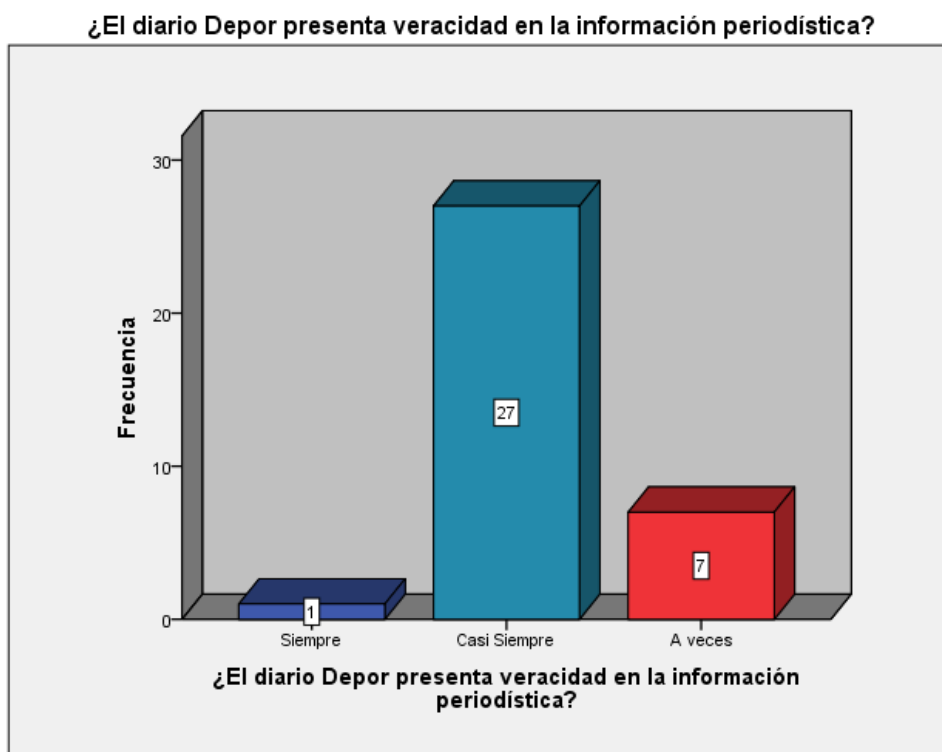
Tabla 3

¿El diario Depor presenta veracidad en la información periodística?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	1	2,8	2,9	2,9
	Casi Siempre	27	75,0	77,1	80,0
	A veces	7	19,4	20,0	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4

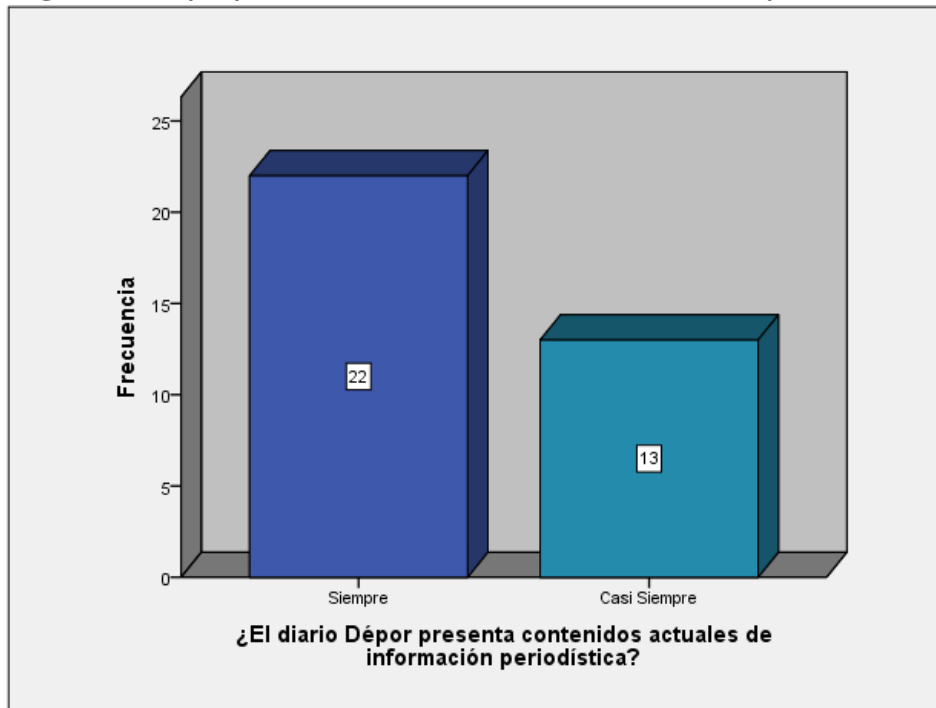
¿El diario Dépor presenta contenidos actuales de información periodística?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	22	61,1	62,9	62,9
	Casi Siempre	13	36,1	37,1	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4

¿El diario Dépor presenta contenidos actuales de información periodística?



