



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Cobertura periodística de noticias policiales y su relación con la
audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022

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

AUTORA:

Villanueva Galarza, Karen Ruth (orcid.org/0000-0002-5325-6988)

ASESORA:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

A mis padres, a mis hermanos, a mi esposo e hijos por su amor, empuje y paciencia. Ustedes han sido un pilar fundamental en este proceso.

A la memoria de mi mejor amigo, por ser inspiración y su recuerdo parte mi motivación.

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme cumplir una de las metas que más anhelaba. A mis padres Carlos Villanueva y Rosario Galarza, porque gracias a su esfuerzo pude terminar mis estudios superiores. A mi esposo y a mis hijos por ser mi motivo de superación. A mi tía Rocío Galarza, por su apoyo durante mi paso por la universidad. A mis abuelos, familiares y amigos quienes comparten mis logros. A todas las personas que aportaron sus conocimientos para culminar con éxito esta investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Variables y operacionalización	18
3.3. Población, muestra y muestreo	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.5. Procedimientos	20
3.6. Método de análisis de datos	21
3.7. Aspectos éticos	21
IV. RESULTADOS	22
V. DISCUSIÓN	34
VI. CONCLUSIONES	37
VII. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	40
ANEXOS	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Cobertura periodística de noticias policiales y la audiencia	22
Tabla 2	Dimensión construcción de la noticia policial y la audiencia	23
Tabla 3	Dimensión fuentes de información de noticias policiales y la audiencia	24
Tabla 4	Dimensión recurso humano y la audiencia	25
Tabla 5	Dimensión público objetivo del noticiero Edición Noche	26
Tabla 6	Dimensión consumo de contenido policial del noticiero Edición Noche	27
Tabla 7	Dimensión percepción del mensaje de la cobertura policial	28
Tabla 8	Prueba de normalidad de Kolmogórov -Smirnov	29
Tabla 9	Correlación entre cobertura de noticias policiales y la audiencia	30
Tabla 10	Correlación entre la construcción de noticias policiales y la audiencia	31
Tabla 11	Correlación entre fuentes de información y la audiencia	32
Tabla 12	Correlación entre recurso humano y la audiencia	33

RESUMEN

La presente investigación estudia la relación entre la cobertura periodística de noticias policiales con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, que se emite de lunes a domingo en la cadena de televisión pública del país. El objetivo principal fue determinar cómo se relaciona la cobertura periodística de noticias policiales con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022. Para ello, a nivel metodológico se aplicó el enfoque cuantitativo, de tipo básico correlacional y diseño no experimental. El instrumento para la recolección de datos fue el cuestionario, el mismo que se aplicó a 381 televidentes del noticiero Edición Noche, quienes respondieron a 23 preguntas. Como resultado, el análisis del coeficiente de Spearman obtuvo un valor de correlación $Rho = 0.065$ y un valor de significancia de $p = 0.209$, concluyendo que no existe una relación entre la cobertura periodística de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

Palabras clave: Cobertura periodística, noticias policiales, audiencia, noticiero, información.

ABSTRACT

This research studies the relationship between the journalistic coverage of police news with the audience of the TVPerú Night Edition newscast, which is broadcast from Monday to Sunday on the country's public television network. The main objective was to determine how the journalistic coverage of police news is related to the audience of the program TVPerú Nigth Edition, 2022. To do this, at the methodological level, it was applied the quantitative approach of basic correlational type and non-experimental design. The instrument for data collection was the questionnaire, the same that was applied to 381 viewers of the program Nigth Edition, who answered 23 questions. As a result, the analysis of the Spearman coefficient obtained a connection value of $Rho= 0.065$ and a significance value of $p=0.209$, concluding that there is no relationship between the journalistic coverage of police news and the audience of TVPerú Night Edition, 2022.

Keywords: Journalistic coverage, police news, audience, news, data.

I. INTRODUCCIÓN

La cobertura periodística, en cualquier parte del mundo, es el rol que ejercen los medios de comunicación para informar a las personas sobre hechos actuales, de coyuntura o de interés social. A estos hechos se les llama noticias.

Los periodistas que realizan la cobertura de un suceso, deben buscar, investigar, encontrar y finalmente transmitir la noticia de manera objetiva, con un lenguaje claro, conciso y comprensible para las personas.

Los medios juegan un papel importante en la coyuntura actual y las noticias policiales son parte de nuestra realidad, por lo que tienen la responsabilidad de transmitir de manera oportuna estos hechos sin caer en el sensacionalismo, sino más bien ayudar a formar una cultura de prevención frente a la inseguridad ciudadana o a entender las causas de los delitos.

Las noticias policiales son actualmente el insumo periodístico que prioriza la mayoría de medios, pues atravesamos un contexto social en el que todos los días se registran delitos que forman parte de la ola de inseguridad ciudadana.

Sin embargo, en los noticieros que transmite TVPerú, específicamente en el noticiero Edición Noche que se emite de lunes a domingo a las 8:00 p.m. y que resume las noticias más relevantes del acontecer nacional, predominan los temas políticos. Las noticias policiales cuentan con un espacio reducido, no suelen ser la nota del día o no son usadas para iniciar el noticiero, lo que podría influir en su audiencia.

Por otro lado, se han detectado problemas respecto a la construcción de noticias policiales; además de las fuentes de información para obtener datos en la brevedad posible de lo que está aconteciendo in situ, así como fuentes que brinden datos relevantes. Finalmente, se detectan problemas relacionados al recurso humano profesional técnico, que esté especializado en temáticas policiales, que junto a lo antes mencionado puede inferir en la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú.

En consecuencia, esta investigación plantea como problema general la interrogante ¿En qué medida la cobertura periodística de noticias policiales se relaciona con la

audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022? Así como resolver los siguientes problemas específicos ¿En qué medida la construcción de las noticias policiales se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022? Además, ¿En qué medida las fuentes de información en temas policiales se relacionan con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022? Finalmente, ¿En qué medida el recurso humano profesional técnico asignado a noticias policiales se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022?

Esta investigación es importante porque contribuye teóricamente a potenciar la cobertura periodística de noticias policiales e incrementar los escasos estudios relacionados a los noticieros. A partir de los nuevos conocimientos hallados, se promoverán nuevas líneas de investigación que permitan profundizar temas relacionados a este estudio. Asimismo, permitirá entender la relevancia de la construcción de la noticia en temas policiales, así como de contar con fuentes confiables que aseguren la veracidad de la información y entender la importancia de contar con un recurso humano destacado. El presente estudio se respaldó en la agenda de Setting desarrollada por McCombs y Shaw en 1972, así como en la teoría de Gatekeeper desarrollada por Kurt Lewin en 1947.

Esta investigación cuenta con datos puntuales y confiables. Es elaborada con la finalidad de aportar como antecedente para próximas investigaciones y colaborar a futuros estudios relacionados al tema y elevar el interés del mismo.

El presente estudio tiene como objetivo principal determinar la relación entre la cobertura periodística de noticias policiales con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022. A su vez, los objetivos específicos son determinar la relación entre la construcción de las noticias policiales con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022; determinar la relación entre las fuentes de información en temas policiales con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022; finalmente determinar la relación entre el recurso humano asignado a cubrir noticias policiales con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.

De acuerdo a lo expuesto la hipótesis nula se presenta de la siguiente manera; la cobertura periodística de noticias policiales no se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022. Mientras tanto, la hipótesis alterna es; la cobertura periodística de noticias policiales se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022. Las hipótesis específicas a su vez son; la construcción de las noticias policiales se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de tv Perú, 2022; las fuentes de información en temas policiales se relacionan con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022; finalmente el recurso humano asignado a cubrir noticias policiales se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Se recurrió a investigaciones anteriores para comprender mejor los fenómenos de estudio, en este caso cobertura periodística y audiencia.

