



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Credibilidad Informativa del Periodista Manuel Rosas de Radio
Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Llaro Torres, Tulio Jesús (ORCID: 0000-0002-3228-5974)

ASESOR:

Mg. Montenegro Díaz, Denis José (ORCID: 0000-0001-7448-8051)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

DEDICATORIA

En primer lugar, dedico a mi Dios padre todo poderoso por su infinito amor, por darme vida, salud, luz de esperanza y por todo lo que hace por mí, también quiero dedicar esta investigación a mis padres, sobrinas, que siempre estuvieron en mis alegrías y tristezas y que me animaron a seguir adelante y a mis mejores grandes amigos, Andrea Carlos Ochoa por su infinita ayuda e incondicional.

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco al Docente Denis Montenegro, quién nunca dejó de creer en mí desde los inicios del proyecto de investigación hasta el último momento cuando estaba pasando por una situación crítica y emocional. Agradezco también a la Licenciada Soledad Nalvarte por darme la oportunidad de trabajar en Radio Onda Digital y haberme enseñado todo lo aprendido.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	3
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	9
3.2 Variables y operacionalización.....	9
3.3 Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....	10
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	13
3.5 Procedimientos.....	14
3.6 Métodos de análisis de datos.....	15
3.7 Aspectos éticos.....	15
IV. RESULTADOS.....	16
V. DISCUSIÓN.....	23
VI. CONCLUSIONES.....	27
VII. RECOMENDACIONES.....	28
REFERENCIAS.....	29
ANEXOS.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

		Pág.
Tabla 1	Criterios de inclusión y exclusión de la población	11
Tabla 2	Cuadro de validadores	14
Tabla 3	Tabla de fiabilidad del instrumento	14
Tabla 4	Resultados de Credibilidad Informativa	16
Tabla 5	Resultados de Identificar la confianza	17
Tabla 6	Resultados de Describir la veracidad	18
Tabla 7	Resultados de Reconocer la trayectoria	19
Tabla 8	Resultados de Ética profesional	20
Tabla 9	Estadística descriptivos Generales	21

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Resultados de credibilidad Informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate	16
Figura 2	Resultados de Identificar la confianza en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate	17
Figura 3	Resultados de Veracidad en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020	18
Figura 4	Resultados de Reconocer la trayectoria en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate.	19
Figura 5	Resultados de Ética profesional en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate	20

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general, describir la credibilidad informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, empleando un diseño no experimental, transversal, descriptivo simple de tipo básica, con enfoque cuantitativo. El instrumento utilizado fue un cuestionario tipo Likert, aplicada sobre una muestra poblacional de 384 vecinos de este sector, bajo muestreo aleatorio simple. Entre los principales resultados obtenidos, se identificó que la credibilidad Informativa del periodista Manuel Rosas manifiesta un favorable respaldo del 66,41%, que se evidencia en la confianza, veracidad, trayectoria y ética profesional, de la cual la población encuesta indicó estar de acuerdo mantiene hacia el periodista. Se llegó como conclusión que la credibilidad informativa del periodista Manuel Rosas incide mayormente desde su trayectoria profesional como líder de opinión y su colaboración con el medio Radio Exitosa, basada a su vez en una relación donde la confianza, la veracidad y ética en la información dirigida al público se encuentran entrelazadas.

Palabras clave: Credibilidad, Información, Confianza, Trayectoria, Ética profesional.

ABSTRACT

The general objective of this research was to describe the informative credibility of journalist Manuel Rosas of Radio Exitosa among listeners of Los Claveles, Ate, 2020, using a non-experimental, cross-sectional, simple descriptive design of basic type, with a quantitative approach. The instrument used was a Likert-type questionnaire, applied to a population sample of 384 neighbors of this sector, under simple random sampling. Among the main results obtained, it was identified that the informative credibility of journalist Manuel Rosas shows a favorable endorsement of 66.41%, which is evidenced in the trust, veracity, trajectory and professional ethics, of which the surveyed population indicated to be in agreement and maintains towards the journalist. It was concluded that the informative credibility of journalist Manuel Rosas is mainly due to his professional trajectory as an opinion leader and his collaboration with Radio Exitosa, based in turn on a relationship where trust, truthfulness and ethics in the information directed to the public are intertwined.

Keywords: Credibility, Information, Trust, Trajectory, Professional ethics.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la credibilidad informativa representa un factor de gran valor y trascendencia en la profesión periodística, teniendo como tribuna los programas emitidos a través de los diferentes medios de comunicación, entre ellos, los programas radiales. La pérdida de credibilidad, hace que un periodista se vuelva resistido por la opinión pública y alejado de cualquier afán de veracidad en su labor por más esfuerzos realizados. En la radio peruana, la credibilidad informativa atribuida a algunos periodistas peruanos, ha sufrido en los últimos años severos cuestionamientos y críticas, ante la falta de objetividad e imparcialidad informativa, trasgrediendo incluso los códigos éticos y deontológicos que rigen a esta profesión.

Teniendo en cuenta que la radio es el medio de comunicación con mayor inmediatez informativa, la palabra dicha o expresada en vivo en un programa radial por un periodista que puede tener un peso gravitante en la credibilidad informativa, si es que previamente el periodista no ha corroborado la fuente de donde ha obtenido una información para poder difundirla y pretender ejercerla influenciando en la opinión pública, valiéndose únicamente de su experiencia y trayectoria en el periodismo, olvidando que, la primera condición que debe prevalecer en esta labor, es la de informar a la sociedad sin faltar a la verdad. Radio Exitosa 95.5 FM', es una emisora fundada en el año 2006, cuyo crecimiento hasta la actualidad, ha adquirido una gran popularidad en todo el Perú por los programas que se emiten por su señal y cuya audiencia ha ido amalgamando identificación con su programación.

Los periodistas que laboran en Radio Exitosa, son profesionales que cuentan con una trayectoria en medios de comunicación, así como figuras emergentes del periodismo peruano, que han ido adquiriendo prestigio y reconocimiento en su labor, en donde la credibilidad ha sido una condición esencial para llegar a la población. El caso del periodista loreto Manuel Rosas Matos, conductor del programa "Exitosa Perú" en el horario de 5:00 am a 8:00 am (Exitosa Noticias, 2018) destaca como una de las figuras periodísticas de Radio Exitosa, donde se presentan informaciones locales y nacionales de manera crítica y recurriendo a fuentes informativas confiables, que han permitido de este modo que con los años,

la credibilidad de este periodista y su programa se vaya fortaleciendo, marcando diferencias frente a otros periodistas de trayectoria profesional amplia que trabajan en esta emisora.

Su accionar ético y convicciones personales en defensa de sus raíces culturales, lo llevaron incluso a tener un conflicto con Radio Exitosa en el año 2017, cuando luego de denunciar ante la gerencia de este medio, su desacuerdo por la estigmatización por la forma de hablar de la población amazónica en un programa humorístico, motivó, a lo que inmediatamente presentó su carta de renuncia que conllevó posteriormente a distinguirlo como un periodista con posiciones personales firmes y sin ningún tipo de partidismos políticos (Livise, 2017). Su retorno a Radio Exitosa tiempo después, permitió que su credibilidad periodística se fuera acentuando, sumada a la experiencia como conductor del programa Exitosa Perú, donde Rosas Matos busca hablar con verdad, imparcialidad e independencia, para generar confianza en la opinión pública, desde su labor crítica y exhortante a la clase política, entremezclada en los últimos años en casos de corrupción y malos manejos administrativos que afectan a nuestro país.

La presente investigación justifica su desarrollo desde cuatro ámbitos. En primer lugar, por su relevancia social, a partir del estudio de la credibilidad informativa que nace desde la labor profesional de un periodista, a través de un medio de comunicación, basado principalmente en el acceso de fuentes de información, difusión de los hechos e investigación de los mismos, sumada a la capacidad de análisis, transparencia y honestidad que permite ganar el respeto de su audiencia. En segundo lugar, por sus implicaciones prácticas, ya que, en la actualidad, la falta de credibilidad periodística en los medios de comunicación y los periodistas particularmente, ha generado una suerte de desconfianza entre la población, que espera recibir información veraz y confiable en torno a temas de interés social; más aún cuando en tiempos actuales cunde la desinformación con mayor énfasis. En tercer lugar, porque brindará una contribución teórica y metodológica de investigación para el estudio de la credibilidad periodística, cuyos resultados podrán ser aplicados en futuras investigaciones en relación al tema.

El problema de la presente investigación fue, ¿Cómo es la credibilidad informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en oyentes de Los Claveles, Ate, 2020?, teniendo como problemas específicos ¿Cómo es la confianza en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020? ¿Cómo es la veracidad en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020? ¿Cómo es la trayectoria en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020? ¿Cómo es la ética profesional en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020?. El objetivo general fue, describir la credibilidad informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en oyentes de Los Claveles, Ate, 2020. Y los objetivos específicos será. Identificar la confianza en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020. Describir la veracidad del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020. Reconocer la trayectoria del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020. Describir la ética profesional en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

García (2018) desarrolla una investigación cuyo objetivo general fue, identificar los factores que influyen en el desarrollo del medio y la calidad periodística, alcanzando el nivel de confianza de su audiencia, donde Perú, lidera el consumo de medios informativo noticiosos en América Latina, con 94,3% de consumo y una dedicación de 63,9 minutos/mes global. Fue un estudio de tipo básico y la población de estudio fueron 9462 personas con una muestra de 289 usuarios y un muestreo probabilístico aleatorio simple y los instrumentos empleados fueron la técnica de la encuesta con un cuestionario de diez preguntas. Los principales resultados de la investigación fueron evidenciar que la confianza es el factor que más influye en las decisiones de las personas. Se concluyó que una alta necesidad de lectura de noticias del ámbito geográfico donde habitan y trabajan hay un alto nivel de valoración de la ética periodística que expresa los estándares de calidad informativa y de transparencia creando un alto nivel de confianza entre

el periodista y la audiencia. La calidad aparece así, como un elemento fundamental a la hora de analizar la confianza en los medios de comunicación y la credibilidad que merecen sus informaciones, como han puesto de manifiesto distintas aproximaciones teóricas y empíricas, así como aspectos relacionados a la calidad informativa, credibilidad, confianza y ética periodística.

La Rosa (2019), desarrolla una investigación que incidió en la transparencia informativa de la credibilidad de la información validando dichas fuentes como dignas de credibilidad para la sociedad. Fue un estudio de tipo básico, la población de estudio fueron ciudadanos peruanos, con una muestra de dos millones y el muestreo fue probabilístico aleatorio; Los instrumentos empleados fueron, un blog de preguntas y de opiniones. Los principales resultados fueron que los ciudadanos ya no se contentan con comentarios e intercambio de criterios a través de la comunicación interpersonal. Se concluyó que la credibilidad de la información está relacionada con los medios de comunicación y que la prioridad de todo medio es la transparencia, al acceder a la información creando confianza en la sociedad.

Rodríguez (2016) presenta un artículo cuyo objetivo general fue, determinar que las fuentes que utiliza un periodista son informaciones con rigor de credibilidad en relación directa con sus fuentes en un medio comunicación en una visión de la realidad. Fue un estudio de tipo básica, la población de estudio fueron ciudadanos lectores, con una muestra del 13.33% y el muestreo fue probabilístico aleatorio, los instrumentos empleados fue la técnica de la encuesta y los principales resultados fueron, que las fuentes aparecen identificadas y que las noticias de sucesos que se publican en algún medio de comunicación son indeterminadas. Se concluyó que las fuentes son declaraciones conseguidas por otros medios de comunicación dentro de las propias, es decir que las fuentes son confidenciales y reservadas atribuyendo que el uso que le dan los periodistas es de carácter concreta.

Montgomery y Gray (2018), desarrollan una investigación cuyo objetivo general fue, identificar la información de contenido de la noticia, donde se ha aplica los procesos que más interesa a la población. Se trató de un estudio de tipo básica

y la población de estudio fueron estudiantes de la universidad de Canadá con muestreo probabilístico aleatorio, aplicando un cuestionario de 15 preguntas para la recolección de datos. Como resultados, se encontró que muchos lectores expresan más confianza y preferencia por los medios de comunicación locales con un 82% y los nacionales con un 76%, puesto que consideran que la información esencial, es la veracidad y es fundamental para un ciudadano estar informado. Se concluyó que es importante que los profesionales de la información tengan la disciplina, la experiencia y ética en el periodismo, utilizando las técnicas y herramientas para ampliar la base de habilidades y proteger el buen trabajo del comunicador. De tal manera que los profesionales de la información brinden datos e información de alta calidad, confiables y creíbles. Ya que las noticias "falsas" son un problema de larga data en la sociedad, por lo tanto, los ciudadanos confían en las noticias veraces y precisas, de modo que el trabajo de los periodistas es identificar la verdad.

Lyons (2017) desarrolló una investigación cuyo objetivo general fue, proporcionar información precisa sobre las afirmaciones realizadas dentro del proceso político, para que los votantes puedan formar opiniones de acuerdo a sus preferencias subyacentes. Fue un estudio de tipo básica y la población fueron lectores de la universidad de reino unido, departamento de política con una muestra de 523 personas y el muestro fue probabilístico aleatorio. Los principales resultados contribuyen a una comprensión de un estilo de periodismo activo que sopesa las afirmaciones en el contexto de la historia periodística tradicional, ya que la mayor parte de esta investigación se centra en las percepciones de atención en la investigación de la opinión pública. Se concluyó que, este estudio fomenta la comprensión y relación entre los argumentos fácticos de los hallazgos presentados que brindan un estímulo tentativo a los periodistas, mientras luchan con las implicaciones de adoptar un enfoque más asertivo para juzgar los hechos, y que se sugiere varias rutas para futuras investigaciones para aclarar la comprensión de las prácticas del periodismo en una época de agitación epistémica casi constante.

Finn (2016) elabora una investigación cuyo objetivo general, determinar cómo se realiza el trabajo de los periodistas independientes de noticias con el fin

de comprender la información relacionadas con la credibilidad. Fue un estudio de tipo básica. Y la población fueron periodistas redactores de new york, con una muestra de 300 y el muestreo fue probabilístico aleatorio. Los instrumentos empleados fue la técnica de la encuesta. Los principales resultados fue una visión social construida de la credibilidad que está informada por estudios etnográficos de intercambio de conocimientos, estudio sociológico del trabajo periodístico y teorías fundamentales de persuasión y confianza adoptando decisiones complejas sobre quién es una fuente creíble para describir la ciencia, y cómo esa credibilidad se comunica mejor a audiencias más amplias. Se concluyó que la influencia del periodismo en la decisión de toda la sociedad sobre la credibilidad pasa por el análisis de elementos temáticos en la comprensión de la credibilidad, no solo por la respuesta a los cambios en los medios. No solo el impacto de la certeza técnica, sino también las herramientas integradas en las rutinas de trabajo y las creencias sobre la credibilidad, que cuestionan muchos modelos epistemológicos.

Katz y Lazarsfeld (1955, como se citó en Jason, et al, 2015), a través de la “Teoría de los dos pasos”, centraron el estudio de la credibilidad del periodista como líder de opinión; constituyéndose como fuentes de información política y social mediante la conformación de grupos o redes locales que confiaban en la información difundida por el periodista. De esta manera, puede atribuirse que, los periodistas como líderes de opinión, son profesionales que tienen una gran capacidad de persuasión sobre la masa social con las informaciones que representan noticias. Del Valle et al (2018), definen que los periodistas están de acuerdo con la responsabilidad de controlar y jerarquizar el enorme material informativo, sin perder el estilo de calidad, de credibilidad y la confianza. La credibilidad es un factor que conduce a un hecho creíble y ha de ejercer influencia en las personas, creando confianza en el ser humano, considerando que un periodista influye opinión en sus seguidores. Es “aquel profesional que, por su comprensión, experiencia, rectitud y sobre todo credibilidad; es reconocido por la audiencia o el público, como una voz autorizada de opinión.