Fuente: Elaboración propia

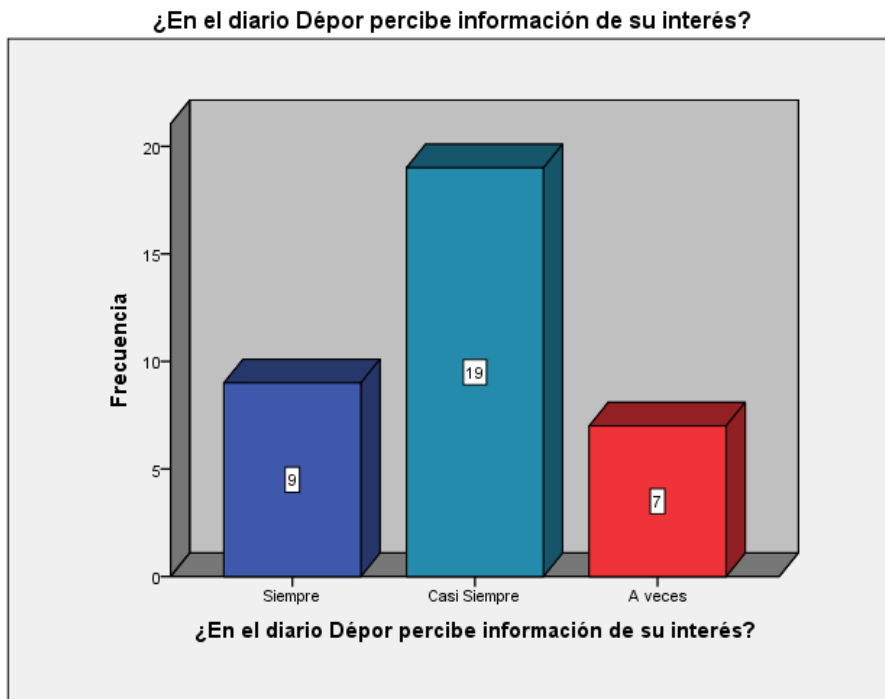
Gráfico 5

¿En el diario Dépor percibe información de su interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	9	25,0	25,7	25,7
	Casi Siempre	19	52,8	54,3	80,0
	A veces	7	19,4	20,0	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5



Fuente: Elaboración propia

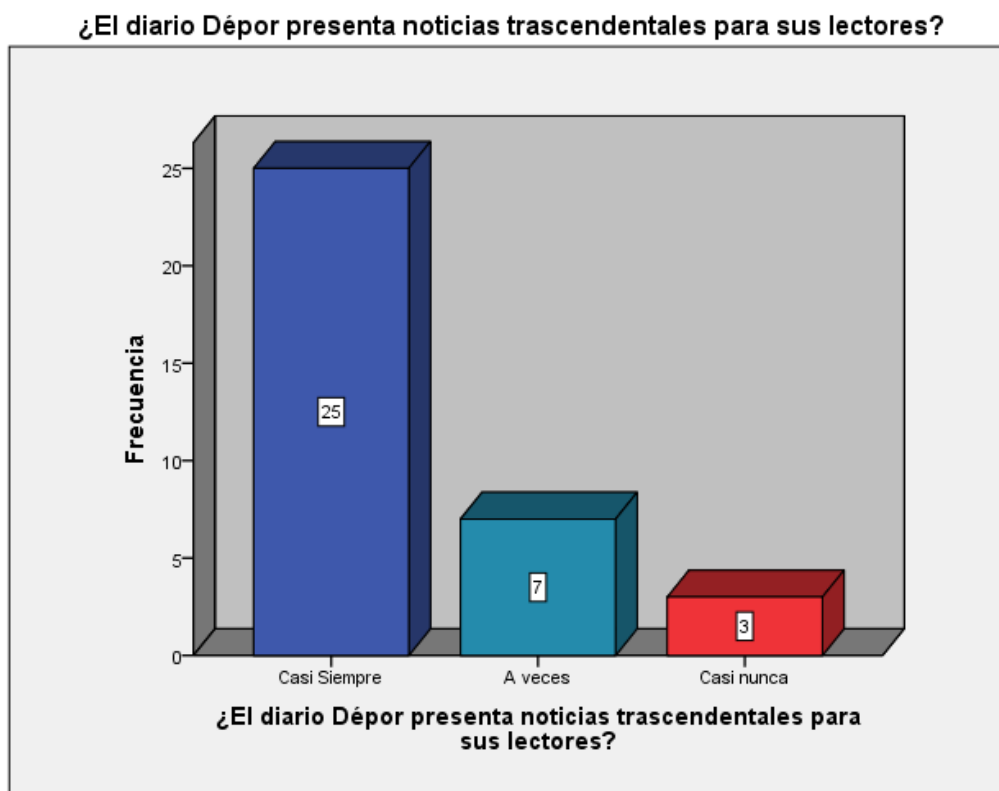
Tabla 6

¿El diario Dépor presenta noticias trascendentales para sus lectores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	25	69,4	71,4	71,4
	A veces	7	19,4	20,0	91,4
	Casi nunca	3	8,3	8,6	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6