Carcavilla y Zugasti (2020) en su estudio tuvieron como objetivo central conocer cuáles son las características de la cobertura periodística de la "Marca España" en relación con las personas. El estudio utilizó la metodología cuantitativa, a partir del análisis del contenido de los tres diarios españoles más importantes. Posteriormente se presentaron los resultados estadísticos en gráficos y tablas de frecuencias.

El estudio arrojó como principales resultados que el 78,8% de las unidades de análisis vincularon la marca España con las personas y que el 55,6% de las publicaciones ofrecieron una perspectiva positiva de la influencia de una noticia sobre la Marca España.

El estudio concluyó que el vínculo entre la Marca España y las personas según la prensa era muy estrecho, pues la mayoría de noticias fueron protagonizadas por determinadas personas o por un grupo de personas. También concluyó que más de la mitad de las publicaciones que tuvieron un vínculo con determinadas personas mostró opiniones positivas o neutras acerca de la influencia de la noticia.

Mientras tanto, Álvarez-Monsiváis (2020) analizó en su estudio las noticias sobre candidatas presidenciales que antes fueron primeras damas; Cristina Fernández (Argentina), Hillary Clinton (Estados Unidos) y Margarita Zavala (México). El estudio aplicó metodología cuantitativa y se usó el modelo del encuadre noticioso.

Los resultados indicaron que la cobertura periodística sobre una mujer política depende del tiempo en el que se encuentre dentro de ella. Si es desde su función como primera dama, la cobertura se centra en las acciones de dicho cargo, con un comportamiento que se complementa al carácter frío que transmite un presidente. En las campañas presidenciales de Clinton y Zavala, fueron consideradas como contestatarias con un 17% y políticamente fuertes con 15%. La prensa que cubrió a Clinton, identificó un 9% de rasgos masculinos durante el primer periodo, luego aumentó a 32% durante campaña electoral, sin embargo, la personalidad femenina bajó de 43% a 11%. Respecto a los rasgos masculinos de Zavala pasó de 9% a

46% y redujo rasgos femeninos de 51% a 8% cuando fue candidata. En el caso de Fernández, se identificaron rasgos masculinos en una de cada 10 noticias y femeninos en casi tres de cada 10. Asimismo, se mostró que los temas relacionados a las características masculinas aumentaron en los tres casos y los temas femeninos fueron casi eliminados. El caso mexicano fue el más relevante, pues pasó de 27% a 68% de temas masculinos.

Una primera conclusión fue que las noticias muestran que existe una masculinización política de la personalidad de las mujeres, ya que sus rasgos femeninos no tienen relación con sus actitudes políticas. Una segunda conclusión, fue que cuando una de ellas se comportó de manera femenina, la valoración fue negativa, demostrando que los medios no consideran que los rasgos asociados a las mujeres son los ideales para la política, por lo que se ven obligadas a estratégicamente realizar una campaña donde demuestren que pueden representar una función masculina.

Mayo-Cubero (2019) planteó como objetivo analizar el uso de redes sociales como fuente informativa en la comunicación de crisis en España. Este estudio tuvo enfoque metodológico cuantitativo, a través de la técnica de encuesta cuya muestra fueron 30 directores de diferentes medios.

Los resultados de este estudio demostraron que en situaciones de emergencia recurren a la prensa digital normalmente el 56.5% y siempre el 39.1%. Otro resultado fue que los comunicadores eligen las redes como fuente de información a la que acuden siempre (26.1%), a casi siempre (47.8%). Sin embargo, también indicó que las redes sociales no oficiales no tienen la misma frecuencia de uso y la mayoría de encuestados no consultan casi nunca (47.8%).

El estudio logró concluir que los periodistas acuden siempre a la prensa digital para informarse en la cobertura de situaciones de emergencias para verificar, ampliar y contrastar información. También concluyó que los comunicadores tienen más confianza en la Webs oficiales que en las redes sociales.

Por su parte, Repiso & Chaparro-Domínguez (2018) establecieron tres objetivos; identificar la presencia de universidades españolas en la prensa extranjera. Identificar los países en los que la universidad española es parte de sus titulares y

analizar la relación entre la cantidad de notas periodísticas en prensa extranjera y variables como el tamaño, antigüedad y la producción científica de la universidad. Este trabajo utilizó metodología cuantitativa, a través de un análisis estadístico y análisis multivariante.

El estudio tuvo como resultado que el número de notas publicadas en prensa extranjera tienen una gran relación con la producción científica de las universidades españolas, demostrando que el conocimiento académico es un elemento importante para la prensa. Se observa que las universidades privadas tienen presencia en la prensa extranjera un 11% mientras que los centros públicos aparecen un 89%. Los países donde más veces aparece la universidad española en la prensa son Estados Unidos con un 39% y México con 25%, seguidos por Reino Unido con 10%, India con 5%, Chile con 2,5% y Argentina 1,7%.

El estudio concluyó concretamente que se refleja una dimensión importante de la de la universidad y su presencia en los medios, así como el alcance de las universidades españolas en la prensa extranjera.

Por otro lado, Condori (2021) planteó como objetivo determinar la repercusión de la cobertura periodística de las elecciones generales 2021 en los ciudadanos de un distrito de Arequipa. La muestra tuvo a 380 ciudadanos electores, aplicó metodología cuantitativa, con diseño no experimental y de tipo transversal.

El estudio tuvo como resultado principal que la cobertura periodística sobre las elecciones generales repercute en la opinión pública de la muestra encuestada. Asimismo, con un nivel de significancia de 0.05 tuvo como resultado, que existe una fuerte relación entre cobertura periodística y la opinión pública de los ciudadanos.

La investigación concluyó que los medios informativos, repercuten en la opinión pública, ya que influyen en las decisiones políticas sobre los candidatos. Una segunda conclusión fue que las fuentes de información también repercuten en la opinión pública, porque sus citas fortalecen la credibilidad e imparcialidad periodística.

Proleon (2018) tuvo como objetivo analizar los efectos de la cobertura periodística del diario Ojo respecto al viaje del Papa Francisco en Perú. El estudio aplicó metodología cuantitativa, de tipo básico, con diseño no experimental.

Como principales resultados, se obtuvo que la correlación de Pearson tuvo un valor de 0,435 determinando que existe una correlación positiva moderada de las variables y que un 38,5% considera que la cobertura periodística del diario Ojo influye en la formación de opinión pública. De las 91 personas que fueron encuestadas, 35 señalaron que la cobertura de Ojo sobre el Papa en Perú incidió “algunas veces” en la formación de corrientes de opinión pública, mientras que 25 señalaron que “casi nunca” pasó.

El estudio tuvo como primera conclusión que la cobertura periodística del diario Ojo sobre la visita del Papa Francisco a Perú no promueve corrientes de opinión pública favorables entre la muestra encuestada. Una segunda conclusión, fue que las propiedades periodísticas de dicho diario sobre la visita del Papa en enero del 2018, inciden “algunas veces” en la formación de corrientes de opinión pública de los vecinos que representaron la muestra de estudio.

Asimismo, González-Neira y Quintas-Froufe (2020) plantearon como objetivos, exponer y analizar cuáles fueron los espacios televisivos con mayor número de espectadores en los últimos quince años, profundizar en las preferencias televisivas de los televidentes en un espacio de tiempo determinado y valorar la evolución de los formatos más exitosos. La metodología del estudio fue cuantitativa, con diseño no experimental.

El estudio tuvo como resultado que durante los últimos quince años existe una evolución de los canales con mayores retransmisiones de éxito en España. Otro resultado, fue que los espacios favoritos de la audiencia son los informativos, las series y los programas especiales. También tuvo como resultado que existe una evolución en la preferencia de formatos. Las series son el formato con más éxito con un 48%, sin embargo, su interés ha ido decreciendo. Las películas españolas forman parte de los espacios más vistos anualmente sólo en dos ocasiones, por lo que constituyen solo el 4,4% del total de formatos analizados. Los programas informativos son los más vistos en los últimos años ocupando el 12% del total

analizado. Los concursos, son un formato que está entre los programas más vistos con un 8.4% de los formatos analizados.