Pornpitakpian (2004), define la habilidad y experiencia del comunicador para sacar ciertas conclusiones correctas como confiabilidad, y la medida en que la

audiencia cree que la conclusión es válida. Para el mismo autor, la reputación de la fuente tiene un factor de determinación de la reputación como la concentración de información o conocimiento, atribuido a la confiabilidad otorgada por el medio. De esta manera, la confianza se hace creíble o no, asumiendo que la confiabilidad es algo que no se debe perder entre el periodista y la audiencia. En este sentido, podemos estar seguros de que mejorar la credibilidad de las noticias es un objetivo urgente de las compañías de noticias, cuyo objetivo es aumentar su influencia en la opinión pública y otorgar importancia al comportamiento de los medios, los periodistas y su información (Gutiérrez et ál., 2015). En este sentido, insiste en que algunos de los principales factores que determinan la credibilidad son, la satisfacción de las necesidades de la audiencia, el tratamiento ético de las noticias y el uso de la información por parte de las personas.

Finalmente, significa que, mientras la información del mensaje tenga la necesidad de prevalecer el propósito de informar este hallazgo nos lleva a la conclusión de que se ha mejorado la credibilidad, lo que ha llevado a un mayor cambio en la actitud de la audiencia y, por lo tanto, se ha visto más afectado por los medios, los periodistas o la información (Tsfati et ál., 2002). En tal sentido, si la audiencia aumentó, es porque la información tuvo un alza dosis de calidad informativa para la audiencia.

Ramiro (2004), define que el comportamiento moral y el comportamiento del periodista rígido es su trayectoria y su profundo reconocimiento de los principios y normas de defensa de la verdad, la justicia, el respeto por el origen humano y la privacidad, el cumplimiento de la responsabilidad social y el respeto por los demás encontrando intereses comunes. Finalmente, en ese sentido la ética periodística son principios de reglas, de conductas y prácticas deseables que se orienta al comportamiento del profesional, finalmente en este caso; el profesional del periodismo y sus valores se orientan hacia el empirismo, según el cual, maneja la información con carácter veraz, de allí que, los principios básicos sobre los cuales debe trabajar el periodista son: verdad, confianza, y su trayectoria o reputación. (Roses., 2009), La confianza en los periodistas se reconstruye en una confianza selectiva en los periodistas, dividida en cuatro tipos: confianza en la selección de

sujetos, confianza en la selección de hechos, precisión de la representación de los sujetos y confianza en los criterios de evaluación. (Bentele et ál., 2008). Finalmente,

Castellón (2014) define que servir a la sociedad se basa en la credibilidad y la confianza en lo que se dice; la ética profesional, la moralidad no es traicionar, es ser fiel, ser honesto, obtener apoyo, sino hablar de manera precisa, porque Esto se basa en una búsqueda honesta de la verdad. Finalmente, Restrepo (2016) define que la ética profesional se basa en la obediencia libre y responsable a la ética que guía la investigación de las actividades de noticias, y su propósito es contribuir al bienestar de la sociedad; teniendo en cuenta las condiciones básicas para la difusión de la información. En otras palabras, si no cumplimos los principios éticos, no construiremos nada. También se consideran las características de las habilidades personales basadas en la seguridad, la sabiduría y el carisma (Roses, 2009).

La credibilidad se mantiene en forma de confianza, verdad y trayectoria. Los periodistas definen la credibilidad como la difusión continua de la verdad y la confianza en la verdad, es decir, la información que se ha confirmado como real (Fernández del Moral, 1999). Finalmente, para el mismo autor, va más allá, porque cree que los periodistas no tienen que pensar en la compañía, no en la compañía y su gerente, sino en los ciudadanos que reciben información de la compañía o la fuente, y así dejan de pensar. Asegurándose que esto sea correcto, porque el periodista "muestra un aislamiento más completo de la audiencia" (Fernández del Moral, 1999). En otras palabras, crear confianza es informar con veracidad, honestidad y el compromiso que tiene todo periodista que ejerce la profesión del periodismo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

El tipo de trabajo de investigación fue básico, porque da a conocer principios que ayudará a desarrollar nuevos descubrimientos de amplias generalizaciones, apoyándose en un contexto teórico y da lugar a nuevos conocimientos científicos en una rama del saber. (Hernán., 2010), la investigación fue de tipo básica ya que se aplicó nuevos conocimientos y se relacionó con estudios a nuevos conocimientos, en la cual se aplicó en la credibilidad informativa del periodista Manuel Rosas en el programa “Exitosa Perú”, en oyentes de Los Claveles, Ate, 2020 y se recurrió al diseño no experimental.

Hernández et al (2014) definen que, el diseño no experimental, es el que se encarga de analizar sin manipular premeditadamente las variables; lo que indica este tipo de investigación es observar el fenómeno en un contexto natural, para luego después ser analizado al no emplear ningún estímulo se considera no experimental, en ese sentido a los oyentes de Los Claveles, Ate, 2020 no se realizó ninguna manipulación, sino que a través de la observación serán analizados. Se empleará de modo transversal, ya que el estudio de investigación cuenta con bastante sustento teórico. Los autores indican que la investigación es transversal ya que busca recolectar en un solo tiempo.

3.2. Variables y Operacionalización

- **Definición conceptual:** La credibilidad informativa se mantiene en forma de confianza, veracidad y trayectoria, de modo que la credibilidad se define como la confianza del periodista en continuar difundiendo los hechos verdaderos, es decir que la información que se ha confirmado es como veracidad (Hernández 2017).

La ética también se basa en las características de los valores de investigación de noticias, y debe tener un método para respetar y defender la verdad; el propósito es explicar objetivamente al público (Restrepo., 2016).

- **Definición operacional:** En la definición operacional las dimensiones encontradas como confianza, veracidad, trayectoria y ética periodística, se determinará la herramienta básica para medir la relación que existe de

en un periodista creíble e intachable, cumpliendo las normas fundamentales como la ética profesional y deontológica.

- **Indicadores:** Los indicadores se desprenden de las dimensiones encontradas de una variable y son: la confianza, veracidad, trayectoria, la selección de la noticia, difusión de hechos, reputación, exactitud, honestidad, espíritu crítico, realidad de la información, transparencia, prestigio, rigurosidad, exigencia, respeto de las fuentes, cercanía con la audiencia, desinterés personal, honradez, imparcialidad, realidad de la noticia, noticia honesta y noticia con transparencia estos son los indicadores que permitirá medir a un periodista creíble.
- **Escala de Medición:** La escala de medición que se aplicó en el trabajo de investigación fue escala de Likert.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. La población:

En el estudio de investigación la población fueron los vecinos de los claveles de Ate, es una población infinita ya que es el conjunto de grupos que presentan similar particularidad, esto se caracteriza a través de los problemas y objetivos específicos de acuerdo al trabajo de investigación. (Arias., 2016). En otras palabras, es el registro de una totalidad de lo existente en el universo. Es un grupo de personas u objetos que desea conocer en la encuesta. " El universo o la población pueden estar compuestos por personas, animales, registros, nacimientos, muestras y accidentes de tráfico. La población es un universo grande donde la población es inaccesible. En la presente investigación, la población resulta indeterminada al conformarse por un conjunto de vecinos de Los Claveles del distrito de Ate.

- **Criterios de Inclusión:** Para la recolección de datos fue importante la selección y la inclusión de los oyentes de los claveles, determinando a quienes se debería de incluir para la investigación del presente informe ya que los vecinos serán exclusivamente oyentes de Radio Exitosa. Es importante considerar que son las características que necesariamente el investigador deberá seleccionar para su

estudio, incluyendo definir la condición de su interés. (Ruiz et ál., 2004) por lo tanto el investigador seleccionará a las personas que serán encuestadas.

- **Criterios de Exclusión:** Para la recolección de datos fue importante también indicar a quienes se excluirá en la selección de vecinos de los claveles de ate. Ya que para el investigador será factible una mejor investigación con objetividad y transparencia. En ese sentido aquellos que se indican que serán, excluidas de estudio de la muestra para es delimitar a quien sí se estudiará y a quienes no, con el propósito de trabajar con las personas objetivas. (Ruiz et al, 2004) Quiere decir que al excluir a vecinos que no correspondan al estudio de trabajo de investigación, el informe será eficiente para el investigador.

Tabla 1
Criterios de Inclusión y Exclusión

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
<ul style="list-style-type: none"> • Personas de 20 años a 60 años, Ambos sexos Inquilinos de una vivienda. • Familiares visitantes. • Ambos sexos • Vecinos de la Asociación Los Claveles, Ate • Personas con antecedentes penales • Personas con estudio secundario o superior. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menores de 19 años y Mayores de 61 años • Familiares visitantes. • Personas con antecedentes penales • Personas que Presentan con enfermedad mentales.

Fuente: Elaboración propia

3.3.2. Muestra

La muestra de la población estuvo conformada por 384 vecinos de Los Claveles de Ate ya que la presente investigación tiene como finalidad obtener resultados eficientes. Finalmente, Hernández et al (2014) define que es un subconjunto o parte

del universo o población en estudio que contengan la misma característica. Existen algunos programas para obtener la cantidad de componentes de muestra, como fórmulas, lógica, etc., que se verán más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. Para Pineda (1994), el tamaño de la muestra debe definirse en base a dos criterios: 1) De acuerdo con los recursos disponibles y los requisitos del análisis de la investigación. Por lo tanto, se recomienda utilizar la muestra más grande posible: cuanto más grande y representativa sea la muestra, menor será el error de la muestra. Es decir que si la representación de la muestra es mayor los errores serán menos y se obtendrá mejores resultados. Para Hernán la muestra es un subconjunto de las personas involucradas, los datos se recopilarán en este subconjunto y deben definirse con precisión o delimitarse de antemano, lo que debe representar al grupo. (2010, p.175).

3.3.3. Muestreo

Las características generales y el tamaño de la muestra, y al seleccionar de forma aleatoria o mecánica la unidad de análisis, se pueden seleccionar todos los elementos de la población. Hernán et al (2010.) definen que la siguiente investigación, el tipo de muestreo es probabilístico, usando el aleatorio simple ya que en el conjunto de población presenta las mismas características y cualidades de probabilidad, es seleccionado para conformar la muestra.

Ferrer (2010), define que el muestreo es una herramienta para la investigación científica. Su función básica es determinar qué parte de la realidad (población o universo) en estudio debe ser examinada para inferir la población. El error causado por el hecho de que una conclusión de una realidad que se extrae de la observación de solo una parte de los hechos se llama error de muestreo. Obtener suficientes muestras significa obtener una versión general simplificada para reproducir sus características básicas de alguna manera. Además, Ferrer et al. (2010), define que, en el muestreo aleatorio simple, todos los individuos tienen la misma posibilidad de ser elegidos. La selección de muestras se puede realizar mediante cualquier mecanismo de probabilidad, en el que todos los elementos pueden ser elegidos.

3.3.4. Unidad de análisis

El lugar donde se estudiará a la población, será en Los Claveles, Ate, 2020 y serán encuestados 384 las personas para el estudio.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La presente investigación utilizó la técnica de encuesta en pobladores de la Asociación Los Claveles, Distrito de Ate, Año, 2020. Esta encuesta es un método de investigación que puede proporcionar respuestas en términos descriptivos y preguntas relacionadas con variables después de recopilar información del sistema basada en diseños previamente establecidos para garantizar el rigor de la información obtenida. En otras palabras, de esta manera, se puede utilizar para proporcionar una descripción del objeto de investigación, detectar patrones y relaciones entre las características descritas y establecer relaciones entre eventos específicos.

El instrumento empleado para la recolección de datos fue el cuestionario de preguntas, la cual estuvo compuesta por interrogantes, favoreciendo un mejor entendimiento, aplicando la variable de estudio. La herramienta más utilizada para recopilar datos es el cuestionario. Un cuestionario consta de una serie de preguntas sobre una o más variables. medición. Debe ser coherente con la declaración del problema (Brace, 2008). Las preguntas del cuestionario fueron obtenidas a partir de los indicadores de cada dimensión, mediante escala Likert.

Para la validez del cuestionario, se recurrió previamente a tres expertos en la carrera de Ciencias de la Comunicación (Ver tabla 2), quienes evaluaron mediante criterios subjetivos, el constructo de los ítems del instrumento por dimensiones de la variable, utilizando una rúbrica de calificación. Los puntajes obtenidos por estos expertos, permitieron medir la coherencia de los ítems del cuestionario con los indicadores, dimensiones y la variable de estudio, mediante el coeficiente V de Aiken, alcanzando una valoración del 91% de validez.

Tabla 2*Cuadro de validadores*

Validador	Grado Académico	Resultado
Mg. Tornero Cruzatt Vladimir	Magister en Educación	Aplicable
Mg. Pérez Terrones José	Magister en Periodismo	Aplicable
Mg. Moreno López Wilder	Magister en comunicación social	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

En la presente investigación se midió la confiabilidad usando el Alfa de Cronbach en una prueba piloto a 10 personas de la Asociación Los Claveles parte de la muestra con el cual se puede calificar el grado de confiabilidad, teniendo como resultado 0.908 teniendo como interpretación que la medida en el coeficiente Alfa es aceptable. Finalmente, el término confiabilidad se refiere al grado de aplicación del mismo nivel a un grupo de personas, por lo que significa igualdad. (Hernández et al.,2014)

Tabla 3*Tabla de fiabilidad del instrumento*

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,908	,919	20

Fuente: SPSS

3.5 Procedimientos:

Para la recolección de datos, se aplicó una encuesta presencial a los pobladores de la Asociación de Los Claveles en el distrito de Ate, en fecha única, llevada a cabo el día 16 de septiembre de 2020, cuyas respuestas obtenidas mediante los ítems del cuestionario tipo Likert fueron tabuladas mediante códigos numéricos utilizando una base de datos en Excel.

3.6 Método de análisis de datos:

Luego de haber tabulado los datos de la encuesta, se procesaron mediante análisis estadístico descriptivo, mediante el programa SPSS, versión 25.0, cuyos resultados fueron generados mediante gráficas de distribución de frecuencia en barras, conteniendo las frecuencias y porcentajes correspondientes.

3.7 Aspectos éticos

La presente investigación se encuentra alineada a las normas éticas establecidas por la Universidad César Vallejo y el adecuado uso de fuentes bibliográficas nacionales e internacionales, respetando los derechos de autor para el análisis, citación y referenciación de contenidos, de acuerdo a lo establecido por el Manual APA 7ma. edición. Así mismo, la información presentada estuvo sujeta a los principios éticos de la investigación, como beneficencia, no maleficencia, autonomía y justicia.