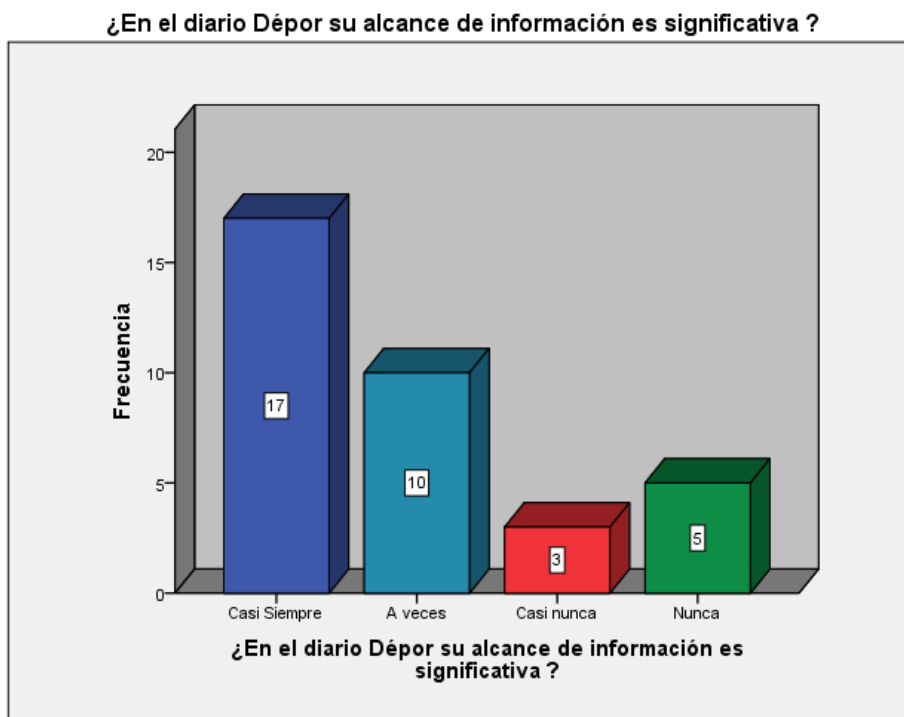
Fuente: Elaboración propia

Tabla 7

¿En el diario Dépor su alcance de información es significativa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	17	47,2	48,6	48,6
	A veces	10	27,8	28,6	77,1
	Casi nunca	3	8,3	8,6	85,7
	Nunca	5	13,9	14,3	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7



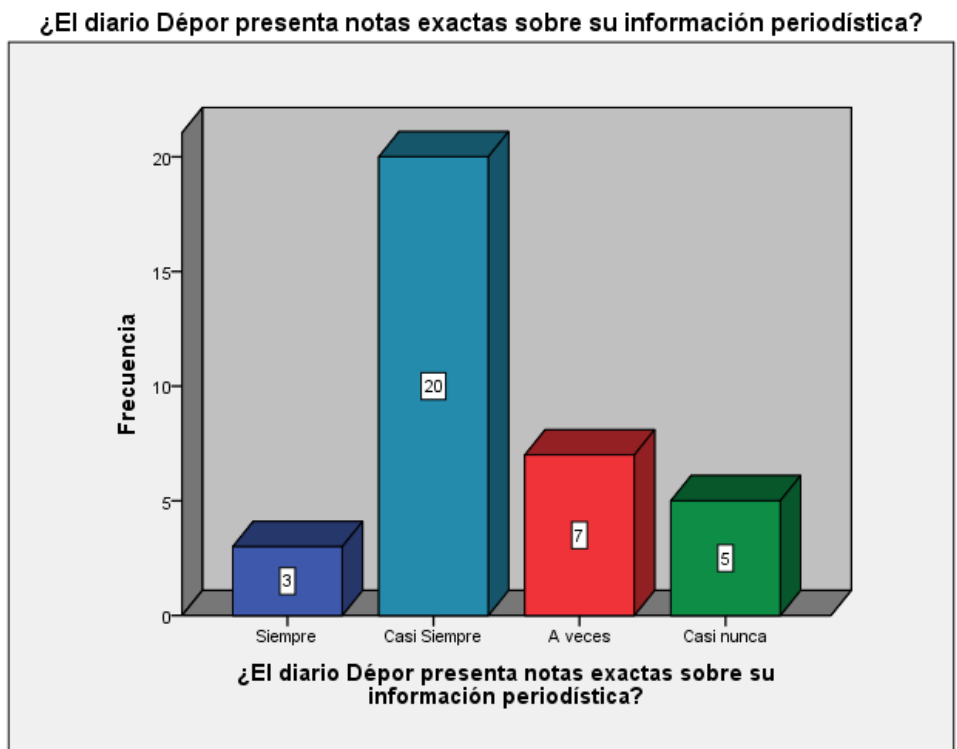
Fuente: Elaboración propia

Tabla 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	3	8,3	8,6	8,6
	Casi Siempre	20	55,6	57,1	65,7
	A veces	7	19,4	20,0	85,7
	Casi nunca	5	13,9	14,3	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8