Una primera conclusión, fue que las series fueron el formato que más éxito tuvo durante el periodo analizado, seguidas por los programas especiales e informativos. Otra conclusión, fue que no hay ningún formato que mantenga su hegemonía durante el periodo estudiado. Finalmente, concluyó que hay programas retransmitidos con altos índices de audiencia que se mantienen en la parrilla desde los años 60.

Fontela-Pedreira et al. (2020) tuvieron cuatro objetivos, el primero; conocer los diferentes públicos que emplean las redes sociales para recoger informaciones sobre los debates televisados. Segundo, comparar los temas con mayor interés entre las audiencias de los medios tradicionales y de las redes sociales. Tercero, detectar si las personas comentaron y compartieron mensajes del debate televisado. Cuarto, conocer el nivel de credibilidad que los usuarios cedieron a los datos que brindaron los candidatos en los debates que fueron televisados. El estudio empleó la metodología cuantitativa, a través de una encuesta vía telefónica.

El estudio tuvo como primer resultado que el 52% de encuestados vieron alguno de los debates transmitidos por RTVE y el grupo Atresmedia (22 y 23 de abril). Otro resultado fue que los temas de economía y pensiones son los que más interés generaron (16% y 15%) seguido de importancia por paro (12%), así como políticas sociales (9%). También tuvo como resultado que un 27,8% obtiene más información de los debates a través de internet, radio, redes sociales, etc.

Como primera conclusión, señalaron que respecto al consumo de los debates las mujeres son más activas que los hombres, mientras que los jóvenes se interesan más en informarse de los debates en la red, que en los medios de comunicación tradicionales. También señalaron que los usuarios prefieren Facebook y Twitter para informarse de los debates televisados. Una segunda conclusión fue que tanto las audiencias de medios tradicionales como de redes sociales se preocupan más por temas económicos y paros. También concluyeron que se nota diferencias entre los usuarios con una participación pasiva y quienes tienen una participación activa la que comparten y comentan, es decir, existe una participación lineal, con poco

feedback. Finalmente, concluyeron que las cifras evidencian que las personas no confían en los líderes de los partidos, ni en la política.

Por otro lado, Herrero (2019) se planteó como objetivo principal elaborar un estudio sobre la presencia de periódicos deportivos en las redes sociales. El estudio empleó metodología cuantitativa, con el que se analizaron 4 diarios. Asimismo, se aplicó una tabla de variables.

Como resultados se obtuvo que estos periódicos tienen más presencia en Facebook como en Twitter, las dos redes sociales más mediáticas. Sin embargo, también utilizan otras redes como Instagram y YouTube. El periódico deportivo Marca tiene en Facebook una presencia de 38.34% mientras que en Twitter tiene el 43.61%. El periódico As tiene en Facebook una presencia de 17.62% y en Twitter 21.56%. Por su parte, el diario Mundo Deportivo tiene el 29% de presencia en Facebook y en Twitter el 21.78%. El diario Sport tiene el 14.28% de presencia en Facebook mientras que en Twitter tiene el 13.05%. Asimismo, se obtuvo como resultado que el número de lectores de los diarios no corresponden con la cantidad de seguidores en redes sociales. Otro resultado, fue que la interactividad no es muy elevada. En relación con los 4 periódicos analizados se observó que publican más en Twitter que en Facebook y que en este segundo en mención hay más reacciones que comentarios a sus mensajes compartidos.

La investigación tuvo como primera conclusión que los diarios estudiados tienen presencia en redes sociales y tienen actualizados sus perfiles oficiales. Asimismo, se concluyó que los seguidores en redes sociales no corresponden con su número de lectores en periódico. Por último, concluyó que el número de interacciones es bajo.

Por su parte González y Fernández (2019) tuvieron como objetivo principal el estudio de la evolución del consumo de transmisiones en diferido de los canales españoles. La investigación utilizó metodología cuantitativa.

El estudio arrojó como resultado que existe una preferencia por las series en diferido sobre todo las realizadas en España; destacan el estreno de la serie Cuerpo de Elite con 714.000 espectadores en diferido y La Catedral del mar con 691.000. Otro resultado fue que el formato más seguido con esta modalidad es el cine;

destacando la emisión de Campeones que alcanzó 606.000 espectadores en diferido. Un tercer resultado fue que la retransmisión de fútbol aparece constantemente entre los cinco espacios más consumidos de cada mes el 2018 (68%), siguen los especiales de Fin de Año (11%), los reality (7%) al igual que las series de ficción (7%), más abajo se encuentran los programas de actualidad (3%) y los informativos (2%). Sin embargo, los programas deportivos no figuran entre los cinco más vistos en diferido de cada mes, sino que lidera la serie española (67%), seguido de los shows de talentos (17%), cine (10%) y las series internacionales (6%).

Una primera conclusión del estudio fue que los formatos más exitosos en el consumo no lineal son los de ficción, seguido de los shows de talentos y el cine. Otra conclusión fue que los programas relacionados con la coyuntura han desaparecido entre los espacios que tenían mayor éxito entre la audiencia.

Mugruza (2021) tuvo como objetivo principal determinar cómo la técnica social media listening tiene valor en el estudio de audiencias en Twitter de dos centros comerciales. La metodología que se usa es mixta con preponderancia cuantitativa.

El estudio tuvo como resultado que ambos centros comerciales tienen el 41% de menciones negativas. Sobre el social media listening se resolvió que en el centro comercial "A" el tema más comentado es la inseguridad (46%). Asimismo, los hombres (62%) realizaron alguna mención o comentario, mientras que las mujeres figuran con el 38%. Respecto al centro comercial "B", el tema más usado en los comentarios fue asalto con 76%. La audiencia que realiza más comentarios y/o menciones son hombres, con un 59%, mientras que las mujeres presentan un 41%.

El estudio concluyó que existe interés por parte de agencias y marcas por saber la opinión de la audiencia en redes sociales. También concluyó que el social media listening ofrece estimación al proporcionar información que las marcas desconocen. Otra conclusión fue que gracias a las menciones se pudo conocer lo que sienten los usuarios hacia situaciones que experimentaron en estos centros comerciales y generar una opinión sea positiva o negativa, la cual se transmite mediante la red social a otros públicos. Una tercera conclusión fue que los centros comerciales pueden conocer a través del social media listening; el porcentaje de hombres y

mujeres que realizan una más conversación, la ubicación de este grupo de personas y también se pueden adquirir datos como el interés de la audiencia, audiencia potencial, nivel de alcance, entre otros.

Gerbolini (2019) tuvo como objetivo averiguar de qué manera la participación del espectador influye en el contenido de la serie web interactiva *Si fueras tú* (2017). La metodología utilizada fue mixta. La cuantitativa se desarrolló a partir del análisis de contenido.

Un primer resultado fue que el 79% de los comentarios se dirigían a la primera actriz como una persona real. El 17% le hizo preguntas sobre la trama, un 19% le aconsejó sobre el amor, el 38% le sugirió que tenga cuidado con un personaje específico, el 14% crearon teorías sobre una relación con un personaje y el 10% le sugirió no confiar en nadie. Un segundo resultado indicó que las transmisiones de Facebook tuvieron un alto porcentaje de interactividad. El 97% de los comentarios respondieron que sí a al menos a una de las siete categorías planteadas, mientras que el 3% respondieron negativamente. Un tercer resultado fue que el 19% se dirigen a la actriz en segunda persona, mientras que un 79% se dirige a ella de tú a tú en los vivos de Facebook. Un último resultado fue que existe una gran relación entre los comentarios de los espectadores y la trama de los capítulos siguientes (77%).