IV. RESULTADOS

Tabla 4

Resultados de credibilidad informativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,5	,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	77	20,1	20,6
	De acuerdo	255	66,4	87,0
	Totalmente de acuerdo	50	13,0	100,0

Fuente: SPSS

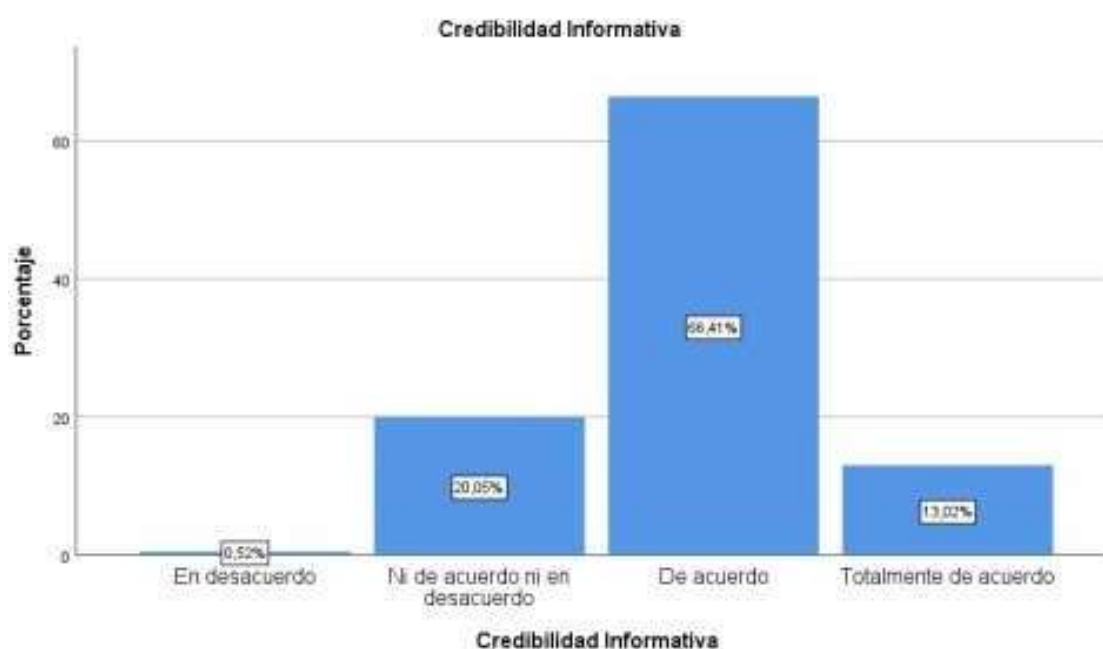


Figura 1

Resultados de credibilidad Informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el objetivo general, se obtuvo como resultado la credibilidad Informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, se obtuvo como resultados que el 13,02%

de los encuestados indican que están “Totalmente de acuerdo” con la información brindada, un 66,41% están de acuerdo, un 20,05% no está en Ni de acuerdo, ni en desacuerdo y finalmente un 0,52 % están en desacuerdo. Se concluye que los oyentes de los Claveles el 66,41 % afirman que el programa es creíble.

Tabla 5

Resultados de identificar la confianza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	,5	,5	,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	89	23,2	23,2	23,7
De acuerdo	184	47,9	47,9	71,6
Totalmente de acuerdo	109	28,4	28,4	100,0

Fuente: SPSS

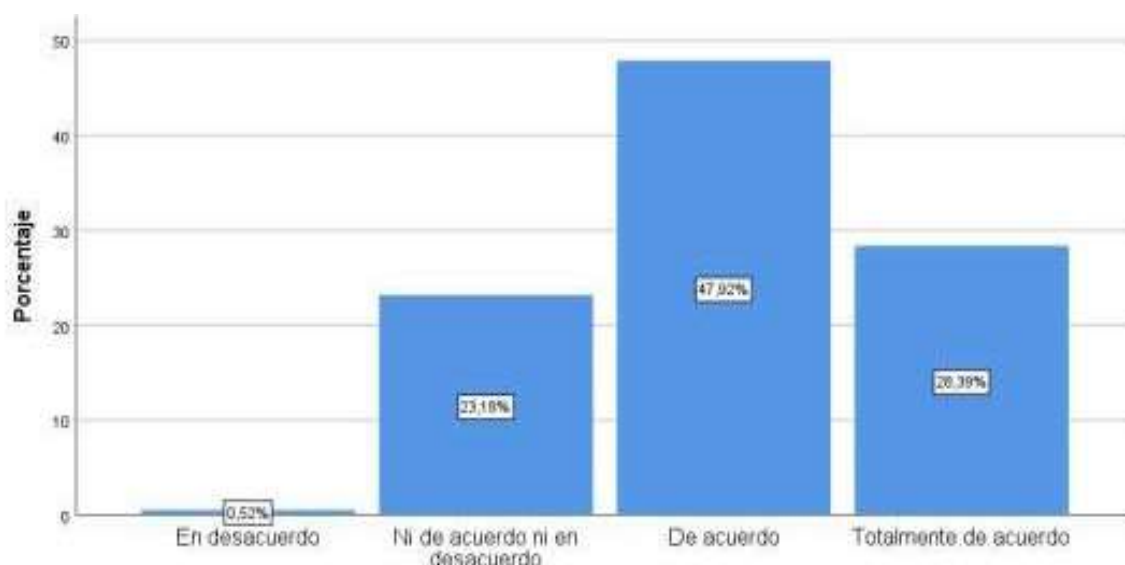


Figura 2

Identificar la confianza en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el primer objetivo específico, se puede ver que la confianza del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, se obtuvo como resultados que el 47,92% de los encuestados indican que están " De acuerdo", un 28,39 % están Totalmente de acuerdo con la confianza del periodista, un 23,18% está Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, un 0,52 % están en desacuerdo. Se concluye que los oyentes de los Claveles el 47,92 % afirman que el programa radial les genera confianza.

Tabla 6

Resultados de describir la veracidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,5	,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	49	12,8	13,3
	De acuerdo	184	47,9	61,2
	Totalmente de acuerdo	117	30,5	91,7

Fuente: SPSS

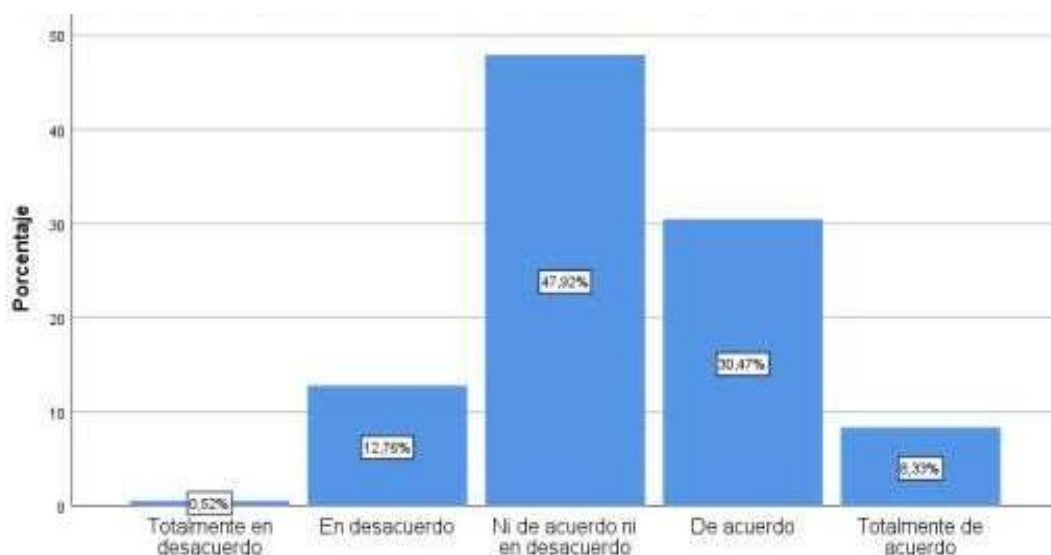


Figura 3

Veracidad en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el segundo objetivo específico, se puede ver que la veracidad del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, se obtuvo como resultados que el 30,47% de los encuestados indican que están " De acuerdo", un 8,33 % están Totalmente de acuerdo con la veracidad del periodista, un 47,92% está Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, un 12,76 % están en desacuerdo. Se concluye que los oyentes de los Claveles el 30,47 % confirman que el periodista tiene veracidad.

Tabla 7

Resultados de reconocer la trayectoria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,5	,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	85	22,1	22,7
	De acuerdo	232	60,4	83,1
	Totalmente de acuerdo	65	16,9	100,0

Fuente: SPSS

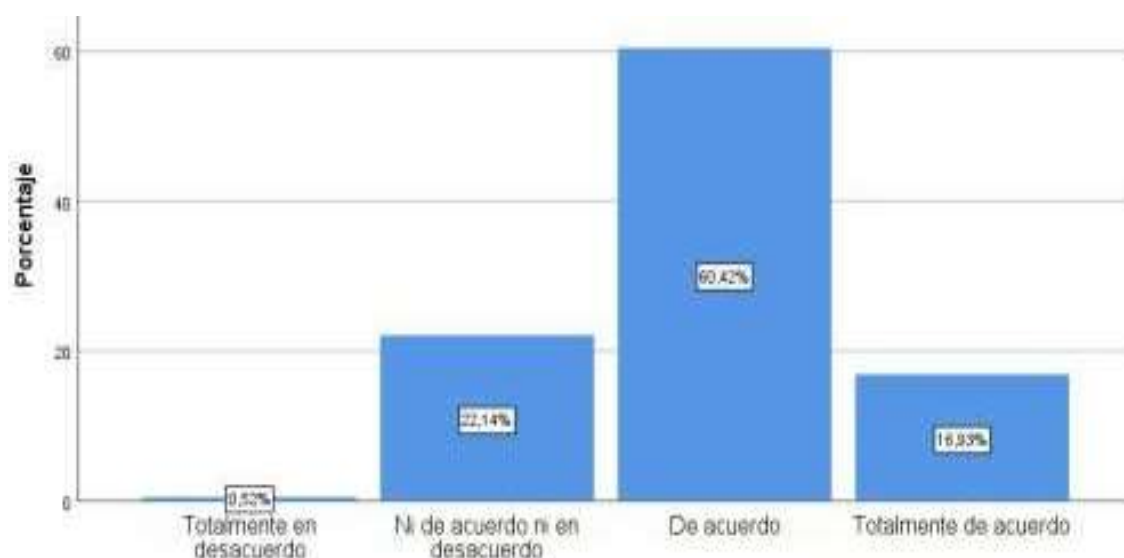


Figura 4

Reconocer la trayectoria en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el tercer objetivo específico, se puede ver que la trayectoria del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, se obtuvo como resultados que el 60,42% de los encuestados indican que están " De acuerdo", un 16,93 % están Totalmente de acuerdo con la trayectoria del periodista, un 22,14 % está Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, un 12,76 % están en desacuerdo. Se concluye que los oyentes de los Claveles el 60,42 % reconocen la trayectoria del periodista Manuel Rosas.

Tabla 8

Resultados de ética profesional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	16	4,2	4,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	116	30,2	34,4
	De acuerdo	204	53,1	87,5
	Totalmente de acuerdo	48	12,5	100,0

Fuente: SPSS

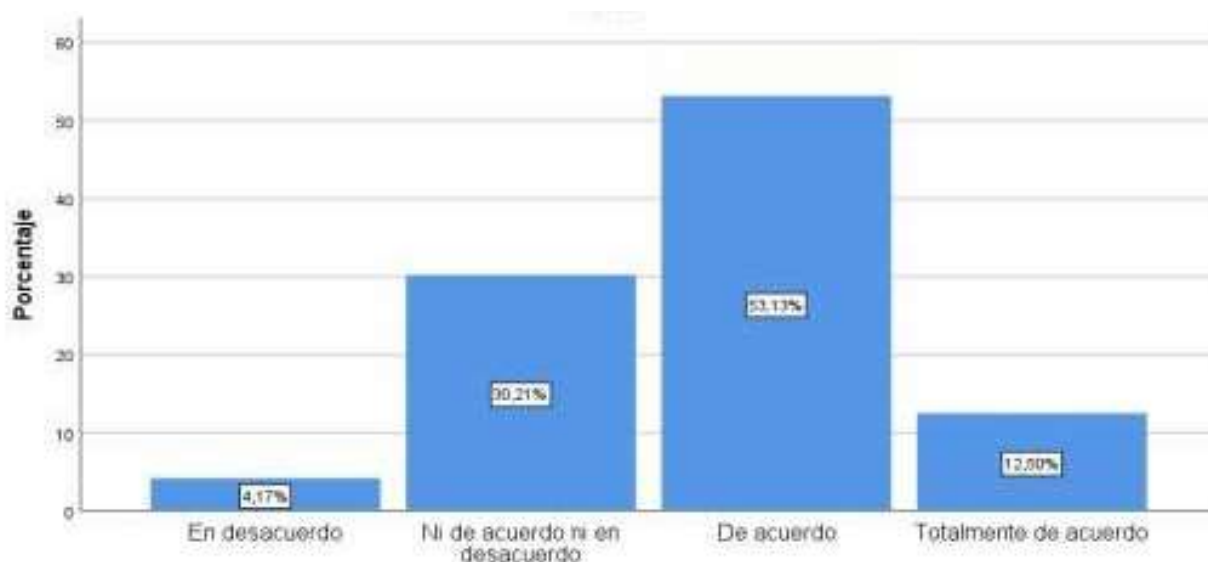


Figura 5

Ética profesional en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el cuarto objetivo específico, se puede ver que la ética profesional del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, tuvo como resultados que, el 53,13% de los encuestados indican que están " De acuerdo", un 12,50% están Totalmente de acuerdo con la ética profesional del periodista, un 30,21% está Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, un 4,17% están en desacuerdo. Se concluye que los oyentes de los Claveles el 53,13% afirma que tiene ética profesional en su programa.

Tabla 9

Estadísticos descriptivos Generales

		D1	D2	D3	D4
		IDENTIFICA R LA CONFIANZ A EN EL PERIODIST A MANUEL ROSAS DE RADIO EXITOSA EN OYENTES DE LOS CLAVELES, ATE, 2020.	DESCRIBIR LA VERACIDA D EN EL PERIODIST A MANUEL ROSAS DE RADIO EXITOSA EN OYENTES DE LOS CLAVELES, ATE, 2020.	RECONOCE R LA TRAYECTO RIA EN EL PERIODIST A MANUEL ROSAS DE RADIO EXITOSA EN OYENTES DE LOS CLAVELES, ATE, 20 20.	DESCRIBI R LA ÉTICA PROFESIO NAL EN EL PERIODIS TA MANUEL ROSAS DE RADIO EXITOSA EN OYENTES DE LOS CLAVELE S, ATE, 2020.
N	Válido	384	384	384	384
	Perdidos	0	0	0	0
MEDIA		4,04	3,58	3,93	3,74
ERROR ESTÁNDAR DE LA MEDIA		,037	,034	,034	,037
MEDIANA		4,00	3,50	4,00	4,00
MODA		4	4	4	4
DESV. DESVIACIÓN		,732	,663	,659	,726
VARIANZA		,536	,440	,434	,527

ASIMETRÍA		-,145	-,186	-,368	-,215
ERROR ESTÁNDAR DE ASIMETRÍA		,125	,125	,125	,125
CURTOSIS		-,888	,956	1,151	-,131
ERROR ESTÁNDAR DE CURTOSIS		,248	,248	,248	,248
RANGO		3	4	4	3
MÍNIMO		2	1	1	2
MÁXIMO		5	5	5	5
SUMA		1552	1376	1510	1436
PERCENTILES	25	4,00	3,25	4,00	3,00
	50	4,00	3,50	4,00	4,00
	75	5,00	4,00	4,00	4,00

V. DISCUSIÓN

Los resultados del objetivo General describir la credibilidad informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, permitieron identificar que, la credibilidad del periodista, mas allá de algunos cuestionamientos sociales que pudieron deteriorar su credibilidad, debido a su valor axiológico, percibido desde el juicio de la población.