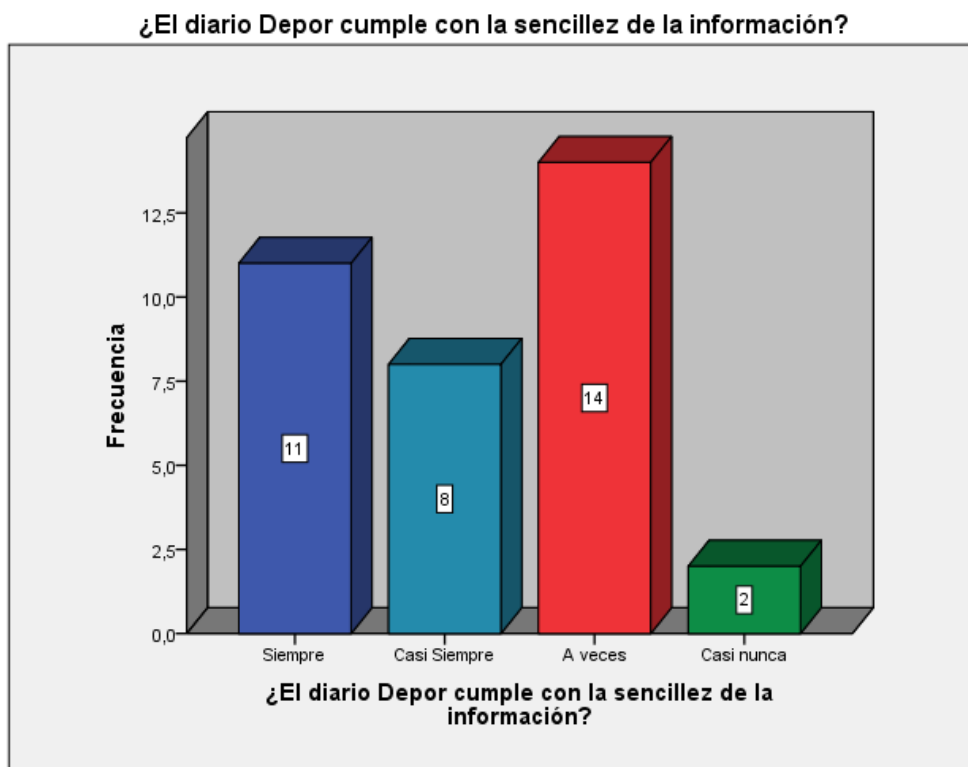
Fuente: Elaboración propia

Tabla 9

¿El diario Depor cumple con la sencillez de la información?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	11	30,6	31,4	31,4
	Casi Siempre	8	22,2	22,9	54,3
	A veces	14	38,9	40,0	94,3
	Casi nunca	2	5,6	5,7	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 9



Fuente: Elaboración propia

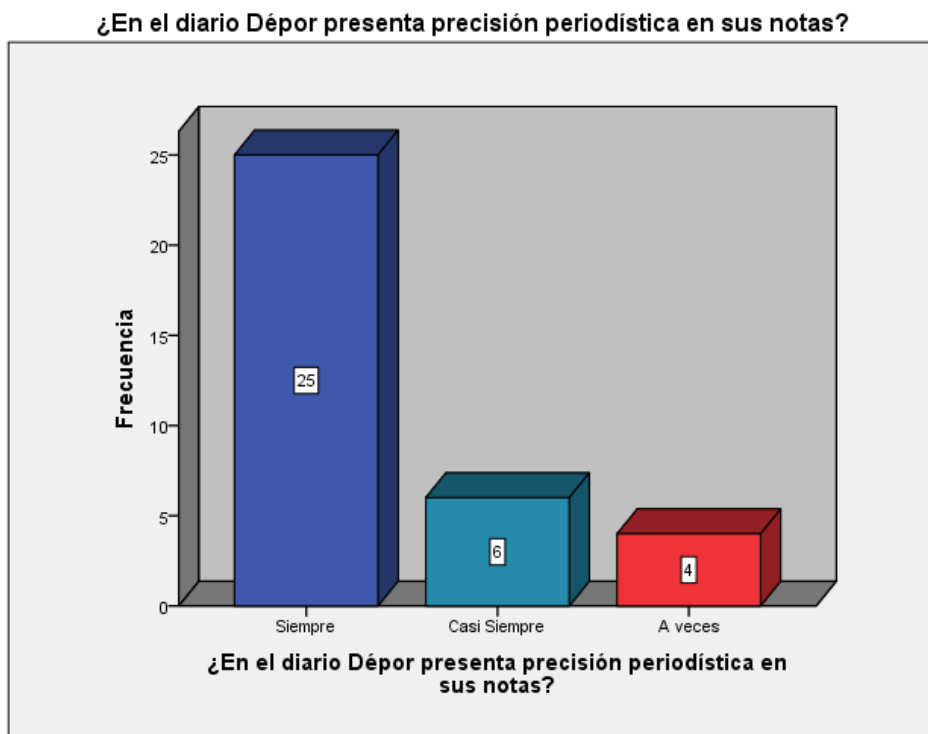
Tabla 10

¿En el diario Dépor presenta precisión periodística en sus notas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	25	69,4	71,4	71,4
	Casi Siempre	6	16,7	17,1	88,6
	A veces	4	11,1	11,4	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 10



Fuente: Elaboración propia

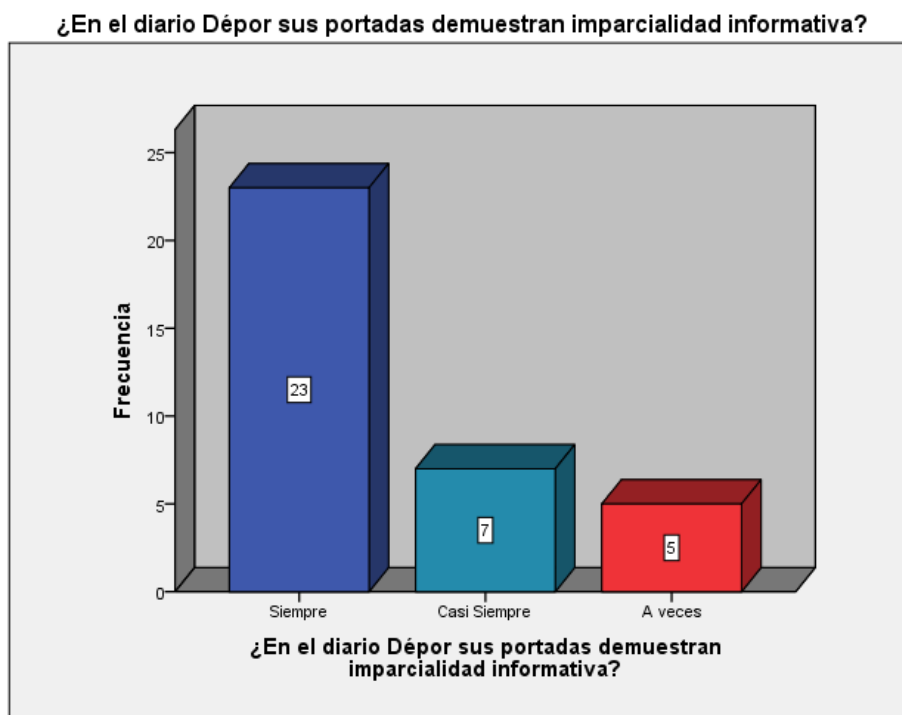
Tabla 11

¿En el diario Dépor sus portadas demuestran imparcialidad informativa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	23	63,9	65,7	65,7
	Casi Siempre	7	19,4	20,0	85,7
	A veces	5	13,9	14,3	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 11