La investigación concluyó en que los espectadores tuvieron influencia en la construcción del primer actor o actriz. Sin embargo, la trama no tuvo cambios por la influencia de la audiencia. También concluyó que las herramientas de la narrativa transmedia a la serie aumentaron la participación e interactividad de los televidentes. Una tercera conclusión, fue que las narrativas transmedia son herramienta eficaz para que los usuarios participen en redes sociales y difundan el contenido. Finalmente, concluyó que el uso correcto de medios y formatos transmedia permite conocer la línea que separa la ficción de la realidad.

A continuación, diferentes autores contribuyeron a entender la definición, las características y los componentes de las variables estudiadas.

La cobertura periodística es la esencia que posee cada medio de comunicación, pues brinda veracidad e inmediatez y estos elementos es lo que buscan los

televidentes en cualquier medio, así lo define Ponce (2018). Por su parte, Muñoz (2015) define la cobertura periodística como la tarea fundamental que los medios de comunicación tienen que analizar para priorizar los hechos más importantes que la población debe informarse. La noticia es el resultado de la organización que tienen los comunicadores sobre los acontecimientos actuales.

Para Estremadoyro (2004) un hecho se convierte en noticia cuando hay una cobertura periodística, pues desde el punto de vista académico, la noticia no es igual que información; pues la noticia es cuando el periodista hace un descubrimiento y la información son los detalles que se desarrolla de acuerdo al criterio de cada medio.

Martini (2000) señala que el periodista debe construir la información, una tarea que incluye interés y curiosidad, etapas de documentación, búsqueda y verificación de fuentes, así como la selección y valorización de la noticia y de interpretación del suceso. Por su parte Asencios y Mariño (2022) consideran que, en una cobertura periodística, el comunicador debe conseguir, analizar, explicar, corroborar y divulgar la información que sea de interés común de manera veraz.

Obach (1997, citado en Condori, 2021) plantea que la importancia de un suceso, la excepcionalidad, las consecuencias que podría ocasionar a la población, la implicancia de personajes conocidos y la proximidad, son elementos que se tienen que evaluar para decidir qué hecho es suficientemente relevante para que merezca una cobertura periodística.

Por otro lado, Castro (2021) plantea que existen dos tipos de coberturas periodísticas. Las coberturas periodísticas habituales; que son las noticias que cubren los reporteros durante el día a día y las coberturas periodísticas especiales; que son las investigaciones que demandan largo tiempo, presentadas en varias entregas y que no necesariamente responden a la coyuntura.

Para Marín (2017) la cobertura periodística de una noticia satisface la necesidad de conocer lo que ocurre en cada momento, lo que está sucediendo o lo que puede suceder en un corto espacio de tiempo.

Los medios de comunicación cumplen un rol importante para construir una historia sobre los acontecimientos sociales de cada país; sin su cobertura los ciudadanos no podrían informarse de la existencia de conflictos, así lo señalan Macassi y Subauste (2009). Por su parte, Cáceres (2011, citado en Gómez-Domínguez et al. 2016) señala que la cobertura periodística de un hecho es importante en la problematización o en la omisión de los sucesos pues lo que no tiene visibilidad pública no existe. Por otro lado, Vicente Leñero y Carlos Marín (1986) afirman que la importancia de la actividad periodística es despertar el interés colectivo.

En una adecuada cobertura periodística debe primar el ideal de la ciudadanía, así como buscar aportar una contextualización que fortalezca la democracia, libertad y reconocimiento de derechos de toda la sociedad (Muñoz 2015). Mientras tanto González (2007) señala que la prensa debe estar del lado de la ciudadanía e informar con la mayor amplitud posible de lo que acontece en su entorno. Dice también que la función de los periodistas no solo se basa en registrar un hecho noticioso, sino también ejercer un periodismo de profundidad y calidad que oriente a las personas.

Fernández (2016) plantea que la cobertura reiterada de situaciones traumáticas como atentados, desastres naturales, accidentes, etc. puede ocasionar estrés y otros trastornos menores, entre los periodistas. Otra consecuencia de una mala cobertura es el sensacionalismo, para Herrero (2003, citado en Castro, 2018) el periodismo sensacionalista se diferencia por los temas que se elige y el tratamiento periodístico que le den. El periodismo sensacionalista se provee de asuntos propios a la colectividad y su cotidianidad, su lenguaje es coloquial y sencillo a diferencia del periodismo tradicional que tiene un lenguaje frío y sobrio y que además se ajusta a la descripción de los hechos o a los dichos.

Leñero y Marín (1986) señalan que la tergiversación de los sucesos genera desconcierto y desconfianza en las personas. Cuando se descubre información falsa o engaño deliberado el daño es para el medio de comunicación y para el periodista.

Misayauri (2019) señala que el hecho o acontecimiento, es un elemento importante para una buena cobertura periodística, así como considerar las consecuencias que origina en las personas. Otro elemento es contar con una fuente verídica, un lenguaje entendible y la fotografía para tener una mayor percepción de los hechos. De acuerdo con González (2007) un elemento importante para una buena cobertura periodística es la planificación, el saber qué cubrir y cómo, tomando en cuenta el interés de la ciudadanía. La cobertura periodística se convierte en una recopilación de hechos, representada por editores y periodistas, para posteriormente presentarlos a una audiencia.

Por su parte Martini (2000) señala que un componente para un eficiente ejercicio periodístico es la actualización permanente para ver y entender las tendencias que atraviesan las sociedades contemporáneas, lo que requiere un trabajo constante de documentación y manejo de fuentes, además de la revisión en la construcción de un discurso unilateral. Mientras tanto López (1995) plantea que los temas que se ofrecen al público se establecen en función de agendas de los reporteros, los redactores y la agenda general del medio.

Finalmente, Alsina (1989) explica que se debe comprender principalmente que la noticia no es un hecho, sino la narración de un hecho. A esto, se suma la veracidad, un elemento cuestionable en la noticia, pues un hecho noticioso falso no deja de ser noticia.

Sobre la audiencia, González-Neira y Quintas-Froufe (2021) consideran que es importante entender que detrás de la audiencia está la persona, pues es quien se convierte en audiencia cuando realiza un consumo de algún contenido de un medio de comunicación. Por su parte Orozco (1997) define audiencia como cifras, segmentos cuantitativos en los que se divide la sociedad respecto a su preferencia por algún medio. Por parte de los anunciantes, las audiencias son posibles consumidores de sus productos o servicios.

Levy y Windahl (1985) señalan que la actividad de la audiencia, se refiere a la voluntad y selección de quienes la conforman hacia el proceso comunicativo. Es decir, el uso de los medios está motivado por los fines que los miembros de la audiencia consideran. Por su parte, Musitu et al. (1987) señala que en general, los

comunicadores no conocen a las personas a los que están comunicando, es decir puede ser anónima.

Mientras tanto Quintas-Froufe y González-Neira (2015) señalan que la audiencia tiene autonomía, pues decide cuándo, dónde y cómo consume los contenidos que ofrecen los medios.

López (2018) menciona tres tipos de audiencia. La primera es denominada audiencia simple; conformada por especialistas que se encuentran en lugares de poca concurrencia. Al segundo tipo de público se le llama audiencia de masas; es un gran grupo a quienes no se les puede identificar, es desorganizado, tratado como una masa heterogénea sin una razón que los una. Finalmente, la audiencia difusa; creada por los cambios en la sociedad e integraciones de diversas fuentes de cultura. Por su parte, Depaz (2010) la clasifica en audiencia potencial, la cual está conforma por toda persona que sea capaz de ver un programa televisivo o radial; nicho de audiencia, se refiere a una parte de la audiencia potencial que puede convertirse en audiencia real; audiencia real, son las personas que siguen un programa; mientras que el índice de audiencia, es el porcentaje de la audiencia real respecto a la audiencia potencial. Finalmente, cuota de pantallas o share, es el reparto de las audiencias reales entre todos los canales expresado en porcentajes.