Esto se asemeja con los datos de Katz y Lazarsfeld (1955, como se citó en Jason et al, 2015) afirmando que, las personas se encuentran mayormente influenciadas por la comunicación interpersonal, antes que el contenido dirigido por los medios de comunicación, mostrando menor atención a las noticias. Cabe mencionar que a estas afirmaciones le anteceden la investigación de Lyons (2017), donde se obtuvo que, la comprensión de un estilo de periodismo activo que sopesa las afirmaciones en el contexto de la historia periodística, puesto que esta investigación se centra en las percepciones de atención en la investigación de la opinión pública.

Así mismo, la investigación de García (2018), hace mención a la alta necesidad de información, como resultado de la calidad informativa del periodista que puede tener hacia la audiencia, teniendo resultado que la credibilidad, representa un factor que influye en las decisiones de las personas, de tal forma que el mensaje sea creíble en forma determinada. Por lo tanto, se coincide con ambos autores determinando que la credibilidad es el valor absoluto que otorga el periodista y que tiene la responsabilidad de prevalecer la información con la verdad, para el cuidado de su reputación y prestigio.

Los resultados del objetivo específico N°1, identificar la confianza del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, permitieron determinar que, el 47,92% de los Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, mantuvieron confianza en el periodista Manuel Rosas y su programa radial en Radio Exitosa. Se coincide así con la postura de Elihu Katz y Paul Lazarsfeld (1955) cuya teoría, en donde testifica que, para poder liderar una audiencia, lo importante

es ser prístino, cumpliendo el papel clave de las habilidades comunicativas para ejercer la confianza y generar conclusiones concretas. En este sentido, la investigación de Para Jason, et al (2015), la confianza del público percibida en las noticias, tiende a incidir en la forma como presta atención a las noticias, derivando en actitudes y comportamientos para la búsqueda de información, aunque evidenciando la disminución de la confianza del público como problema social latente en los medios de comunicación, con implicancias en el intercambio informativo de noticias en las redes sociales. Para La Rosa (2019), los ciudadanos ya no se complacen con intercambios de opiniones y comentarios que brindan, llegando a la conclusión que, la credibilidad está relacionada, a través de los medios de comunicación estableciendo una seguridad de información confiable para la comunidad. Por lo tanto, lo dicho por los autores, coincide con los resultados del presente estudio, al evidenciar que la credibilidad de un medio.

Los resultados del objetivo específico N°2, describir la veracidad del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, determinaron que, el 47,92% de los oyentes de los claveles del distrito de Ate, considera que, el periodista Manuel Rosas es veraz, a través de su programa radial en Radio Exitosa. Esto coincidió con la posición de Elihu Katz y Paul Lazarsfeld (1955) en cuya teoría, manifestando que, en la actualidad se necesita ser honesto y pragmático, demostrando la realidad de la información con veracidad y cumpliendo este rol para ejercer la profesión.

Se coincide con los hallazgos de Rodríguez (2016) destacando el valor de las fuentes para la veracidad periodística. En tal sentido, las fuentes que brinda todo periodista deben tener precisión, brevedad, sencillez, claridad y que las noticias con veracidad, mantengan la promesa del periodista a informar y corroborar sus fuentes, demostrando profesionalidad en su labor.

Los resultados del objetivo específico N°3, determinaron reconocer la trayectoria del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, donde el 60,42% de los oyentes de Los Claveles del distrito de Ate, reconocieron que, la trayectoria del periodista Manuel Rosas en el programa de

Radio Exitosa fue significativa. De esta manera, se establecen coincidencias con Elihu Katz y Paul Lazarsfeld (1955), al afirmar que, el líder de opinión, influye en su audiencia, por lo tanto, el comportamiento moral y el comportamiento de un periodista rígido, es su trayectoria y su profundo reconocimiento de los principios y normas en defensa de la verdad.

Por su parte, Finn (2016), sostiene que, una visión social construida de la credibilidad y trayectoria está basada en la información por estudios etnográficos de intercambio de conocimientos, estudio sociológico del trabajo periodístico y teorías fundamentales de persuasión y confianza, adoptando decisiones complejas sobre quién es una fuente creíble para describir la ciencia, y cómo esa trayectoria de la credibilidad se comunica mejor a las audiencias más amplias. Por lo tanto, se coincidieron con ambos autores estableciendo que, la trayectoria es construida con el rigor profesional del periodista creíble, que pudo corroborarse en la actividad periodística de Manuel Rosas.

Los resultados del objetivo específico N°4, describir la ética profesional del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, mostraron que, el 53,13% de los oyentes de los Claveles de Ate, afirmaron que el periodista mantuvo una conducta ética en su programa radial en Radio Exitosa. En el aspecto de la discusión teórica, se coincide con Katz y Lazarsfeld (1955) afirmando que, la ética profesional se basa en la obediencia libre, responsable a la ética que guía la investigación de las actividades de noticias, y que su propósito es contribuir al bienestar de la sociedad. Para Mishra y Sharma (2019), la irrupción de las redes sociales e internet en el periodismo, trajo consigo cambios sociales en cuanto a los hábitos de recibir informaciones noticiosas, de entretenimiento o educación, debido a que el público está experimentando un uso mucho más fácil, conveniente, interactivo y personalizado de los contenidos, que son conocidos por el periodista. Esto conlleva a que, en el ejercicio de su actividad profesional, la credibilidad del periodista esté ligada al uso ético de la información y a la confianza que el público corresponde, toda vez que se alude a un accionar transparente.

Montgomery y Gray (2018) identificaron que, el pueblo expresa más confianza y preferencia por los medios de comunicación local con un 82% puesto

que consideran que la información esencial, como capacidad de vocación de servicio del periodista y es fundamental para el ciudadano estar bien informado, determinando que, la ética profesional son principios de reglas, conductas y prácticas deseables que se orienta al comportamiento del periodista.

VI. CONCLUSIONES

Primero

La credibilidad informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, estuvo caracterizada por una alta confianza, veracidad, trayectoria del periodista y ética puesta de manifiesto en su programa radial, mostrando que, un 66,41% de la población encuesta manifestó encontrarse de acuerdo con la credibilidad del periodista.

Segundo

La confianza hacia el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa obtuvo un 47,92% de la población encuestada, al manifestar encontrarse de acuerdo en confiar en la palabra del periodista, a través de Radio Exitosa, lo que permite distinguir que, la confianza del público hacia el medio y sus periodistas se encuentra muy ligada.

Tercero

La veracidad del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa tuvo a un 30,47% de la población encuestada, que señaló encontrarse de acuerdo en afirmar que, su labor informativa fue veraz, a partir de su honestidad y pragmatismo periodístico al momento de informar con precisión, brevedad, sencillez, claridad.

Cuarto

La trayectoria profesional del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en relación a su credibilidad, tuvo un 60,42% de oyentes de Los Claveles, Ate, que manifestaron estar de desacuerdo que la trayectoria profesional del periodista pudo coadyuvar a mejorar su credibilidad, manteniendo una audiencia amplia y el rigor periodístico aplicado, basado en la corroboración de sus fuentes informativas.

Quinto

La ética profesional del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa, obtuvo como hallazgo en la población encuestada que, un 53,13% manifestó encontrarse de acuerdo, en percibir que el periodista tiene respeto por las fuentes y la confianza percibida por los oyentes al momento de informar con transparencia.

VII. RECOMENDACIONES

Primera

Se recomienda, dirigir futuras investigaciones en torno a la credibilidad informativa de periodistas y comunicadores sociales en el ámbito local, a fin de identificar las condiciones de confianza, veracidad, trayectoria profesional y ética en la percepción de la opinión pública.

Segunda

La confianza del periodista debe basarse en la construcción de la imagen y la reputación profesional, al momento de informar y acercarse al público, para lo cual, se sugiere emprender investigaciones con enfoque cualitativo con diseño de estudio de casos, que permitan evaluar las características de la confianza en la labor informativa de los periodistas.

Tercera

La veracidad del periodista, debe mantener un inquebrantable rol crítico y de análisis de la información, ligado a la verificación de las fuentes informativas, para lo cual se recomienda, propulsar futuras investigaciones de nivel correlacional para determinar cómo los periodistas construyen una imagen de veracidad en la opinión pública, a partir de los niveles de veracidad y las fuentes informativas utilizadas.

Cuarta

Sobre la trayectoria del periodista, se recomienda emprender nuevas investigaciones que coadyuven a estudiar la actividad periodística profesional y su performance, desde la construcción de la confianza lograda con el público, a partir de la forma de informar y acercarse al público, atendiendo sus principales problemas y necesidades.

Quinta

Sobre la ética profesional se recomienda que el Colegio de Periodistas y los medios de comunicación, reafirmen sus códigos de procedimientos éticos en la labor informativa, a fin que la credibilidad periodística no se vea afectada, a consecuencia de practicas desleales y poco honestas hacia el público, al momento de informar.

REFERENCIAS

- Ayala, W. R. Z., Ramírez, D. G., & Rubio, A. B. (2019). *El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana*. Estudios Sobre el Mensaje Periodístico, 25(1), 587. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63747>
- Baca Quiroz, L. P. L., & Urbina Díaz, Y. L. A. (2016). *Nivel de Audiencia de radio Exitosa y su relación con la percepción de credibilidad en oyentes de la ciudad de Chiclayo 2016*. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/10112>
- Beveridge, W. I. B. (1966) *El arte de la investigación científica*. Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela. Caracas. <https://padron.entretemas.com.ve/documentos/BeveridgeArteDelInvestigacion.pdf>
- Buendía, L., Colás, P. y Hernández, F. (1998). *Métodos de Investigación en Psicopedagogía*. Madrid: McGraw-Hill.
- Burns, LS y Matthews, BJ (2018). *Comprender el periodismo*. Sabio.
- Calvo Porral, C., Martínez-Fernández, V. A., & Juanatey-Boga, O. (2014). *La credibilidad de los medios de Comunicación de masas: una aproximación desde el Modelo de Marca Creíble*. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 37(2), 21-49. <https://doi.org/10.1590/1809-584420141>
- Castro S., Y. R., & Jara C., V. A. (2018). *La formación profesional y el tratamiento ético de noticias policiales escritas, en periodistas de Trujillo, 2017*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI]. Repositorio Institucional UCT. <http://repositorio.uct.edu.pe/handle/123456789/442>
- Castro Savoie, J. Ángel. (1). Burgueño, José Manuel (2010). *Cuestión de confianza. La credibilidad, el último reducto del periodismo del siglo XXI*. Estudios Sobre

El Mensaje Periodístico, 17(1), 243-244.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/36956>

Coronado Padilla, J. (Julio-Diciembre de 2007). *Escalas de Medición*. Paradigmas, 2(2), 104-125. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4942056.pdf>

Cruz P., R. J., & Maldonado S., J. E. (2019). *El vínculo de confianza entre las fuentes ciudadanas y los periodistas de la edición web de RPP y La República – Primer Semestre 2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional UTP.
<https://hdl.handle.net/20.500.12867/2826>

Del Valle, D, A., R .(2018). *Las audiencias activas y la credibilidad de los medios de comunicación en México*. [Memoria para optar el grado de Doctor, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional UCM..
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/47825/>

Finn, E., J. (2016). *Use of sources by science news writers an exploration of information credibility*. [Tesis doctoral, The University of Texas at Austin]. Repositorio Institucional UT. <http://hdl.handle.net/2152/41973>

García Vásquez, N. H. (2019). *Factores que determinan la lectoría de los usuarios del medio periodístico nativo digital Chimbote en Línea, 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio Institucional UPAO, <https://hdl.handle.net/20.500.12759/5078>

Heale, R y Twycross, A (2015) *Validity and reliability in quantitative studies*. Evid Based Nurs, 18(3), pp.66-67. <http://dx.doi.org/10.1136/eb-2015-102129>

Hernández S., R., Fernández C., C., & Baptista L, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: McGraw Hill.

Herrera M. K. (2019). *Ética periodística. Conceptos y prácticas desde sus actores*. Friederich Ebert Stiftung. Centro de competencia en comunicación para América Latina.
https://www.academia.edu/42814644/T%C3%ADtulo_%C3%89TICA_PERIOD%C3%8DSTICA_CONCEPTOS_Y_PR%C3%81CTICAS_DESDE_SUS_ACTORES

- Jia, C. (2020). *Chinese Automated Journalism: A Comparison Between Expectations and Perceived Quality*. *International journal of communication*, 14(22), pp. 2611–2632. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/13334>
- López, J. D., Loayza R., V.Y., Bernal S., J.D. y Caisatoa Z., N. (2017). *Evolución de la credibilidad de las fuentes públicas consultadas por los periodistas en Ecuador*. *Revista ComHumanitas*, 8(2), pp.73-84. <https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/143>
- Jason T., Chance Y., Jacob I., Rosanne M. S. y Raymond J. P. (2015). *News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(5), pp. 520–535, <https://doi.org/10.1111/jcc4.12127>
- Jordán Delgado, O. A. (2017). *Prensa, seguridad y defensa: El periodismo visto desde los medios y las instituciones armadas. Una experiencia desde la calle al manejo de contenidos*. [Trabajo de suficiencia, Universidad Particular de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional USMP <https://hdl.handle.net/20.500.12727/3083>
- Montgomery, L. and Gray, B. (2017), *Information Veracity and the Threat of Fake News*, En Matarazzo, J.M. and Pearlstein, T. (Ed.) *The Emerald Handbook of Modern Information Management*, Emerald Publishing Limited, pp. 409- 435. <https://doi.org/10.1108/978-1-78714-525-220171017>
- La Rosa Pinedo, A. (2009). *Transparencia, acceso a la información y credibilidad en la sociedad de la información*. *Consensus*, 14(1), pp. 33-39, <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/consensus/article/view/1730>
- Livise, A. (27 de septiembre de 2017). Así es como un periodista decide hacerle el pare a la imitación racista contra las personas de la amazonia. *Utero.pe*. <http://utero.pe/2017/09/27/asi-es-como-un-periodista-decide-hacerle-el-pare-a-la-imitacion-racista-contra-las-personas-de-la-amazonia/>
- Lyons B. A. (2018). *When Readers Believe Journalists: Effects of Adjudication in Varied Dispute Contexts*. *International Journal of Public Opinion Research*. 30(4) pp. 583–606, <https://doi.org/10.1093/ijpor/edx013>

- López-Roldán, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universitat Autònoma de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/record/129382>
- Martínez García, G. (2019). *Manipulación fotográfica y credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía*. Correspondencias y Análisis. (9) <https://doi.org/10.24265/cian.2019.n9.06>
- Mishra, KK, & Sharma, S. (2019) *Redes sociales: una fuente de noticias y una herramienta para generar conocimiento sobre varios asuntos*. UNNATI The Business Journal. 7(2), pp.16-20. <http://www.businessjournal.ac.in/July-Dec-2019/SOCIAL-MEDIA-A-SOURCE-OF-NEWS-&-TOOL-TO-GENERATE-AWARENESS-ON-VARIOUS-ISSUES.pdf>
- Orbezo Ciurlizza, Y. D. (2016). *La relación entre la fuente informativa y la credibilidad de la información en los periodistas de la revista Caretas, Lima, 2016*. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/2510>
- Orlandoni M., G. (2010). Escalas de medición en Estadística. Telos, 12(2), pp. 243-247. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99315569009>
- Pita Fernández, S., & Pértegas Díaz, S. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Cuadernos de atención primaria, 9(2), 76-78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2331095>
- Rodrigo Mendizábal, M.A., I. (2012). *Calidad informativa: credibilidad de medios y periodistas en el Ecuador*. ComHumanitas: Revista Científica De Comunicación, 3(1), 53-69. <http://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/5>
- Rodríguez Carcela, R. (2016). *Las fuentes informativas en el periodismo de sucesos. Análisis en la prensa escrita*. Correspondencias & Análisis, (6), 197-218. <https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.11>
- Rodríguez, F. N. (2007). *Generalidades acerca de las técnicas de investigación cuantitativa*. Paradigmas, 2(1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4942053>