Fuente: Elaboración propia

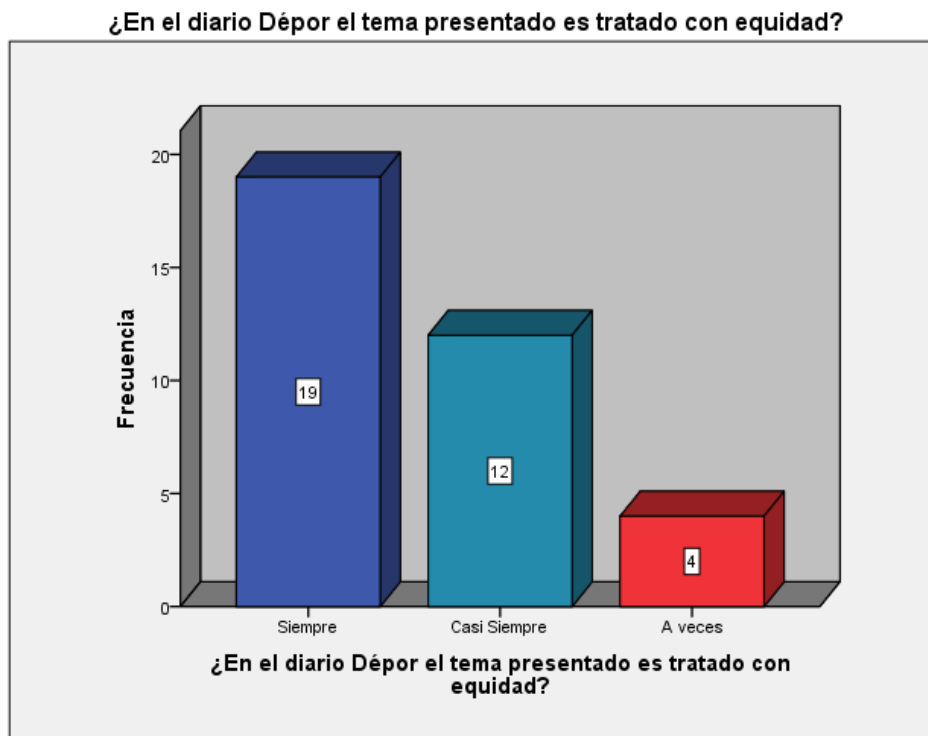
Tabla 12

¿En el diario Dépor el tema presentado es tratado con equidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	19	52,8	54,3	54,3
	Casi Siempre	12	33,3	34,3	88,6
	A veces	4	11,1	11,4	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 12



Fuente: Elaboración propia

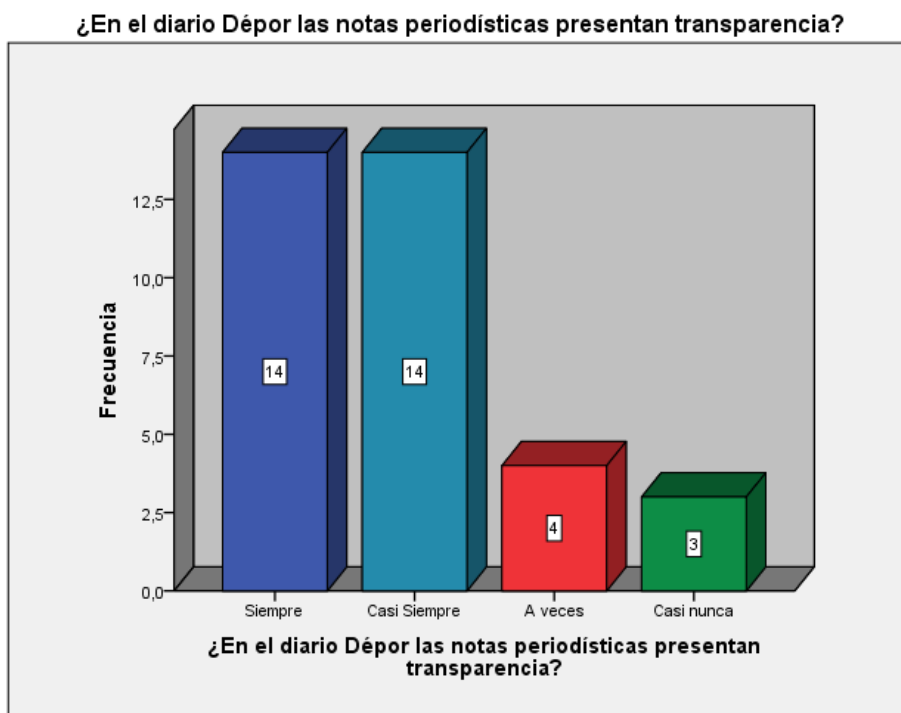
Tabla 13

¿En el diario Dépor las notas periodísticas presentan transparencia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	14	38,9	40,0	40,0
	Casi Siempre	14	38,9	40,0	80,0
	A veces	4	11,1	11,4	91,4
	Casi nunca	3	8,3	8,6	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 13