Para Rodríguez-Fernández et al. (2017, citado en Saavedra-Llamas et al. 2020) la audiencia es importante para medios y marcas, ya que la interacción con el espectador produce posibilidades de programación tanto televisiva como publicitaria. Para Huertas (2006) conocer el tamaño de la audiencia y su composición, además de características como el sexo, edad, clase social, entre otros, es información esencial para que el medio de comunicación evalúe el éxito de sus propuestas.

Rodríguez et al. (2017) señala que existe un escenario de cambios, donde la audiencia viene a ser una oportunidad, tanto para marcas como para los medios, pues la interacción genera posibilidades de una programación publicitaria y televisiva.

Para Alsina (1989) el periodista debe evaluar si captará la atención de la audiencia. No sólo es importante que el tema sea relevante para el comunicador, sino que debe ser lo que el público también considere importante.

Según Valentina (2014, citado en Reátegui, 2018) plantea que un elemento importante para lograr captar a la audiencia es indagar cuáles son los motivos que hicieron que este público haga uso de un medio de comunicación, para así tener puntos clave y reforzarlos o hacerlos más atractivos.

Mientras tanto, Wicks (2001) señala que la audiencia está conformada por un extenso, anónimo y heterogéneo grupo de personas y esta es la manera más sencilla y rápida de clasificar y segmentarla. Para Abercombrie (2000, citado en Reategui, 2018) la audiencia está conformada por grupos de individuos ante un episodio o fenómeno que se lleva a cabo y que esta audiencia es anónima al mensaje emitido por el medio de comunicación.

Esta investigación se respalda en la agenda de Setting de McCombs y Shaw desarrollada en el año 1972, la cual detalla que los elementos prominentes en la agenda de los medios no solo destacan en la agenda del público, sino que también son considerados por las personas como importantes. La teoría, establece que los medios tienen el poder de fijar la agenda de la audiencia; es decir, se ha demostrado que el público sí considera los temas que los medios proponen como importantes y, por lo tanto, la audiencia piensa sobre los asuntos que los medios de comunicación les dan importancia, Carazo (2018). En esa línea, también se sostiene en la teoría de Gatekeeper que fue desarrollada por Kurt Lewin en el año 1947, la cual establece que el periodista tiene autonomía para elegir la noticia, así como rechazar la publicación de un tema. Esta teoría plantea la hipótesis que existe una persona en cada institución mediática que influye y determina qué nos informamos de nuestro entorno a través de los medios de comunicación y sobre qué temas se enfoca la conversación pública (Domingos, 2021).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El estudio utilizó la investigación básica, ya que se buscó conocer a profundidad cómo se relacionan los fenómenos de estudio, la cobertura periodística y la audiencia. La investigación básica es la búsqueda del conocimiento mismo, sin considerar sus aplicaciones prácticas. Es decir, su fin es profundizar los conocimientos sobre la realidad y se centra en la construcción de generalizaciones para describir y comprender los fenómenos de estudio (Pimienta y de la Orden, 2017).

A nivel metodológico se trabajó con el enfoque cuantitativo, porque recopiló y analizó datos que contribuyan con los objetivos planteados. Hernández et al. (2014) señalan que el enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la que sigue, es decir, no se puede saltar pasos y tiene un orden riguroso.

Asimismo, el nivel de investigación fue de tipo correlacional; pues su finalidad fue conocer la relación existente entre dos o más variables en una muestra o contexto específico (Hernández et al., 2014).

A su vez, el diseño a utilizar fue no experimental. Pues las variables de estudio no son sometidas a condiciones experimentales, sino que son evaluadas en su contexto natural sin ninguna alteración (Arias y Covinos, 2021).

El estudio tiene un alcance transversal. Para Vega et al. (2021) un estudio transversal tiene como elemento principal la evaluación en un momento específico y determinado de tiempo.

Asimismo, para la recolección de datos se aplicó la técnica del cuestionario a través del instrumento encuesta para poder experimentar las hipótesis que se planteó. La encuesta juega un rol muy importante. Es utilizada para captar información sobre un determinado grupo o población (Pimienta, 2000).

3.2. Variables y operacionalización

Definición conceptual - Variable Cobertura periodística

Muñoz (2015) define la cobertura periodística como la tarea fundamental que los medios de comunicación tienen que analizar para priorizar los hechos más importantes que la población debe informarse. Asimismo, considera que la noticia es el resultado de la organización de los comunicadores sobre los acontecimientos actuales.

Definición operacional - Variable Cobertura periodística

De acuerdo con González (2007) para una cobertura periodística el primer paso es la planificación, el saber qué cubrir y cómo, tomando en cuenta el interés de la ciudadanía. La cobertura periodística se convierte en una recopilación de hechos, que cuenta con fuentes informativas y que es posteriormente representada por los periodistas, para ser presentados a una audiencia.

De acuerdo a la definición conceptual, encontramos como primera dimensión; la construcción de la noticia, cuyos indicadores son; el análisis de hechos noticiosos, la narración de la noticia, testimonios de protagonistas, la información de representantes oficiales, el uso de materiales audiovisuales, el tiempo de cobertura y la priorización de noticia. La segunda dimensión son las fuentes de información, cuyos indicadores son la credibilidad de las fuentes, la base de datos policiales y los recursos tecnológicos. Finalmente, la tercera dimensión es el recurso humano, cuyos indicadores son la preparación en temas policiales, la experiencia en coberturas policiales y el uso de nuevas tecnologías

Santos et al. (2022) señalan que la dimensión de una variable es un elemento que la integra, es el resultado de su análisis o descomposición. Mientras que los indicadores son las características de un término, el comportamiento o cualidad que se puede medir y observar.

Definición conceptual - Variable Audiencia

Para Quintas-Froufe y González-Neira (2021) es importante entender que detrás de la audiencia está la persona, pues es quien se convierte en audiencia cuando

realiza un consumo de algún contenido de un medio de comunicación según sus preferencias.

Definición operacional - Variable Audiencia

Según Wicks (2001) la audiencia está compuesta por un extenso, anónimo y heterogéneo grupo de personas y esta es la manera más sencilla y rápida de clasificar y segmentarla.

De acuerdo a la definición conceptual encontramos como primera dimensión; al público objetivo cuyos indicadores son el impacto de las noticias en la audiencia, la captación de público a través de noticias policiales y el valor social. Como segunda dimensión se encuentra el consumo de contenido, cuyos indicadores son la preferencia por noticias policiales y la identificación con hechos policiales. Como tercera dimensión se encuentra la percepción del mensaje, cuyos indicadores son el valor periodístico, la influencia en las personas, el tipo de significado que le otorga a las noticias policiales, la cultura de prevención y el nivel de aceptación del mensaje de noticias policiales.

El presente estudio aplicó la medición ordinal, con preguntas en la escala de Likert; el cual es un instrumento con el que se puede recolectar datos luego que el encuestado indica su acuerdo o desacuerdo a una afirmación o ítem; esta escala se elabora de manera ordenada. Bertram (2008).

3.3. Población, muestra y muestreo

La investigación tiene como población a los televidentes del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022. Santos et al. (2022) señalan que la población es el conjunto de sujetos o elementos con cualidades en particular.

Los criterios de inclusión fueron los televidentes hombres y mujeres del noticiero Edición Noche de TVPerú mayores de 18 años, del distrito de Barranco. Para Otzen y Manterola (2017) los criterios de inclusión son las características clínicas, demográficas y geográficas de los sujetos que forman parte de la población de estudio.

Mientras que para los criterios de exclusión se consideró a personas que no son televidentes del noticiero Edición Noche de TVPerú, a personas menores de edad y que no residan en Barranco. Otzen y Manterola (2017) señalan que este tipo de criterio son las características que pueden interferir con los resultados.

Considerando que la población de Barranco es actualmente de 36,465 ciudadanos, se aplicó la fórmula de muestra de población finita, con el cual se obtuvo como resultado 381 encuestas, donde el margen de error fue de 5% y la confiabilidad de 95%. Piedra y Manqueros (2021) señalan que la muestra es el conjunto de individuos que forman parte de la población de estudio tras un procedimiento específico.