- Sandoval L., J., & Miranda C., I. D. (2019). *Fake news y credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima Perú. Caso: Suicidio de Alan García*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional UTP. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/2720>
- Soto-Escobar, R. & Espejo-Cala, C. (2019). *Las fuentes de información en los primeros periódicos españoles (1618-1635). La construcción de la credibilidad informativa*. *Communication & Society*, 32(3), 81-92. DOI. 10.15581/003.32.3.81-92
- Sánchez Di Natale, F. (2019). *El rol del periodista de política en un diario*. [Trabajo de suficiencia, Universidad Particular de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/5737>

ANEXOS

ANEXO 5

Operacionalización de la variable: Credibilidad Informativa

Vari able	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Credibi lidad Inform ativa.	La credibilidad informativa se sustenta como confianza, verdad y trayectoria, de tal manera que los periodistas definen que la credibilidad es una es la difusión continuada de hechos con exactitud, informaciones que sucesivamente son confirmadas como reales. (Fernández del Moral, 1999). La ética profesional es la característica fundamental en los valores de una investigación periodística que debe tener un enfoque de respeto y defensa de la verdad; con el firme propósito de ilustrar con objetividad a la audiencia (Restrepo.,2016)	En la definición operacional las dimensiones encontradas como confianza, veracidad, trayectoria y ética periodística, se determinará la herramienta básica para medir la relación que existe de en un periodista creíble e intachable, cumpliendo las normas fundamentales como la ética profesional y deontológica. El instrumento empleado en esta investigación será la encuesta y se usará la escala de Likert	Confianza	Selección de noticia		Ordinal
				Difusión de los hechos		
				Reputación		
			Veracidad	Exactitud		
				Honestidad		
				Espíritu crítico		
			Trayectoria	Realidad de la información		
				Transparente		
				Experiencia		
				Prestigio		
			Ética Profesional	Rigurosidad		
				Exigencia		
				Respeto por las fuentes		
				Cercanía con la audiencia		
				Desinterés personal		
				Honradez		
				Imparcialidad		
Realidad de la noticia.						
Noticia honesta.						
Noticia con transparencia						

ANEXO 6

Instrumento

“Año de la universalización de la salud”

Cuestionario de escala Likert

Título

Credibilidad Informativa del Periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020.

Instrucciones:

Vecinos de los claveles de Ate, año 2020. Este cuestionario se formuló con el fin de recolectar datos para medir la información de un periodista. Tiene por finalidad obtener información con el desempeño a sus respuestas.

1. Marcar con una (X) para representar que tan De acuerdo o en Desacuerdo está con las siguientes afirmaciones. Lea atentamente y responda con honestidad.
 2. La escala utilizada es del 1 al 5
- (1) Totalmente en desacuerdo. (2) En desacuerdo. (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo. (4) De acuerdo. (5) Totalmente de acuerdo.

Nombre:

Edad:

Género: F M

1. Confío en la información brindada por un Periodista.

a) Totalmente de acuerdo

- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

2. Los hechos que da a conocer un periodista aumentan mi confianza.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

3. La reputación de un periodista permite aumentar su confianza.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

4. La credibilidad de un periodista está relacionada con su trayectoria.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

5. El periodista presenta los hechos noticiosos con honestidad.

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

6. El periodista expresa su espíritu crítico en temas coyunturales.

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

7. El periodista presenta la información de la realidad con veracidad.

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

8. El periodista presenta la información noticiosa de manera transparente.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

9. La experiencia de un periodista inspira confianza en sus receptores.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

10. Confío en el prestigio de un periodista.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

11. El periodista desarrolla con rigurosidad la noticia.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

12. Confío en un periodista cuando expresa la noticia con exigencia.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

13. La credibilidad de un periodista guarda respeto por las fuentes.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

14. La credibilidad de un periodista permite la cercanía de su público.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

15. El periodista expresa desinterés personal cuando la noticia no es veraz.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

16. El periodista expresa su opinión al público con honradez.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

17. El periodista demuestra imparcialidad en la noticia.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

18. La ética profesional de un periodista expresa la realidad de la noticia.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo

- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

19. El periodista expresa la noticia con honestidad.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

20. El periodista expresa la noticia con transparencia.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

ANEXO 7

Validaciones



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: TORNERO CRUZATT, VLADIMIR

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Fecha: 10/09/2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"Credibilidad Informativa del Periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020."

SUGERENCIAS:-----

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			

Firma del experto:


Vladimir Tornero Cruzatt

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Pérez Terrones José

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: UCV

Fecha: 26-06-20

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"Credibilidad Informativa del Periodista Manuel Rosas en el Programa "Exitosa Perú" Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020."

SUGERENCIAS: _____

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 añadió 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				

Firma del experto:



Mg. José Pérez Terrones

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Moreno López, Wilder Emilio

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: UCV - UNFV

Fecha: 06-09-2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Credibilidad Informativa del Periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020.”

SUGERENCIAS:

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			

.....
Firma del experto:



Wilder Emilio Moreno López

ANEXO 8

Validación V de Aikeen

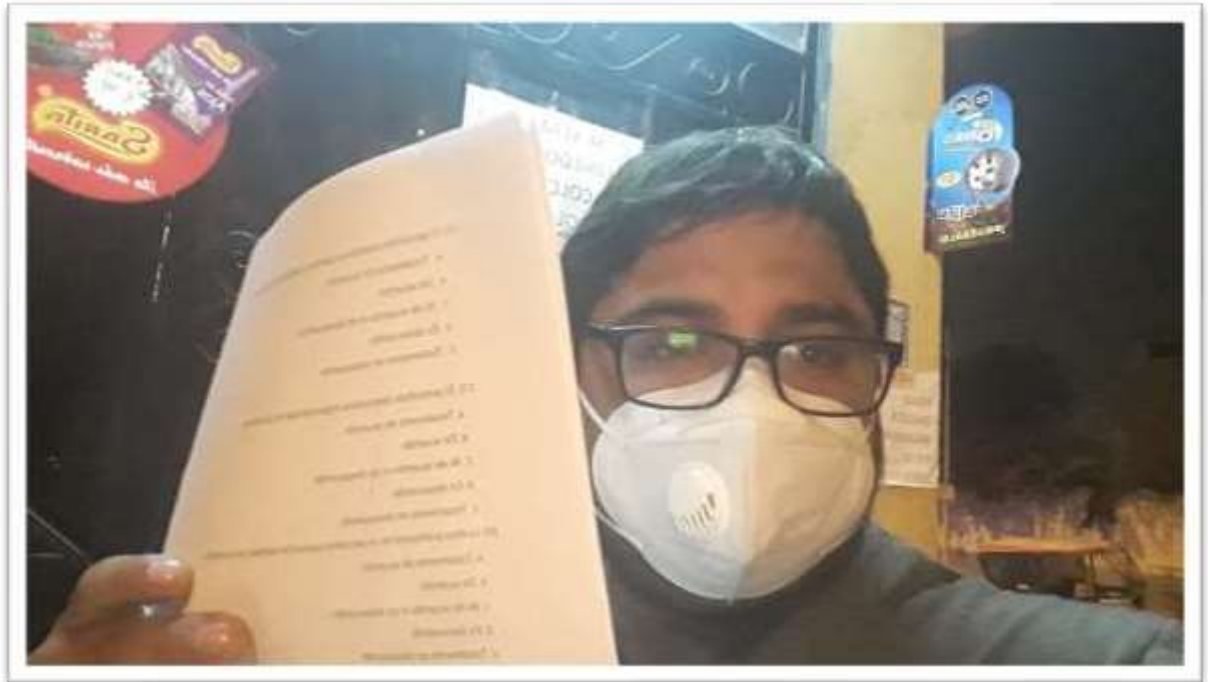
COEFICIENTE DE VALIDACION

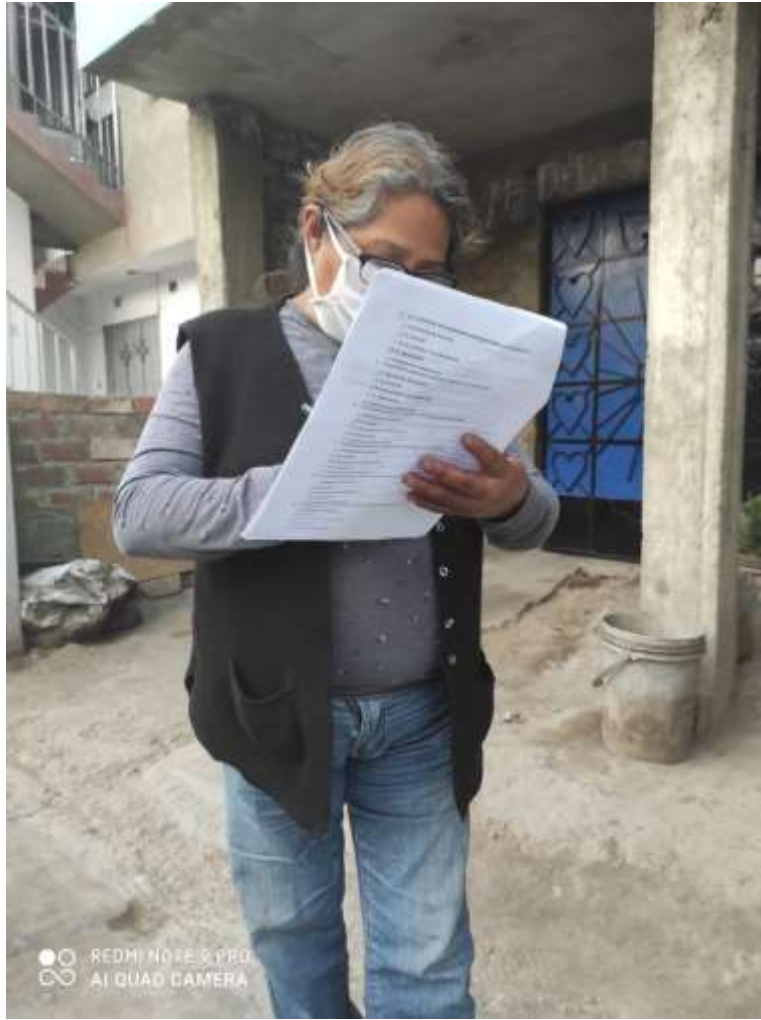
cuantitativo

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%

Anexo 9

Evidencias fotográficas de la recolección de datos







UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Credibilidad Informativa del Periodista Manuel Rosas de Radio
Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTOR(ES):

Llaro Torres, Tulio Jesús (ORCID: 0000-0002-3228-5974)

ASESOR:

Mg. Montenegro Díaz, Denis José (ORCID: 0000-0001-7448-8051)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la credibilidad informativa representa un factor de gran valor y trascendencia en la profesión periodística, teniendo como tribuna los programas emitidos a través de los diferentes medios de comunicación, entre ellos, los programas radiales. La pérdida de credibilidad, hace que un periodista se vuelva resistido por la opinión pública y alejado de cualquier afán de veracidad en su labor por más esfuerzos realizados. En la radio peruana, la credibilidad informativa atribuida a algunos periodistas peruanos, ha sufrido en los últimos años severos cuestionamientos y críticas, ante la falta de objetividad e imparcialidad informativa, trasgrediendo incluso los códigos éticos y deontológicos que rigen a esta profesión.

Teniendo en cuenta que la radio es el medio de comunicación con mayor inmediatez informativa, la palabra dicha o expresada en vivo en un programa radial por un periodista que puede tener un peso gravitante en la credibilidad informativa, si es que previamente el periodista no ha corroborado la fuente de donde ha obtenido una información para poder difundirla y pretender ejercerla influenciando en la opinión pública, valiéndose únicamente de su experiencia y trayectoria en el periodismo, olvidando que, la primera condición que debe prevalecer en esta labor, es la de informar a la sociedad sin faltar a la verdad. Radio Exitosa 95.5 FM', es una emisora fundada en el año 2006, cuyo crecimiento hasta la actualidad, ha adquirido una gran popularidad en todo el Perú por los programas que se emiten por su señal y cuya audiencia ha ido amalgamando identificación con su programación.

Los periodistas que laboran en Radio Exitosa, son profesionales que cuentan con una trayectoria en medios de comunicación, así como figuras emergentes del periodismo peruano, que han ido adquiriendo prestigio y reconocimiento en su labor, en donde la credibilidad ha sido una condición esencial para llegar a la población. El caso del periodista loreto Manuel Rosas Matos, conductor del programa "Exitosa Perú" en el horario de 5:00 am a 8:00 am (Exitosa Noticias, 2018) destaca como una de las figuras periodísticas de Radio Exitosa, donde se presentan informaciones locales y nacionales de manera crítica y recurriendo a

fuentes informativas confiables, que han permitido de este modo que con los años, la credibilidad de este periodista y su programa se vaya fortaleciendo, marcando diferencias frente a otros periodistas de trayectoria profesional amplia que trabajan en esta emisora.

Su accionar ético y convicciones personales en defensa de sus raíces culturales, lo llevaron incluso a tener un conflicto con Radio Exitosa en el año 2017, cuando luego de denunciar ante la gerencia de este medio, su desacuerdo por la estigmatización por la forma de hablar de la población amazónica en un programa humorístico, motivó, a lo que inmediatamente presentó su carta de renuncia que conllevó posteriormente a distinguirlo como un periodista con posiciones personales firmes y sin ningún tipo de partidarios políticos (Livise, 2017). Su retorno a Radio Exitosa tiempo después, permitió que su credibilidad periodística se fuera acentuando, sumada a la experiencia como conductor del programa Exitosa Perú, donde Rosas Matos busca hablar con verdad, imparcialidad e independencia, para generar confianza en la opinión pública, desde su labor crítica y exhortante a la clase política, entremezclada en los últimos años en casos de corrupción y malos manejos administrativos que afectan a nuestro país.

La presente investigación justifica su desarrollo desde cuatro ámbitos. En primer lugar, por su relevancia social, a partir del estudio de la credibilidad informativa que nace desde la labor profesional de un periodista, a través de un medio de comunicación, basado principalmente en el acceso de fuentes de información, difusión de los hechos e investigación de los mismos, sumada a la capacidad de análisis, transparencia y honestidad que permite ganar el respeto de su audiencia. En segundo lugar, por sus implicaciones prácticas, ya que, en la actualidad, la falta de credibilidad periodística en los medios de comunicación y los periodistas particularmente, ha generado una suerte de desconfianza entre la población, que espera recibir información veraz y confiable en torno a temas de interés social; más aún cuando en tiempos actuales cunde la desinformación con mayor énfasis. En tercer lugar, porque brindará una contribución teórica y

metodológica de investigación para el estudio de la credibilidad periodística, cuyos resultados podrán ser aplicados en futuras investigaciones en relación al tema.