Fuente: Elaboración propia

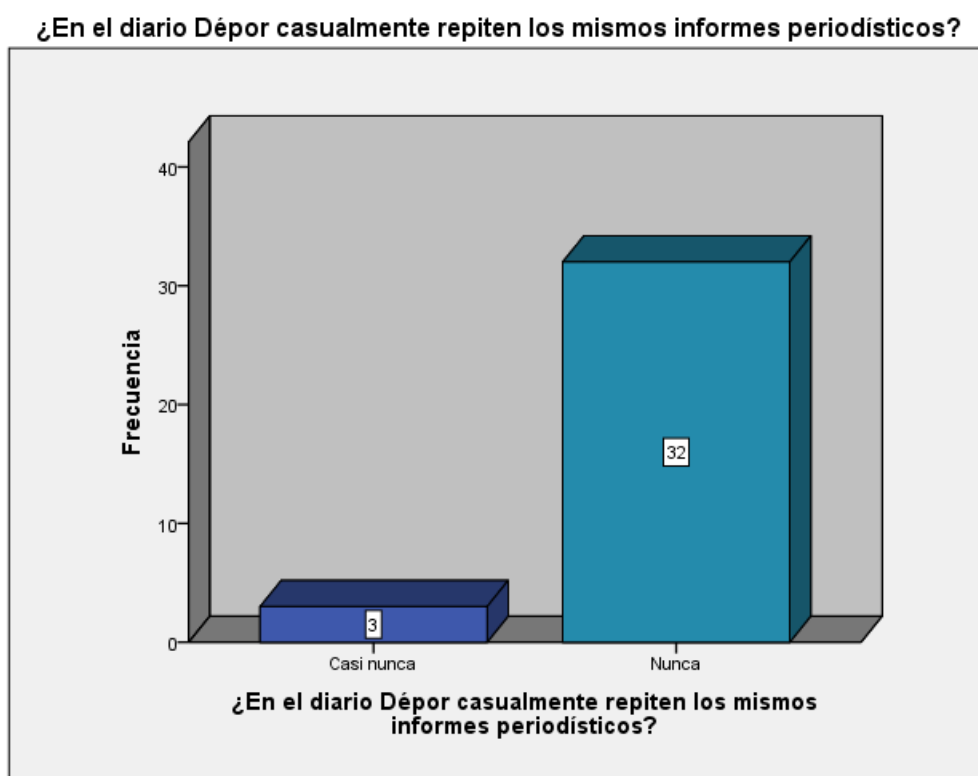
Tabla 14

¿En el diario Dépor casualmente repiten los mismos informes periodísticos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	8,3	8,6	8,6
	Nunca	32	88,9	91,4	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 14



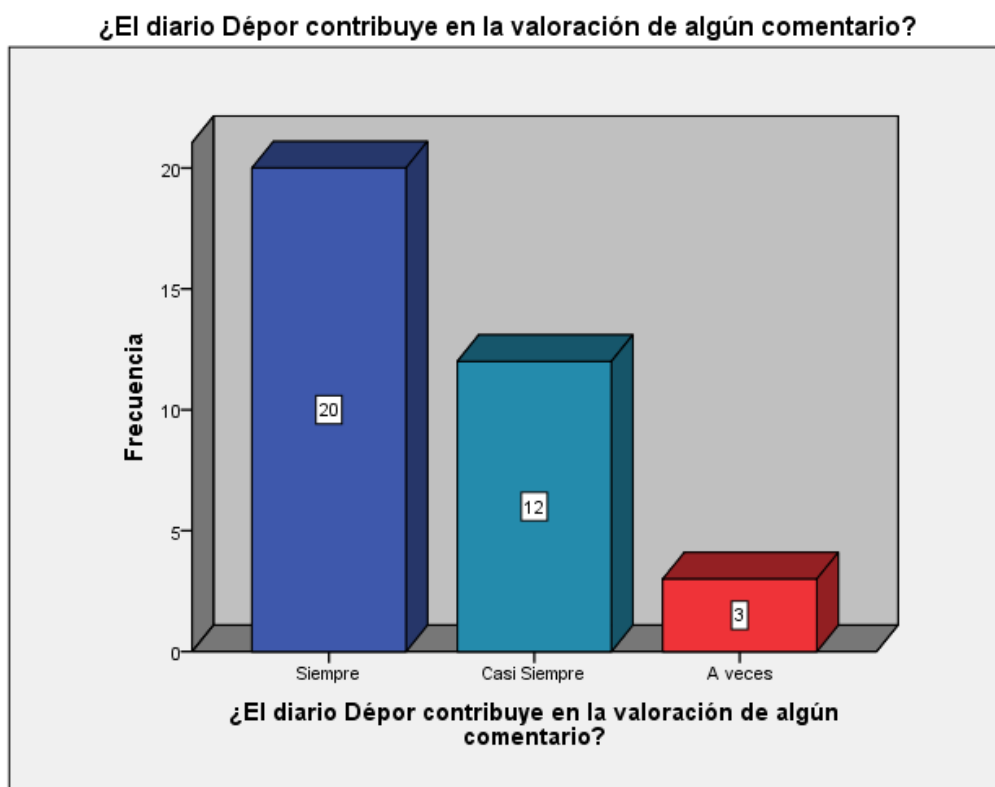
Fuente: Elaboración propia

Tabla 15

¿El diario Dépor contribuye en la valoración de algún comentario?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	20	55,6	57,1	57,1
	Casi Siempre	12	33,3	34,3	91,4
	A veces	3	8,3	8,6	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 15