Además, se realizó el muestreo probabilístico, aleatorio simple. Para Otzen y Manterola (2017) este tipo de muestreo, garantiza que todos los elementos que forman parte de la población tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra.

La unidad de análisis fueron los hombres y mujeres mayores de 18 años del distrito de Barranco que ven el noticiero Edición Noche de TVPerú.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se desarrolló un estudio minucioso el cual obtuvo datos a través del instrumento cuestionario, el cual servirá para medir las variables y dimensiones. El cuestionario se realizó con preguntas en la escala de Likert para ser respondidas por los televidentes hombres y mujeres mayores de 18 años que ven el noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022. El cuestionario es un conjunto de preguntas, elaborado cuidadosamente sobre los aspectos que son relevantes para la investigación. García (2003).

3.5. Procedimientos

Se recurrió a fuentes confiables de investigación, como artículos científicos, libros, tesis, nacionales e internacionales. El instrumento fue validado por el juicio de tres expertos. Se desarrolló un plan piloto del instrumento, el cual consistió en aplicar 20 encuestas a la muestra señalada, posteriormente se aplicó el Coeficiente Alfa

de Cronbach, el cual permite medir la fiabilidad de los instrumentos, obteniendo como resultado 0.87 lo que indica que existe una confiabilidad alta. Celina y Campo (2005) señalan por debajo del valor 0,7; la consistencia de la escala utilizada es baja. El alfa de Cronbach es el promedio de las correlaciones entre los ítems que forman el instrumento.

De igual manera, se aplicó el coeficiente de validación V De Aiken, obteniendo como resultado 0.75. Este es un método sencillo, el cual se aplica como un método lógico cuando existe opinión de expertos sobre la validez de un instrumento. El valor 1 es la máxima magnitud, lo quiere decir que existe un perfecto acuerdo entre los jueces. Robles (2018). Posteriormente se procedió la aplicación de la encuesta cuyos datos obtenidos se plasmaron en gráficas de barras y finalmente se presentaron las conclusiones y recomendaciones.

3.6. Método de análisis de datos

Los datos que se obtuvieron tras la encuesta se procesaron en el programa Microsoft Excel. Para el análisis de las hipótesis se recurrió al programa SPSS, con el cual se aplicó las tablas cruzadas Rho Spearman para constatar la correlación de las variables; cobertura periodística y audiencia, con sus dimensiones e indicadores. Para Mondragón (2014) el análisis de Spearman, es un método estadístico no paramétrico, que examina la fuerza de relación entre dos variables cuantitativas.

3.7. Aspectos éticos

Toda la información en este trabajo está debidamente citada, respetando el derecho de autoría, como también se respetaron las normas APA 7° edición. La información obtenida tiene como fin, potenciar con contenido policial el noticiero Edición Noche de TVPerú, teniendo previamente la autorización de dicha institución. Además, esta investigación pretende conservar el prestigio de la Universidad César Vallejo, pues se realizó con suma honestidad.

IV. RESULTADOS

Relación entre la cobertura periodística de noticias policiales y su relación con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

Estadística descriptiva

Tabla 1

Cobertura periodística de noticias policiales y su relación con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Bajo	26	6,8	6,8	6,8
	Medio	83	21,8	21,8	28,6
	Alto	272	71,4	71,4	100,0
Total		381	100,0	100,0	-

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 1 muestra que el 71.39% (272 televidentes) perciben un nivel alto de cobertura periodística de noticias policiales en el noticiero Edición Noche de TVPerú. Por otro lado, 21.78% (83 televidentes) determinan que existe un nivel medio y el 6.82% (26 televidentes) señala un nivel bajo.

Interpretación

Por los hallazgos se infiere que el nivel alto destaca con un 71,39%. Esto quiere decir que 272 televidentes de los 381 encuestados, perciben un nivel alto de coberturas periodísticas de hechos policiales en el noticiero Edición Noche de TVPeru, 2022.

Tabla 2

Dimensión construcción de la noticia policial y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Bajo	35	9,2	9,2	9,2
	Medio	162	42,5	42,5	51,7
	Alto	184	58,3	48,5	100,0
Total		381	100,0	100,0	-

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 2 se indica que el 48.29% (184 televidentes) perciben un nivel alto en la construcción de noticias policiales en el noticiero Edición Noche de Tv Perú. Por otro lado, el 42.52% (162 televidentes) identificaron un nivel medio y el 9.19% (35 televidentes) perciben un nivel bajo.

Interpretación

En los hallazgos se obtuvo un nivel alto de 48.29%. Esto quiere decir que los televidentes consideran que las notas policiales que emite el noticiero Edición Noche de TVPerú, son elaboradas bajo una adecuada construcción periodística, es decir, los profesionales realizan un análisis minucioso de los sucesos, cuentan con testimonios, entrevistas a representantes oficiales, además usan material audiovisual adecuado y también cuentan con una narración que capta la atención a la audiencia.

Tabla 3

Dimensión de fuentes de información de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Bajo	39	10,2	10,2	10,2
	Medio	194	50,9	50,9	61,2
	Alto	148	38,8	38,8	100,1
Total		381	100,0	100,0	-

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 3 se muestra que el 38.85% (148 televidentes) de audiencia percibe que existe un nivel alto de fuentes de información en el noticiero Edición Noche de Tv Perú, por otro lado, el 50.92% (194 televidentes) identificaron un nivel medio de fuentes de información y el 10.24% (39 televidentes) señalaron un nivel bajo.

Interpretación

En los hallazgos se obtuvo un nivel medio 50.92% respecto al uso de fuentes de información en las notas policiales del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022. Esto quiere decir que 194 televidentes consideran que las notas sobre hechos policiales cuentan con fuentes de información que dan credibilidad a la información que proporcionan generando confianza en la audiencia.

Tabla 4

Dimensión del recurso humano y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Bajo	25	6,6	6,6	6,6
	Medio	127	33,3	33,3	39,9
	Alto	229	60,1	60,1	100,0
Total		381	100,0	100,0	-

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 4 se indica que el 60.10% (311 televidentes) de la audiencia percibe que existe un nivel alto en la eficiencia del recurso humano que cubre noticias policiales en el noticiero Edición Noche de Tv Perú, por otro lado, el 33.33% (127 televidentes) identificaron un nivel medio en la eficiencia de recurso humano y el 6.56% (25 televidentes) señalaron un nivel bajo.

Interpretación

En los hallazgos obtenidos se destaca un nivel alto de 60.10% con relación al recurso humano que cubren noticias policiales para el noticiero Edición Noche de TVPerú. Esto quiere decir que 311 televidentes consideran que los comunicadores que realizan la cobertura periodística de noticias policiales cuentan con una buena preparación profesional en estos temas, además de la experiencia que se requiere para la cobertura de los mismos.

Tabla 5

Dimensión público objetivo del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Bajo	62	16,3	16,3	16,3
	Medio	220	57,7	57,7	74,0
	Alto	99	26,0	26,0	100,0
Total		381	100,0	100,0	-

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 5 se muestra que el 25.98% (99 televidentes) señala un nivel alto de interés que tiene el público objetivo por las noticias policiales del noticiero Edición Noche de TVPerú, por otro lado, el 57.74% (220 televidentes) determinaron un nivel medio y el 16.27% (62 televidentes) mostraron un nivel bajo.

Interpretación

En los hallazgos detectados destacó el nivel medio con 57.74% con relación al interés que tiene el público objetivo por las noticias policiales que transmite el noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022. Significa que 220 televidentes muestran un alto interés por las noticias policiales que transmite dicho noticiero.