El problema de la presente investigación fue, ¿Cómo es la credibilidad informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en oyentes de Los Claveles, Ate, 2020?, teniendo como problemas específicos ¿Cómo es la confianza en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020? ¿Cómo es la veracidad en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020? ¿Cómo es la trayectoria en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020? ¿Cómo es la ética profesional en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020?. El objetivo general fue, describir la credibilidad informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en oyentes de Los Claveles, Ate, 2020. Y los objetivos específicos será. Identificar la confianza en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020. Describir la veracidad del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020. Reconocer la trayectoria del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020. Describir la ética profesional en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

García (2018) desarrolla una investigación cuyo objetivo general fue, identificar los factores que influyen en el desarrollo del medio y la calidad periodística, alcanzando el nivel de confianza de su audiencia, donde Perú, lidera el consumo de medios informativo noticiosos en América Latina, con 94,3% de consumo y una dedicación de 63,9 minutos/mes global. Fue un estudio de tipo básico y la población de estudio fueron 9462 personas con una muestra de 289 usuarios y un muestreo probabilístico aleatorio simple y los instrumentos empleados fueron la técnica de la encuesta con un cuestionario de diez preguntas. Los principales resultados de la investigación fueron evidenciar que la confianza es el factor que más influye en las decisiones de las personas. Se concluyó que una

alta necesidad de lectura de noticias del ámbito geográfico donde habitan y trabajan hay un alto nivel de valoración de la ética periodística que expresa los estándares de calidad informativa y de transparencia creando un alto nivel de confianza entre el periodista y la audiencia. La calidad aparece así, como un elemento fundamental a la hora de analizar la confianza en los medios de comunicación y la credibilidad que merecen sus informaciones, como han puesto de manifiesto distintas aproximaciones teóricas y empíricas, así como aspectos relacionados a la calidad informativa, credibilidad, confianza y ética periodística.

La Rosa (2019), desarrolla una investigación que incidió en la transparencia informativa de la credibilidad de la información validando dichas fuentes como dignas de credibilidad para la sociedad. Fue un estudio de tipo básico, la población de estudio fueron ciudadanos peruanos, con una muestra de dos millones y el muestreo fue probabilístico aleatorio; Los instrumentos empleados fueron, un blog de preguntas y de opiniones. Los principales resultados fueron que los ciudadanos ya no se contentan con comentarios e intercambio de criterios a través de la comunicación interpersonal. Se concluyó que la credibilidad de la información está relacionada con los medios de comunicación y que la prioridad de todo medio es la transparencia, al acceder a la información creando confianza en la sociedad.

Rodríguez (2016) presenta un artículo cuyo objetivo general fue, determinar que las fuentes que utiliza un periodista son informaciones con rigor de credibilidad en relación directa con sus fuentes en un medio comunicación en una visión de la realidad. Fue un estudio de tipo básica, la población de estudio fueron ciudadanos lectores, con una muestra del 13.33% y el muestreo fue probabilístico aleatorio, los instrumentos empleados fue la técnica de la encuesta y los principales resultados fueron, que las fuentes aparecen identificadas y que las noticias de sucesos que se publican en algún medio de comunicación son indeterminadas. Se concluyó que las fuentes son declaraciones conseguidas por otros medios de comunicación dentro de las propias, es decir que las fuentes son confidenciales y reservadas atribuyendo que el uso que le dan los periodistas es de carácter concreta.

Montgomery y Gray (2018), desarrollan una investigación cuyo objetivo general fue, identificar la información de contenido de la noticia, donde se aplica los procesos que más interesa a la población. Se trató de un estudio de tipo básica y la población de estudio fueron estudiantes de la universidad de Canadá con muestreo probabilístico aleatorio, aplicando un cuestionario de 15 preguntas para la recolección de datos. Como resultados, se encontró que muchos lectores expresan más confianza y preferencia por los medios de comunicación locales con un 82% y los nacionales con un 76%, puesto que consideran que la información esencial, es la veracidad y es fundamental para un ciudadano estar informado. Se concluyó que es importante que los profesionales de la información tengan la disciplina, la experiencia y ética en el periodismo, utilizando las técnicas y herramientas para ampliar la base de habilidades y proteger el buen trabajo del comunicador. De tal manera que los profesionales de la información brinden datos e información de alta calidad, confiables y creíbles. Ya que las noticias "falsas" son un problema de larga data en la sociedad, por lo tanto, los ciudadanos confían en las noticias veraces y precisas, de modo que el trabajo de los periodistas es identificar la verdad.

Lyons (2017) desarrolló una investigación cuyo objetivo general fue, proporcionar información precisa sobre las afirmaciones realizadas dentro del proceso político, para que los votantes puedan formar opiniones de acuerdo a sus preferencias subyacentes. Fue un estudio de tipo básica y la población fueron lectores de la universidad de reino unido, departamento de política con una muestra de 523 personas y el muestro fue probabilístico aleatorio. Los principales resultados contribuyen a una comprensión de un estilo de periodismo activo que sopesa las afirmaciones en el contexto de la historia periodística tradicional, ya que la mayor parte de esta investigación se centra en las percepciones de atención en la investigación de la opinión pública. Se concluyó que, este estudio fomenta la comprensión y relación entre los argumentos fácticos de los hallazgos presentados que brindan un estímulo tentativo a los periodistas, mientras luchan con las implicaciones de adoptar un enfoque más asertivo para juzgar los hechos, y que se sugiere varias rutas para futuras investigaciones para aclarar la comprensión de las prácticas del periodismo en una época de agitación epistémica casi constante.

Finn (2016) elabora una investigación cuyo objetivo general, determinar cómo se realiza el trabajo de los periodistas independientes de noticias con el fin de comprender la información relacionadas con la credibilidad. Fue un estudio de tipo básica. Y la población fueron periodistas redactores de new york, con una muestra de 300 y el muestreo fue probabilístico aleatorio. Los instrumentos empleados fue la técnica de la encuesta. Los principales resultados fue una visión social construida de la credibilidad que está informada por estudios etnográficos de intercambio de conocimientos, estudio sociológico del trabajo periodístico y teorías fundamentales de persuasión y confianza adoptando decisiones complejas sobre quién es una fuente creíble para describir la ciencia, y cómo esa credibilidad se comunica mejor a audiencias más amplias. Se concluyó que la influencia del periodismo en la decisión de toda la sociedad sobre la credibilidad pasa por el análisis de elementos temáticos en la comprensión de la credibilidad, no solo por la respuesta a los cambios en los medios. No solo el impacto de la certeza técnica, sino también las herramientas integradas en las rutinas de trabajo y las creencias sobre la credibilidad, que cuestionan muchos modelos epistemológicos.

Katz y Lazarsfeld (1955, como se citó en Jason, et al, 2015), a través de la “Teoría de los dos pasos”, centraron el estudio de la credibilidad del periodista como líder de opinión; constituyéndose como fuentes de información política y social mediante la conformación de grupos o redes locales que confiaban en la información difundida por el periodista. De esta manera, puede atribuirse que, los periodistas como líderes de opinión, son profesionales que tienen una gran capacidad de persuasión sobre la masa social con las informaciones que representan noticias. Del Valle et al (2018), definen que los periodistas están de acuerdo con la responsabilidad de controlar y jerarquizar el enorme material informativo, sin perder el estilo de calidad, de credibilidad y la confianza. La credibilidad es un factor que conduce a un hecho creíble y ha de ejercer influencia en las personas, creando confianza en el ser humano, considerando que un periodista influye opinión en sus seguidores. Es “aquel profesional que, por su comprensión, experiencia, rectitud y sobre todo credibilidad; es reconocido por la audiencia o el público, como una voz autorizada de opinión.

Pornpitakpian (2004), define la habilidad y experiencia del comunicador para sacar ciertas conclusiones correctas como confiabilidad, y la medida en que la audiencia cree que la conclusión es válida. Para el mismo autor, la reputación de la fuente tiene un factor de determinación de la reputación como la concentración de información o conocimiento, atribuido a la confiabilidad otorgada por el medio. De esta manera, la confianza se hace creíble o no, asumiendo que la confiabilidad es algo que no se debe perder entre el periodista y la audiencia. En este sentido, podemos estar seguros de que mejorar la credibilidad de las noticias es un objetivo urgente de las compañías de noticias, cuyo objetivo es aumentar su influencia en la opinión pública y otorgar importancia al comportamiento de los medios, los periodistas y su información (Gutiérrez et ál., 2015). En este sentido, insiste en que algunos de los principales factores que determinan la credibilidad son, la satisfacción de las necesidades de la audiencia, el tratamiento ético de las noticias y el uso de la información por parte de las personas.

Finalmente, significa que, mientras la información del mensaje tenga la necesidad de prevalecer el propósito de informar este hallazgo nos lleva a la conclusión de que se ha mejorado la credibilidad, lo que ha llevado a un mayor cambio en la actitud de la audiencia y, por lo tanto, se ha visto más afectado por los medios, los periodistas o la información (Tsfati et ál., 2002). En tal sentido, si la audiencia aumentó, es porque la información tuvo un alza dosis de calidad informativa para la audiencia.

Ramiro (2004), define que el comportamiento moral y el comportamiento del periodista rígido es su trayectoria y su profundo reconocimiento de los principios y normas de defensa de la verdad, la justicia, el respeto por el origen humano y la privacidad, el cumplimiento de la responsabilidad social y el respeto por los demás encontrando intereses comunes. Finalmente, en ese sentido la ética periodística son principios de reglas, de conductas y prácticas deseables que se orienta al comportamiento del profesional, finalmente en este caso; el profesional del periodismo y sus valores se orientan hacia el empirismo, según el cual, maneja la información con carácter veraz, de allí que, los principios básicos sobre los cuales

debe trabajar el periodista son: verdad, confianza, y su trayectoria o reputación. (Roses., 2009), La confianza en los periodistas se reconstruye en una confianza selectiva en los periodistas, dividida en cuatro tipos: confianza en la selección de sujetos, confianza en la selección de hechos, precisión de la representación de los sujetos y confianza en los criterios de evaluación. (Bentele et ál., 2008). Finalmente,

Castellón (2014) define que servir a la sociedad se basa en la credibilidad y la confianza en lo que se dice; la ética profesional, la moralidad no es traicionar, es ser fiel, ser honesto, obtener apoyo, sino hablar de manera precisa, porque Esto se basa en una búsqueda honesta de la verdad. Finalmente, Restrepo (2016) define que la ética profesional se basa en la obediencia libre y responsable a la ética que guía la investigación de las actividades de noticias, y su propósito es contribuir al bienestar de la sociedad; teniendo en cuenta las condiciones básicas para la difusión de la información. En otras palabras, si no cumplimos los principios éticos, no construiremos nada. También se consideran las características de las habilidades personales basadas en la seguridad, la sabiduría y el carisma (Roses, 2009).

La credibilidad se mantiene en forma de confianza, verdad y trayectoria. Los periodistas definen la credibilidad como la difusión continua de la verdad y la confianza en la verdad, es decir, la información que se ha confirmado como real (Fernández del Moral, 1999). Finalmente, para el mismo autor, va más allá, porque cree que los periodistas no tienen que pensar en la compañía, no en la compañía y su gerente, sino en los ciudadanos que reciben información de la compañía o la fuente, y así dejan de pensar. Asegurándose que esto sea correcto, porque el periodista "muestra un aislamiento más completo de la audiencia" (Fernández del Moral, 1999). En otras palabras, crear confianza es informar con veracidad, honestidad y el compromiso que tiene todo periodista que ejerce la profesión del periodismo.

III. METODO

3.1. Tipo y diseño de la investigación

El tipo de trabajo de investigación fue básico, porque da a conocer principios que ayudará a desarrollar nuevos descubrimientos de amplias generalizaciones, apoyándose en un contexto teórico y da lugar a nuevos conocimientos científicos en una rama del saber. (Hernán., 2010), la investigación fue de tipo básica ya que se aplicó nuevos conocimientos y se relacionó con estudios a nuevos conocimientos, en la cual se aplicó en la credibilidad informativa del periodista Manuel Rosas en el programa “Exitosa Perú”, en oyentes de Los Claveles, Ate, 2020 y se recurrió al diseño no experimental.

Hernández et al (2014) definen que, el diseño no experimental, es el que se encarga de analizar sin manipular premeditadamente las variables; lo que indica este tipo de investigación es observar el fenómeno en un contexto natural, para luego después ser analizado al no emplear ningún estímulo se considera no experimental, en ese sentido a los oyentes de Los Claveles, Ate, 2020 no se realizó ninguna manipulación, sino que a través de la observación serán analizados. Se empleará de modo transversal, ya que el estudio de investigación cuenta con bastante sustento teórico. Los autores indican que la investigación es transversal ya que busca recolectar en un solo tiempo.

3.2 . Variables y Operacionalización

- **Definición conceptual:** La credibilidad informativa se mantiene en forma de confianza, veracidad y trayectoria, de modo que la credibilidad se define como la confianza del periodista en continuar difundiendo los hechos verdaderos, es decir que la información que se ha confirmado es como veracidad (Hernández 2017).

La ética también se basa en las características de los valores de investigación de noticias, y debe tener un método para respetar y defender la verdad; el propósito es explicar objetivamente al público (Restrepo., 2016).

- **Definición operacional:** En la definición operacional las dimensiones encontradas como confianza, veracidad, trayectoria y ética periodística, se determinará la herramienta básica para medir la relación que existe de

en un periodista creíble e intachable, cumpliendo las normas fundamentales como la ética profesional y deontológica.

- **Indicadores:** Los indicadores se desprenden de las dimensiones encontradas de una variable y son: la confianza, veracidad, trayectoria, la selección de la noticia, difusión de hechos, reputación, exactitud, honestidad, espíritu crítico, realidad de la información, transparencia, prestigio, rigurosidad, exigencia, respeto de las fuentes, cercanía con la audiencia, desinterés personal, honradez, imparcialidad, realidad de la noticia, noticia honesta y noticia con transparencia estos son los indicadores que permitirá medir a un periodista creíble.
- **Escala de Medición:** La escala de medición que se aplicó en el trabajo de investigación fue escala de Likert.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. La población:

En el estudio de investigación la población fueron los vecinos de los claveles de Ate, es una población infinita ya que es el conjunto de grupos que presentan similar particularidad, esto se caracteriza a través de los problemas y objetivos específicos de acuerdo al trabajo de investigación. (Arias., 2016). En otras palabras, es el registro de una totalidad de lo existente en el universo. Es un grupo de personas u objetos que desea conocer en la encuesta. " El universo o la población pueden estar compuestos por personas, animales, registros, nacimientos, muestras y accidentes de tráfico. La población es un universo grande donde la población es inaccesible. En la presente investigación, la población resulta indeterminada al conformarse por un conjunto de vecinos de Los Claveles del distrito de Ate.

- **Criterios de Inclusión:** Para la recolección de datos fue importante la selección y la inclusión de los oyentes de los claveles, determinando a quienes se debería de incluir para la investigación del presente informe ya que los vecinos serán exclusivamente oyentes de Radio Exitosa. Es importante considerar que son las características que necesariamente el investigador deberá seleccionar para su

estudio, incluyendo definir la condición de su interés. (Ruiz et ál., 2004) por lo tanto el investigador seleccionará a las personas que serán encuestadas.

- **Criterios de Exclusión:** Para la recolección de datos fue importante también indicar a quienes se excluirá en la selección de vecinos de los claveles de ate. Ya que para el investigador será factible una mejor investigación con objetividad y transparencia. En ese sentido aquellos que se indican que serán, excluidas de estudio de la muestra para es delimitar a quien sí se estudiará y a quienes no, con el propósito de trabajar con las personas objetivas. (Ruiz et al, 2004) Quiere decir que al excluir a vecinos que no correspondan al estudio de trabajo de investigación, el informe será eficiente para el investigador.

Tabla 1
Criterios de Inclusión y Exclusión

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
<ul style="list-style-type: none"> • Personas de 20 años a 60 años, Ambos sexos Inquilinos de una vivienda. • Familiares visitantes. • Ambos sexos • Vecinos de la Asociación Los Claveles, Ate • Personas con antecedentes penales • Personas con estudio secundario o superior. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menores de 19 años y Mayores de 61 años • Familiares visitantes. • Personas con antecedentes penales • Personas que Presentan con enfermedad mentales.