Fuente: Elaboración propia

Tabla 16

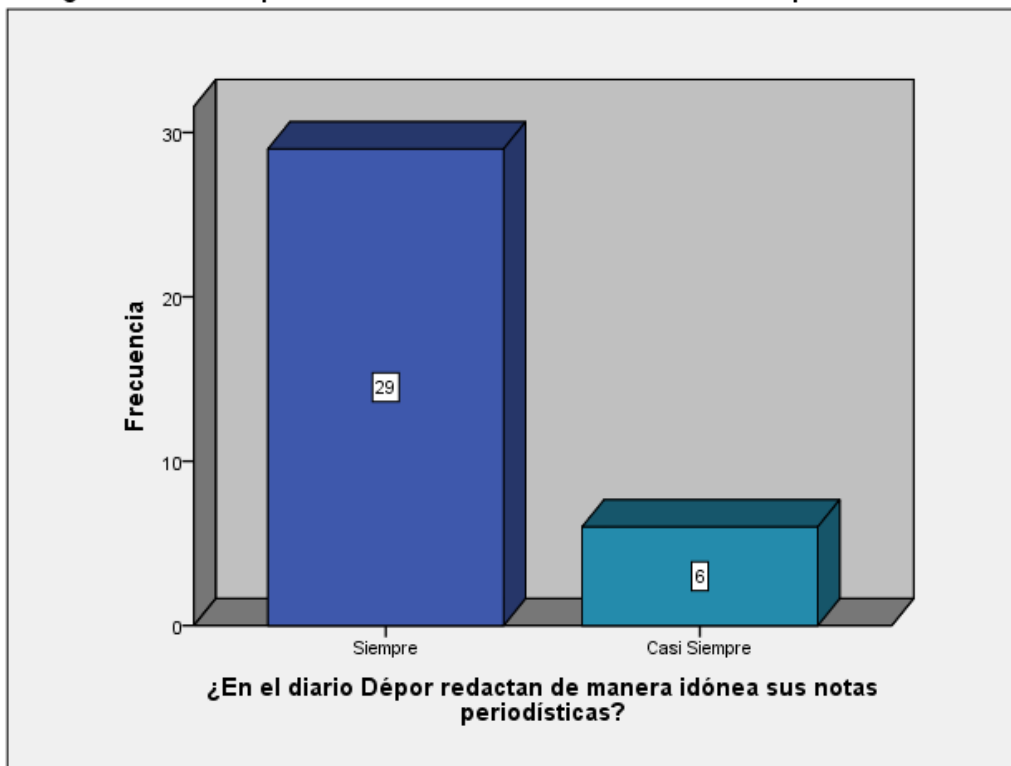
¿En el diario Dépor redactan de manera idónea sus notas periodísticas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	29	80,6	82,9	82,9
	Casi Siempre	6	16,7	17,1	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 16

¿En el diario Dépor redactan de manera idónea sus notas periodísticas?



Fuente: Elaboración propia

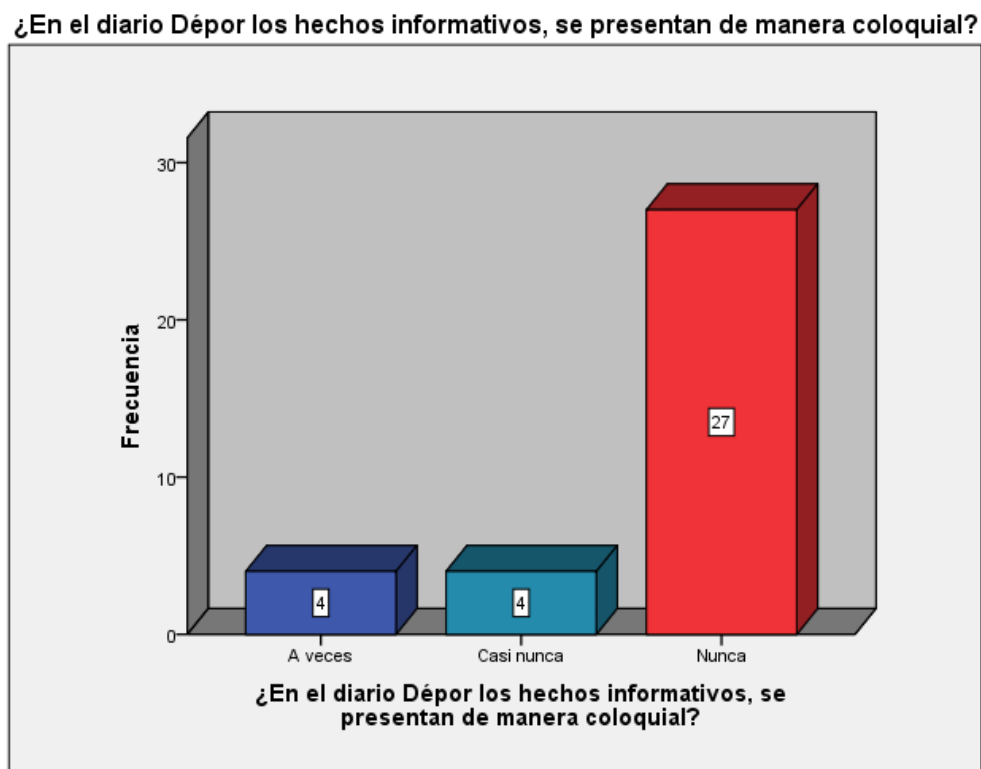
Tabla 17

¿En el diario Dépor los hechos informativos, se presentan de manera coloquial?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	11,1	11,4	11,4
	Casi nunca	4	11,1	11,4	22,9
	Nunca	27	75,0	77,1	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 17