Tabla 6

Dimensión consumo de contenido policial del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Bajo	76	19,9	19,9	19,9
	Medio	131	34,4	34,9	54,3
	Alto	174	45,7	45,7	100,0
Total		381	100,0	100,0	-

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 6 se indica que existe un nivel alto con 45.67% (174 televidentes) que consume contenido policial del noticiero Edición Noche de TVPerú, por otro lado, se detectó un nivel medio con 34.38% (131 televidentes) que consume contenido policial y un nivel bajo con 19.95% (76 televidentes).

Interpretación

En los hallazgos del estudio se destaca un nivel alto 45.67% con relación al consumo de contenido policial, esto quiere decir que 174 televidentes tienen preferencia por el contenido policial que emite el noticiero Edición Noche de TVPerú.

Tabla 7

Dimensión percepción del mensaje de la cobertura de noticias policiales del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Bajo	128	33,6	33,6	33,6
	Medio	184	48,3	48,3	81,9
	Alto	69	18,1	18,1	100,0
Total		381	100,0	100,0	-

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 7 muestra que el 18.11% (69 televidentes) registraron un nivel alto respecto a la percepción del mensaje del noticiero Edición Noche de Tv Perú, por otro lado, el 48.29% (184 televidentes) determinaron un nivel medio y el 33.60% determinaron un nivel bajo.

Interpretación

En los hallazgos obtenidos se registra un nivel medio de 48.29% con relación a la percepción de los usuarios respecto a los mensajes de las noticias policiales del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022. Esto quiere decir que 184 televidentes perciben positivamente las noticias policiales emitidas en el noticiero, considerando que cuentan con un valor periodístico importante, además de generar un interés informativo que podría influir en la opinión de la audiencia y además de generar a través de ellas una cultura de prevención ante la inseguridad ciudadana.

Análisis inferencial

Tabla 8

Prueba de normalidad de Kolmogórov -Smirnov

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Cobertura Periodística	,157	381	,000
Audiencia	,079	381	,000

Fuente. Elaboración propia

Tras observar los datos obtenidos y dado a que la muestra es mayor a 50 se consideró la prueba de normalidad de Kolmogórov – Smirnov.

Asimismo, se observa que las variables no siguen una distribución normal ya que el p-valor o nivel de significancia es de 0.000 para ambas variables, valor menor a 0.05, con un nivel de confianza del 95%, a partir de ello se empleó la prueba de Rho de Spearman para medir la correlación de variables.

Estadística inferencial

Planteamiento de la hipótesis

Hipótesis general

H0) La cobertura periodística de noticias policiales no se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de TV Perú, 2022.

H1) La cobertura periodística de noticias policiales se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.

Tabla 9

Correlación entre cobertura periodística de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú.

			Cobertura Periodística	Audiencia
Rho de Spearman	Cobertura Periodística	Coefficiente de correlación	1.000	-,065
		Sig. (bilateral)	-	,209
		N	381	381
	Audiencia	Coefficiente de correlación	-,065	1,000
		Sig. (bilateral)	,209	-
		N	381	381

Fuente. Elaboración propia

El coeficiente de correlación de Spearman nos otorga un resultado de $Rho = -0.065$, cercano al valor de 0, por lo tanto, no existe una correlación entre cobertura periodística y audiencia, siendo corroborada por el valor de significancia $p = 0.209$, valor mayor a 0.05,

Interpretación

Según los hallazgos obtenidos, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, comprobando que no existe relación entre cobertura periodística de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.

Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

H0): La construcción de noticias policiales no se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de TV Perú, 2022.

H1) La construcción de noticias policiales se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.

Tabla 10

Correlación entre la construcción de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

			Cobertura Periodística	Audiencia
Rho de Spearman	Cobertura Periodística	Coefficiente de correlación	1.000	-,073
		Sig. (bilateral)	-	,156
		N	381	381
	Audiencia	Coefficiente de correlación	-,073	1,000
		Sig. (bilateral)	,156	-
		N	381	381

Fuente. Elaboración propia

El coeficiente de correlación de Spearman nos otorga un resultado de $Rho = -0.073$, cercano al valor de 0, por lo tanto, no existe una correlación entre la construcción de noticias policiales y la audiencia, siendo corroborada por el valor de significancia $p = 0.156$, valor mayor a 0.05,

Interpretación

Según los hallazgos obtenidos, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, comprobando que no existe relación entre la construcción de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.

Figura 9

Hipótesis específica 2

H0) Las fuentes de información de noticias policiales no se relacionan con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

H1) Las fuentes de información de noticias policiales se relacionan con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.

Tabla 11

Correlación entre fuentes de información de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

			Cobertura Periodística	Audiencia
Rho de Spearman	Cobertura Periodística	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000 - 381	-,025 ,634 381
	Audiencia	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	-,025 ,634 381	1,000 - 381

Fuente. Elaboración propia

El coeficiente de correlación de Spearman nos da como resultado $Rho = -0.025$, cercano al valor de 0, por lo tanto, no existe una correlación entre fuentes de información de noticias policiales y la audiencia, siendo corroborada por el valor de significancia $p = 0.634$, valor mayor a 0.05.

Interpretación

Según los hallazgos obtenidos, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, comprobando que no existe relación entre fuentes de información de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.

Hipótesis específica 3

H0) El recurso humano no se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de TV Perú, 2022.

H1) El recurso humano se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.

Tabla 12

Correlación entre recurso humano y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

			Cobertura Periodística	Audiencia
Rho de Spearman	Cobertura Periodística	Coeficiente de correlación	1.000	-,027
		Sig. (bilateral)	-	,602
		N	381	381
	Audiencia	Coeficiente de correlación	-,027	1,000
		Sig. (bilateral)	,602	-
		N	381	381

Fuente. Elaboración propia

El coeficiente de correlación de Spearman nos otorga un resultado de $Rho = -0.027$, cercano al valor de 0, por lo tanto, no existe una correlación entre recurso humano y la audiencia, siendo corroborada por el valor de significancia $p = 0.602$, valor mayor a 0.05.

Interpretación

Según los hallazgos obtenidos, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, comprobando que no existe relación entre recurso humano y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

V. DISCUSIÓN

Los resultados hallados en el presente estudio se contrastaron con los antecedentes citados en la investigación. De esta manera se busca determinar si existe correlación entre la cobertura periodística de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.

En tal sentido, en relación a la hipótesis general (HG tabla 9) y según los hallazgos obtenidos a través del coeficiente de correlación de Rho de Spearman (0.065) con el nivel de significancia igual a $p=0.209$, se evidencia que no existe una correlación entre la cobertura periodística de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022. Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alterna (H_i). Estos resultados son diferentes con la investigación de Proleon (2018) quién al analizar los efectos de la cobertura periodística del diario Ojo respecto al viaje del Papa Francisco en Perú, halló que la correlación de Pearson tuvo un valor de 0,435 lo que determinó que sí existe correlación entre la cobertura periodística y la opinión pública. Por su parte, Condori (2021) en su estudio obtuvo como resultado un nivel de correlación de 0,935 por lo que determinó que la cobertura periodística sobre las elecciones generales del 2021 sí repercutió en la opinión pública de Arequipa. Asimismo, con un nivel de significancia de 0.05, determinó que existe una fuerte relación entre la cobertura periodística y la opinión pública. En función a los hallazgos de ambos autores se determinó que sus resultados fueron diferentes a los de este estudio. Para ambos autores la cobertura periodística de un tema en particular despierta el interés de su audiencia gracias a su contenido, por lo tanto, influye en la formación de corrientes de opinión en el público, mientras que las coberturas de noticias policiales que emite el noticiero Edición Noche de Tv Perú, no influyen en el interés de sus televidentes, sino que son las coberturas de otras temáticas las que podrían inferir en sus preferencias.