Fuente: Elaboración propia

3.3.2. Muestra

La muestra de la población estuvo conformada por 384 vecinos de Los Claveles de Ate ya que la presente investigación tiene como finalidad obtener resultados eficientes. Finalmente, Hernández et al (2014) define que es un subconjunto o parte

del universo o población en estudio que contengan la misma característica. Existen algunos programas para obtener la cantidad de componentes de muestra, como fórmulas, lógica, etc., que se verán más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. Para Pineda (1994), el tamaño de la muestra debe definirse en base a dos criterios: 1) De acuerdo con los recursos disponibles y los requisitos del análisis de la investigación. Por lo tanto, se recomienda utilizar la muestra más grande posible: cuanto más grande y representativa sea la muestra, menor será el error de la muestra. Es decir que si la representación de la muestra es mayor los errores serán menos y se obtendrá mejores resultados. Para Hernán la muestra es un subconjunto de las personas involucradas, los datos se recopilarán en este subconjunto y deben definirse con precisión o delimitarse de antemano, lo que debe representar al grupo. (2010, p.175).

3.3.3. Muestreo

Las características generales y el tamaño de la muestra, y al seleccionar de forma aleatoria o mecánica la unidad de análisis, se pueden seleccionar todos los elementos de la población. Hernán et al (2010.) definen que la siguiente investigación, el tipo de muestreo es probabilístico, usando el aleatorio simple ya que en el conjunto de población presenta las mismas características y cualidades de probabilidad, es seleccionado para conformar la muestra.

Ferrer (2010), define que el muestreo es una herramienta para la investigación científica. Su función básica es determinar qué parte de la realidad (población o universo) en estudio debe ser examinada para inferir la población. El error causado por el hecho de que una conclusión de una realidad que se extrae de la observación de solo una parte de los hechos se llama error de muestreo. Obtener suficientes muestras significa obtener una versión general simplificada para reproducir sus características básicas de alguna manera. Además, Ferrer et al. (2010), define que, en el muestreo aleatorio simple, todos los individuos tienen la misma posibilidad de ser elegidos. La selección de muestras se puede realizar mediante cualquier mecanismo de probabilidad, en el que todos los elementos pueden ser elegidos.

3.3.4. Unidad de análisis

El lugar donde se estudiará a la población, será en Los Claveles, Ate, 2020 y serán encuestados 384 las personas para el estudio.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La presente investigación utilizó la técnica de encuesta en pobladores de la Asociación Los Claveles, Distrito de Ate, Año, 2020. Esta encuesta es un método de investigación que puede proporcionar respuestas en términos descriptivos y preguntas relacionadas con variables después de recopilar información del sistema basada en diseños previamente establecidos para garantizar el rigor de la información obtenida. En otras palabras, de esta manera, se puede utilizar para proporcionar una descripción del objeto de investigación, detectar patrones y relaciones entre las características descritas y establecer relaciones entre eventos específicos.

El instrumento empleado para la recolección de datos fue el cuestionario de preguntas, la cual estuvo compuesta por interrogantes, favoreciendo un mejor entendimiento, aplicando la variable de estudio. La herramienta más utilizada para recopilar datos es el cuestionario. Un cuestionario consta de una serie de preguntas sobre una o más variables. medición. Debe ser coherente con la declaración del problema (Brace, 2008). Las preguntas del cuestionario fueron obtenidas a partir de los indicadores de cada dimensión, mediante escala Likert.

Para la validez del cuestionario, se recurrió previamente a tres expertos en la carrera de Ciencias de la Comunicación (Ver tabla 2), quienes evaluaron mediante criterios subjetivos, el constructo de los ítems del instrumento por dimensiones de la variable, utilizando una rúbrica de calificación. Los puntajes obtenidos por estos expertos, permitieron medir la coherencia de los ítems del cuestionario con los indicadores, dimensiones y la variable de estudio, mediante el coeficiente V de Aiken, alcanzando una valoración del 91% de validez.

Tabla 2*Cuadro de validadores*

Validador	Grado Académico	Resultado
Mg. Tornero Cruzatt Vladimir	Magister en Educación	Aplicable
Mg. Pérez Terrones José	Magister en Periodismo	Aplicable
Mg. Moreno López Wilder	Magister en comunicación social	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

En la presente investigación se midió la confiabilidad usando el Alfa de Cronbach en una prueba piloto a 10 personas de la Asociación Los Claveles parte de la muestra con el cual se puede calificar el grado de confiabilidad, teniendo como resultado 0.908 teniendo como interpretación que la medida en el coeficiente Alfa es aceptable. Finalmente, el término confiabilidad se refiere al grado de aplicación del mismo nivel a un grupo de personas, por lo que significa igualdad. (Hernández et al.,2014)

Tabla 3*Tabla de fiabilidad del instrumento*

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,908	,919	20

Fuente: SPSS

3.5 Procedimientos:

Para la recolección de datos, se aplicó una encuesta presencial a los pobladores de la Asociación de Los Claveles en el distrito de Ate, en fecha única, llevada a cabo el día 16 de septiembre de 2020, cuyas respuestas obtenidas mediante los ítems del cuestionario tipo Likert fueron tabuladas mediante códigos numéricos utilizando una base de datos en Excel.

3.6 Método de análisis de datos:

Luego de haber tabulado los datos de la encuesta, se procesaron mediante análisis estadístico descriptivo, mediante el programa SPSS, versión 25.0, cuyos resultados fueron generados mediante gráficas de distribución de frecuencia en barras, conteniendo las frecuencias y porcentajes correspondientes.

3.7 Aspectos éticos

La presente investigación se encuentra alineada a las normas éticas establecidas por la Universidad César Vallejo y el adecuado uso de fuentes bibliográficas nacionales e internacionales, respetando los derechos de autor para el análisis, citación y referenciación de contenidos, de acuerdo a lo establecido por el Manual APA 7ma. edición. Así mismo, la información presentada estuvo sujeta a los principios éticos de la investigación, como beneficencia, no maleficencia, autonomía y justicia.

IV. RESULTADOS

Tabla 4

Resultados de Credibilidad Informativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,5	,5	,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	77	20,1	20,1	20,6
	De acuerdo	255	66,4	66,4	87,0
	Totalmente de acuerdo	50	13,0	13,0	100,0

Fuente: SPSS

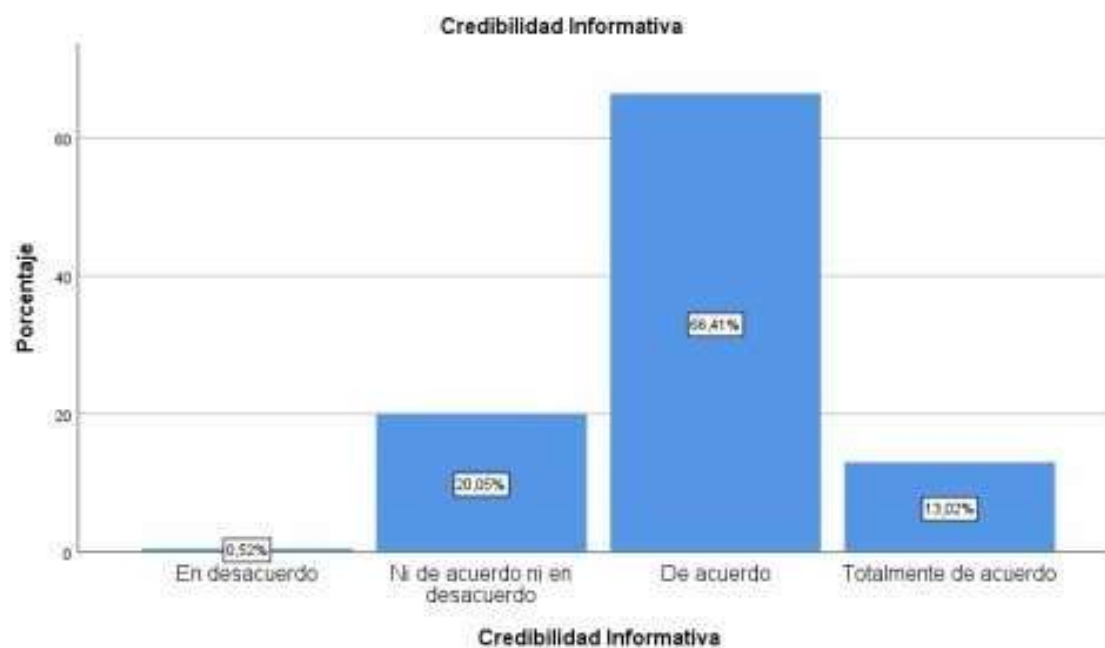


Figura 1

Resultados de credibilidad Informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el objetivo general, se obtuvo como resultado la credibilidad Informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, se obtuvo como resultados que el 13,02%

de los encuestados indican que están “Totalmente de acuerdo” con la información brindada, un 66,41% están de acuerdo, un 20,05% no está en Ni de acuerdo, ni en desacuerdo y finalmente un 0,52 % están en desacuerdo. Se concluye que los oyentes de los Claveles el 66,41 % afirman que el programa es creíble.

Tabla 5

Resultados de Identificar la confianza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	,5	,5	,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	89	23,2	23,2	23,7
De acuerdo	184	47,9	47,9	71,6
Totalmente de acuerdo	109	28,4	28,4	100,0

Fuente: SPSS

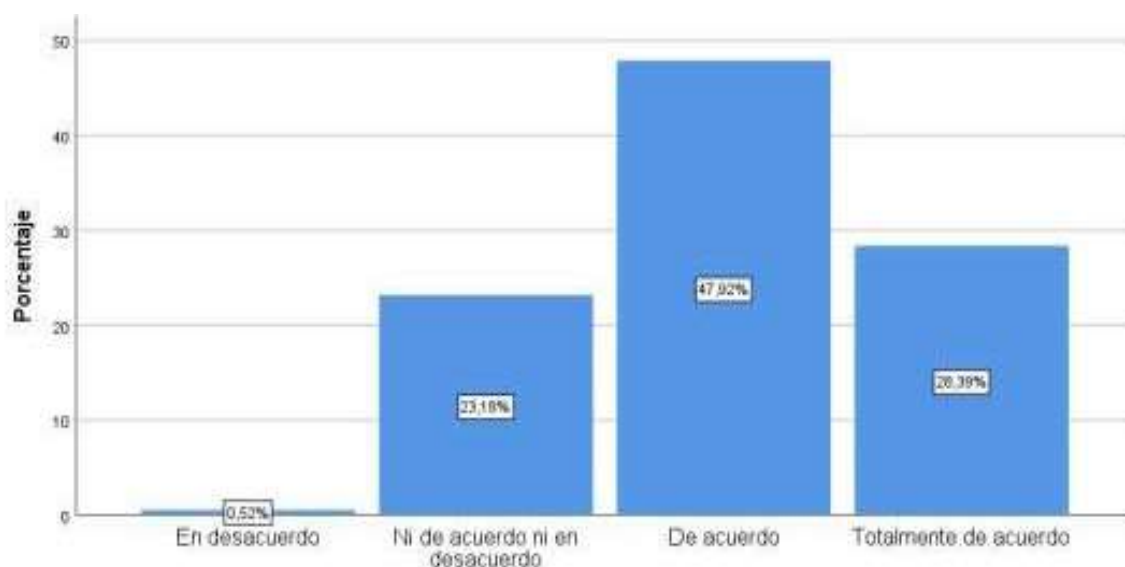


Figura 2

Identificar la confianza en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el primer objetivo específico, se puede ver que la confianza del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, se obtuvo como resultados que el 47,92% de los encuestados indican que están " De acuerdo", un 28,39 % están Totalmente de acuerdo con la confianza del periodista, un 23,18% está Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, un 0,52 % están en desacuerdo. Se concluye que los oyentes de los Claveles el 47,92 % afirman que el programa radial les genera confianza.

Tabla 6

Resultados de Describir la veracidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,5	,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	49	12,8	13,3
	De acuerdo	184	47,9	61,2
	Totalmente de acuerdo	117	30,5	91,7

Fuente: SPSS

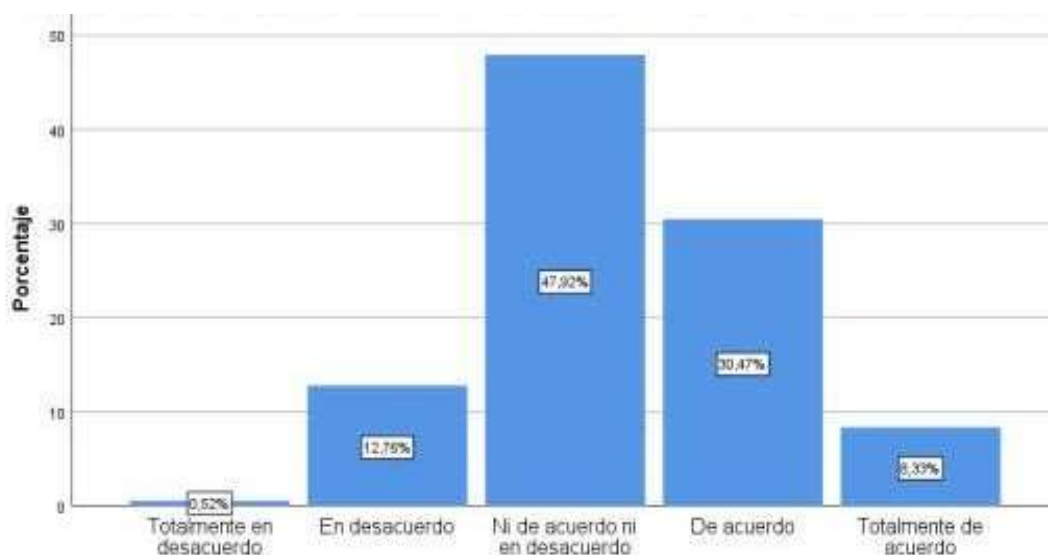


Figura 3

Veracidad en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el segundo objetivo específico, se puede ver que la veracidad del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, se obtuvo como resultados que el 30,47% de los encuestados indican que están " De acuerdo", un 8,33 % están Totalmente de acuerdo con la veracidad del periodista, un 47,92% está Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, un 12,76 % están en desacuerdo. Se concluye que los oyentes de los Claveles el 30,47 % confirman que el periodista tiene veracidad.