Fuente: Elaboración propia

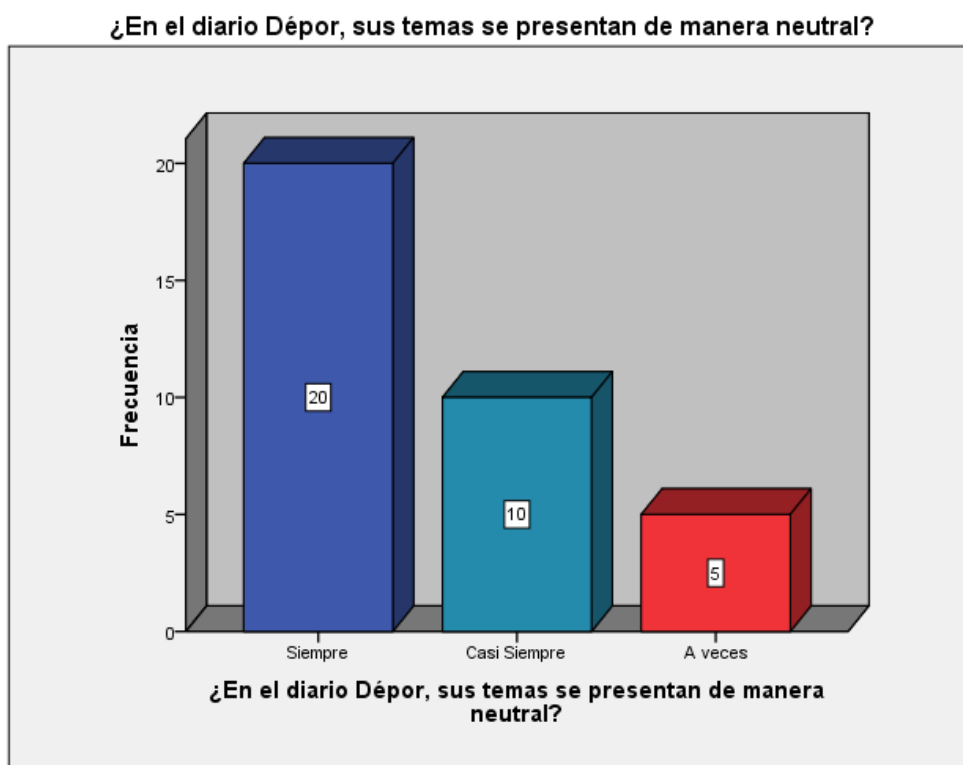
Tabla 18

¿En el diario Dépor, sus temas se presentan de manera neutral?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	20	55,6	57,1	57,1
	Casi Siempre	10	27,8	28,6	85,7
	A veces	5	13,9	14,3	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 18



Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

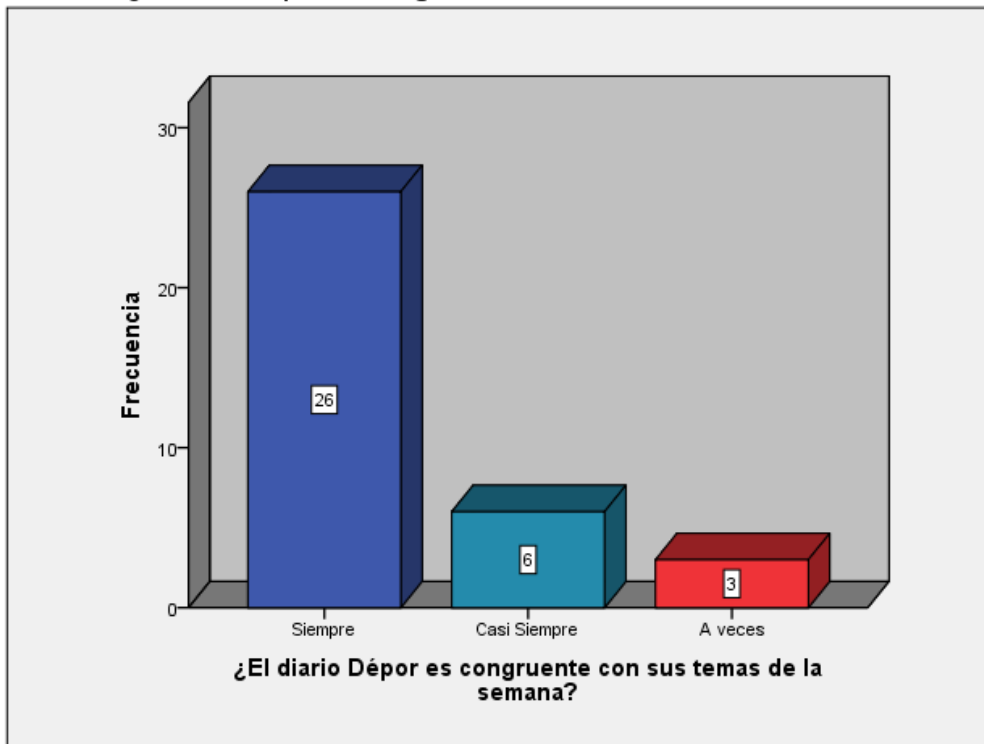
¿El diario Dépor es congruente con sus temas de la semana?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	26	72,2	74,3	74,3
	Casi Siempre	6	16,7	17,1	91,4
	A veces	3	8,3	8,6	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,8		
Total		36	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 19

¿El diario Dépor es congruente con sus temas de la semana?



Fuente: Elaboración propia