Tabla 7

Resultados de Reconocer la trayectoria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,5	,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	85	22,1	22,7
	De acuerdo	232	60,4	83,1
	Totalmente de acuerdo	65	16,9	100,0

Fuente: SPSS

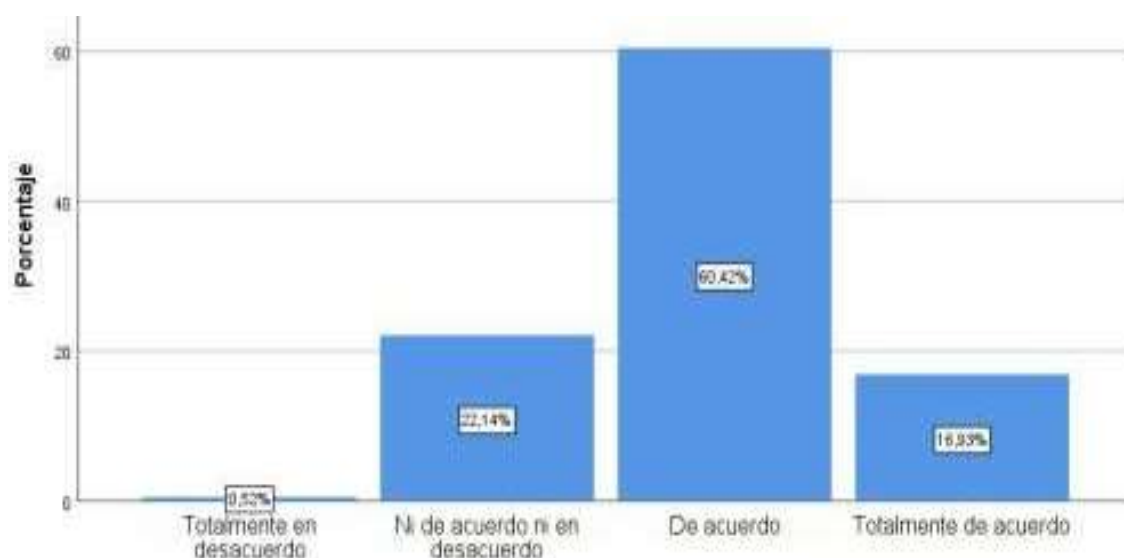


Figura 4

Reconocer la trayectoria en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el tercer objetivo específico, se puede ver que la trayectoria del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, se obtuvo como resultados que el 60,42% de los encuestados indican que están " De acuerdo", un 16,93 % están Totalmente de acuerdo con la trayectoria del periodista, un 22,14 % está Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, un 12,76 % están en desacuerdo. Se concluye que los oyentes de los Claveles el 60,42 % reconocen la trayectoria del periodista Manuel Rosas.

Tabla 8

Resultados de Ética profesional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	16	4,2	4,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	116	30,2	34,4
	De acuerdo	204	53,1	87,5
	Totalmente de acuerdo	48	12,5	100,0

Fuente: SPSS

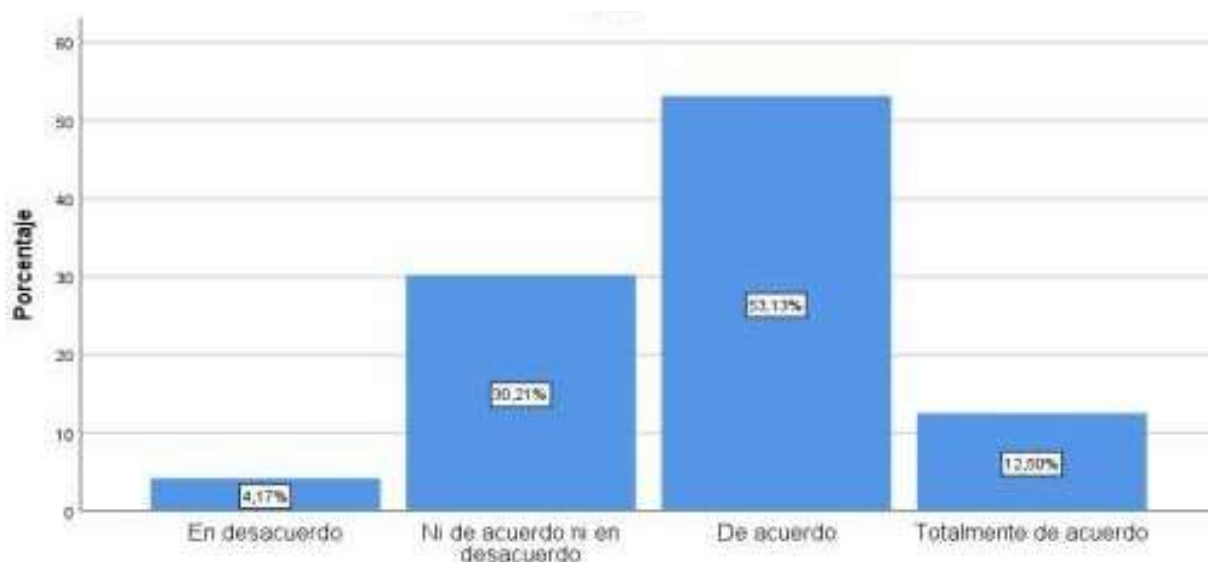


Figura 5

Ética profesional en el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el cuarto objetivo específico, se puede ver que la ética profesional del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, tuvo como resultados que, el 53,13% de los encuestados indican que están " De acuerdo", un 12,50% están Totalmente de acuerdo con la ética profesional del periodista, un 30,21% está Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, un 4,17% están en desacuerdo. Se concluye que los oyentes de los Claveles el 53,13% afirma que tiene ética profesional en su programa.

Tabla 9

Estadísticos descriptivos Generales

		D1	D2	D3	D4
		IDENTIFICA R LA CONFIANZ A EN EL PERIODIST A MANUEL ROSAS DE RADIO EXITOSA EN OYENTES DE LOS CLAVELES, ATE, 2020.	DESCRIBIR LA VERACIDA D EN EL PERIODIST A MANUEL ROSAS DE RADIO EXITOSA EN OYENTES DE LOS CLAVELES, ATE, 2020.	RECONOCE R LA TRAYECTO RIA EN EL PERIODIST A MANUEL ROSAS DE RADIO EXITOSA EN OYENTES DE LOS CLAVELES, ATE, 20 20.	DESCRIBI R LA ÉTICA PROFESIO NAL EN EL PERIODIS TA MANUEL ROSAS DE RADIO EXITOSA EN OYENTES DE LOS CLAVELE S, ATE, 2020.
N	Válido	384	384	384	384
	Perdidos	0	0	0	0
MEDIA		4,04	3,58	3,93	3,74
ERROR ESTÁNDAR DE LA MEDIA		,037	,034	,034	,037
MEDIANA		4,00	3,50	4,00	4,00
MODA		4	4	4	4
DESV. DESVIACIÓN		,732	,663	,659	,726
VARIANZA		,536	,440	,434	,527

ASIMETRÍA		-,145	-,186	-,368	-,215
ERROR ESTÁNDAR DE ASIMETRÍA		,125	,125	,125	,125
CURTOSIS		-,888	,956	1,151	-,131
ERROR ESTÁNDAR DE CURTOSIS		,248	,248	,248	,248
RANGO		3	4	4	3
MÍNIMO		2	1	1	2
MÁXIMO		5	5	5	5
SUMA		1552	1376	1510	1436
PERCENTILES	25	4,00	3,25	4,00	3,00
	50	4,00	3,50	4,00	4,00
	75	5,00	4,00	4,00	4,00

V. DISCUSIÓN

Los resultados del objetivo General describir la credibilidad informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, permitieron identificar que, la credibilidad del periodista, mas allá de algunos cuestionamientos sociales que pudieron deteriorar su credibilidad, debido a su valor axiológico, percibido desde el juicio de la población.

Esto se asemeja con los datos de Katz y Lazarsfeld (1955, como se citó en Jason et al, 2015) afirmando que, las personas se encuentran mayormente influenciadas por la comunicación interpersonal, antes que el contenido dirigido por los medios de comunicación, mostrando menor atención a las noticias. Cabe mencionar que a estas afirmaciones le anteceden la investigación de Lyons (2017), donde se obtuvo que, la comprensión de un estilo de periodismo activo que sopesa las afirmaciones en el contexto de la historia periodística, puesto que esta investigación se centra en las percepciones de atención en la investigación de la opinión pública.

Así mismo, la investigación de García (2018), hace mención a la alta necesidad de información, como resultado de la calidad informativa del periodista que puede tener hacia la audiencia, teniendo resultado que la credibilidad, representa un factor que influye en las decisiones de las personas, de tal forma que el mensaje sea creíble en forma determinada. Por lo tanto, se coincide con ambos autores determinando que la credibilidad es el valor absoluto que otorga el periodista y que tiene la responsabilidad de prevalecer la información con la verdad, para el cuidado de su reputación y prestigio.

Los resultados del objetivo específico N°1, identificar la confianza del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, permitieron determinar que, el 47,92% de los Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, mantuvieron confianza en el periodista Manuel Rosas y su programa radial en Radio Exitosa. Se coincide así con la postura de Elihu Katz y Paul Lazarsfeld (1955) cuya teoría, en donde testifica que, para poder liderar una audiencia, lo importante

es ser prístino, cumpliendo el papel clave de las habilidades comunicativas para ejercer la confianza y generar conclusiones concretas. En este sentido, la investigación de Para Jason, et al (2015), la confianza del público percibida en las noticias, tiende a incidir en la forma como presta atención a las noticias, derivando en actitudes y comportamientos para la búsqueda de información, aunque evidenciando la disminución de la confianza del público como problema social latente en los medios de comunicación, con implicancias en el intercambio informativo de noticias en las redes sociales. Para La Rosa (2019), los ciudadanos ya no se complacen con intercambios de opiniones y comentarios que brindan, llegando a la conclusión que, la credibilidad está relacionada, a través de los medios de comunicación estableciendo una seguridad de información confiable para la comunidad. Por lo tanto, lo dicho por los autores, coincide con los resultados del presente estudio, al evidenciar que la credibilidad de un medio.

Los resultados del objetivo específico N°2, describir la veracidad del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, determinaron que, el 47,92% de los oyentes de los claveles del distrito de Ate, considera que, el periodista Manuel Rosas es veraz, a través de su programa radial en Radio Exitosa. Esto coincidió con la posición de Elihu Katz y Paul Lazarsfeld (1955) en cuya teoría, manifestando que, en la actualidad se necesita ser honesto y pragmático, demostrando la realidad de la información con veracidad y cumpliendo este rol para ejercer la profesión.

Se coincide con los hallazgos de Rodríguez (2016) destacando el valor de las fuentes para la veracidad periodística. En tal sentido, las fuentes que brinda todo periodista deben tener precisión, brevedad, sencillez, claridad y que las noticias con veracidad, mantengan la promesa del periodista a informar y corroborar sus fuentes, demostrando profesionalidad en su labor.

Los resultados del objetivo específico N°3, determinaron reconocer la trayectoria del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, donde el 60,42% de los oyentes de Los Claveles del distrito de Ate, reconocieron que, la trayectoria del periodista Manuel Rosas en el programa de

Radio Exitosa fue significativa. De esta manera, se establecen coincidencias con Elihu Katz y Paul Lazarsfeld (1955), al afirmar que, el líder de opinión, influye en su audiencia, por lo tanto, el comportamiento moral y el comportamiento de un periodista rígido, es su trayectoria y su profundo reconocimiento de los principios y normas en defensa de la verdad.

Por su parte, Finn (2016), sostiene que, una visión social construida de la credibilidad y trayectoria está basada en la información por estudios etnográficos de intercambio de conocimientos, estudio sociológico del trabajo periodístico y teorías fundamentales de persuasión y confianza, adoptando decisiones complejas sobre quién es una fuente creíble para describir la ciencia, y cómo esa trayectoria de la credibilidad se comunica mejor a las audiencias más amplias. Por lo tanto, se coincidieron con ambos autores estableciendo que, la trayectoria es construida con el rigor profesional del periodista creíble, que pudo corroborarse en la actividad periodística de Manuel Rosas.

Los resultados del objetivo específico N°4, describir la ética profesional del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en Oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, mostraron que, el 53,13% de los oyentes de los Claveles de Ate, afirmaron que el periodista mantuvo una conducta ética en su programa radial en Radio Exitosa. En el aspecto de la discusión teórica, se coincide con Katz y Lazarsfeld (1955) afirmando que, la ética profesional se basa en la obediencia libre, responsable a la ética que guía la investigación de las actividades de noticias, y que su propósito es contribuir al bienestar de la sociedad. Para Mishra y Sharma (2019), la irrupción de las redes sociales e internet en el periodismo, trajo consigo cambios sociales en cuanto a los hábitos de recibir informaciones noticiosas, de entretenimiento o educación, debido a que el público está experimentando un uso mucho más fácil, conveniente, interactivo y personalizado de los contenidos, que son conocidos por el periodista. Esto conlleva a que, en el ejercicio de su actividad profesional, la credibilidad del periodista esté ligada al uso ético de la información y a la confianza que el público corresponde, toda vez que se alude a un accionar transparente.

Montgomery y Gray (2018) identificaron que, el pueblo expresa más confianza y preferencia por los medios de comunicación local con un 82% puesto

que consideran que la información esencial, como capacidad de vocación de servicio del periodista y es fundamental para el ciudadano estar bien informado, determinando que, la ética profesional son principios de reglas, conductas y prácticas deseables que se orienta al comportamiento del periodista.

VI. CONCLUSIONES

Primero

La credibilidad informativa del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en oyentes de Los Claveles, Ate, 2020, estuvo caracterizada por una alta confianza, veracidad, trayectoria del periodista y ética puesta de manifiesto en su programa radial, mostrando que, un 66,41% de la población encuesta manifestó encontrarse de acuerdo con la credibilidad del periodista.

Segundo

La confianza hacia el periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa obtuvo un 47,92% de la población encuestada, al manifestar encontrarse de acuerdo en confiar en la palabra del periodista, a través de Radio Exitosa, lo que permite distinguir que, la confianza del público hacia el medio y sus periodistas se encuentra muy ligada.

Tercero

La veracidad del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa tuvo a un 30,47% de la población encuestada, que señaló encontrarse de acuerdo en afirmar que, su labor informativa fue veraz, a partir de su honestidad y pragmatismo periodístico al momento de informar con precisión, brevedad, sencillez, claridad.

Cuarto

La trayectoria profesional del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa en relación a su credibilidad, tuvo un 60,42% de oyentes de Los Claveles, Ate, que manifestaron estar de desacuerdo que la trayectoria profesional del periodista pudo coadyuvar a mejorar su credibilidad, manteniendo una audiencia amplia y el rigor periodístico aplicado, basado en la corroboración de sus fuentes informativas.

Quinto

La ética profesional del periodista Manuel Rosas de Radio Exitosa, obtuvo como hallazgo en la población encuestada que, un 53,13% manifestó encontrarse de acuerdo, en percibir que el periodista tiene respeto por las fuentes y la confianza percibida por los oyentes al momento de informar con transparencia.

VII. RECOMENDACIONES

Primera

Se recomienda, dirigir futuras investigaciones en torno a la credibilidad informativa de periodistas y comunicadores sociales en el ámbito local, a fin de identificar las condiciones de confianza, veracidad, trayectoria profesional y ética en la percepción de la opinión pública.

Segunda

La confianza del periodista debe basarse en la construcción de la imagen y la reputación profesional, al momento de informar y acercarse al público, para lo cual, se sugiere emprender investigaciones con enfoque cualitativo con diseño de estudio de casos, que permitan evaluar las características de la confianza en la labor informativa de los periodistas.

Tercera

La veracidad del periodista, debe mantener un inquebrantable rol crítico y de análisis de la información, ligado a la verificación de las fuentes informativas, para lo cual se recomienda, propulsar futuras investigaciones de nivel correlacional para determinar cómo los periodistas construyen una imagen de veracidad en la opinión pública, a partir de los niveles de veracidad y las fuentes informativas utilizadas.

Cuarta

Sobre la trayectoria del periodista, se recomienda emprender nuevas investigaciones que coadyuven a estudiar la actividad periodística profesional y su performance, desde la construcción de la confianza lograda con el público, a partir de la forma de informar y acercarse al público, atendiendo sus principales problemas y necesidades.

Quinta

Sobre la ética profesional se recomienda que el Colegio de Periodistas y los medios de comunicación, reafirmen sus códigos de procedimientos éticos en la labor informativa, a fin que la credibilidad periodística no se vea afectada, a consecuencia de practicas desleales y poco honestas hacia el público, al momento de informar.