En relación a la primera hipótesis específica (H_{e1}) en donde se afirma que existe una relación entre la construcción de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022, el estadístico Rho de Spearman reporta un resultado de $Rho = -0.073$, por lo que revela que no existe una correlación entre ambas variables, de esta manera se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la

hipótesis alterna (Hi). Al respecto, los hallazgos de Álvarez-Monsiváis (2020) son diferentes a estos resultados, pues el estudio del autor analizado sí correlaciona el rol que juega la construcción de la información con la audiencia. En esa misma línea y contrario a los resultados de este estudio, Repiso & Chaparro-Domínguez (2018), refieren que la construcción de la información o de la noticia presenta una asociación con su público, pues de acuerdo a su objetivo, identificar la presencia de universidades españolas en la prensa extranjera, se da a conocer que la cobertura que los medios realicen respecto a las universidades condiciona la percepción de su imagen ante la sociedad. Señala, además, que una cobertura positiva les ayuda a atraer público, mientras que una cobertura negativa podría generar lo contrario. La construcción de una noticia mediante su tratamiento informativo, sin herir susceptibilidades sino contribuir de manera positiva en las personas, el uso adecuado de imágenes, la narración de los hechos, las fuentes y entrevistas utilizadas que garanticen la veracidad de la información, influyen significativamente para captar el interés del público objetivo, evitando que pierda la preferencia por un determinado contenido.

Respecto a la segunda hipótesis específica (He2) según el resultado del coeficiente de correlación de Spearman otorga un resultado de $Rho = -0.025$, por lo tanto, concluye que no existe una correlación entre las fuentes de información de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022, siendo corroborada por el valor de significancia $p = 0.634$, por lo que se acepta la hipótesis nula (H_0) en la que indica que las fuentes de información no se relacionan con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022 y se rechaza la hipótesis alterna (Hi). En tal sentido se evidencia que los hallazgos obtenidos del estudio de Mayo-Cubero (2019) son diferentes a esta investigación pues sus resultados demuestran que los comunicadores recurren a diferentes fuentes para verificar, ampliar y contrastar información precisamente para ser expuestas a la audiencia. En esa misma línea y diferentes a los resultados de este estudio, Misayauri (2019), al analizar la relación de facebook y la cobertura periodística en la página Te Amo Huaycán determinó que existe una relación entre sus fuentes de información y la audiencia. Para ambos autores las fuentes son imprescindibles para los comunicadores pues permite brindar información objetiva, garantiza a la audiencia recibir información real. Consultar datos desactualizados o errados, podría

repercutir negativamente ante la audiencia, conllevando a una pérdida de la misma. Es importante contar con una amplia base de datos que permita obtener documentación que respalde la información que queremos transmitir.

Finalmente, respecto a la tercera hipótesis (He3) según el coeficiente de correlación de Spearman cuyo resultado es de $Rho = -0.027$, evidencia que no existe correlación entre el recurso humano y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022, siendo corroborada por el valor de significancia $p = 0.602$. Por lo que se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alterna (H_1). Este hallazgo empírico logra su comprensión con el aporte de Martini (2000) quien señala que el recurso humano, es decir el periodista encargado de la cobertura, con sus capacidades profesionales y humanas es quien construye la información o el mensaje mediante elementos claves como el interés, su curiosidad, la documentación de fuentes confiables, la interpretación del suceso y la valorización de la noticia. Mientras tanto para Estremadoyro (2004) cuando el periodista hace un descubrimiento noticioso realiza una cobertura periodística, desarrollando los detalles de acuerdo a su criterio periodístico. Los resultados de los autores mencionados son diferentes a la presente investigación. Sin embargo, se entiende que el recurso humano encargado de cubrir un hecho noticioso necesita estar capacitado profesionalmente, emocionalmente y tecnológicamente para realizar una efectiva labor periodística.

VI. CONCLUSIONES

1. Según el objetivo general planteado, se concluye que no existe relación entre la cobertura periodística de noticias policiales y la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022, ya que el resultado tuvo un coeficiente de correlación de $r = -0.065$ por lo cual se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna; del resultado se infiere que la cobertura periodística de temas policiales no repercute en la audiencia que genera dicho noticiero.
2. En relación al primer objetivo específico, se concluye que no existe correlación entre la construcción de las noticias policiales y la audiencia, señalando un coeficiente de correlación de $r = -0.073$ por lo tanto se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, además se concluye que el análisis de un hecho policial, así como las imágenes que se utilizan, las entrevistas o el tiempo dedicado a una nota de esta índole, no infiere en la audiencia del noticiero.
3. Respecto al segundo objetivo específico se determina que las fuentes de información en temas policiales no se relacionan con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, señalando un coeficiente de $r = -0.025$, por lo que se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna; es así que, el uso de fuentes de información, así como contar con una base de datos y el uso de recursos tecnológicos para enterarse de los acontecimientos policiales in situ no infiere en la audiencia que genera dicho noticiero.
4. En relación al tercer objetivo específico según los resultados de Spearman, se concluye que no existe una relación entre el recurso humano asignado a cubrir noticias policiales con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, dando como valor $r = -0.027$, por lo cual se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna; es así que las capacidades y experiencia de los periodistas encargados de cubrir este tipo de información no infiere en la audiencia del noticiero en mención.

VII. RECOMENDACIONES

De acuerdo al objetivo general y resultados obtenidos de la presente tesis, se recomienda continuar con investigaciones alineadas a la cobertura periodística de noticias policiales y la audiencia. Si bien, este estudio fue aplicado al noticiero edición noche de TVPerú, 2022; los hallazgos pueden inferir en estudios con otros noticieros, incluso de los canales privados. Se recomienda además a la producción del noticiero Edición Noche, enfatizar la cobertura de noticias policiales para generar el interés de las personas en estos hechos y así crear una cultura de prevención frente a la inseguridad ciudadana que atravesamos actualmente en nuestro país.

Según el primer objetivo específico y los resultados obtenidos, se puede potenciar la construcción de las noticias policiales que se transmiten dentro del noticiero Edición Noche de TVPerú, por lo que se recomienda a los productores y directores periodísticos, así como a los jefes de información y reporteros, realizar un análisis oportuno de los hechos noticiosos para que se pueda priorizar las noticias que merezcan una cobertura. Además, se recomienda mejorar la calidad del material audiovisual y el tratamiento informativo del mismo, así como mejorar la narración de las noticias, factores importantes para captar la atención de la audiencia.

Por otro lado, según el segundo objetivo específico y los resultados obtenidos, para potenciar la credibilidad de las notas policiales que se emiten en el noticiero, se recomienda a los reporteros recurrir siempre a fuentes de información confiables, además de contar con una base de datos que facilite la ubicación de documentación y de informarse en la brevedad posible de algún hecho noticioso, que brinden un alto nivel de veracidad y aporten de manera positiva a la ciudadanía.

Finalmente, según el objetivo tercer específico y los resultados obtenidos, se recomienda al medio de comunicación potenciar el trabajo de los periodistas que cubren noticias policiales brindando capacitaciones en temas de esta índole como de seguridad ciudadana, para que puedan ampliar su visión periodística y tengan recursos informativos para la construcción de la noticia que van a informar. También se recomienda capacitarse en el uso de nuevas herramientas tecnológicas, con el fin de continuar mejorando la calidad del contenido.

REFERENCIAS

- Alsina, M. (1989). *La producción de la noticia*. Editorial Paidós. <https://bit.ly/3DOcMvT>
- Álvarez-Monsiváis, E. (2021). De primera dama a candidata presidencial: masculinización en la cobertura periodística de mujeres políticas. *Cuadernos.Info*, (47), 26–52. <https://doi.org/10.7764/cdi.47.1868>
- Arias, J. y Covinos, M. (2021). *Diseño y Metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Asencios, M. Y. y Mariño, R. M. (2022). *Cobertura periodística frente a la post verdad en la web RPP Noticias, caso: Mito transmisión de Covid-19 por antenas 5G, Perú 2020* [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://bit.ly/3zsehNp>
- Carazo, C. (2018). Periodismo y agenda setting: una discusión sobre el interés por asuntos públicos de la ciudadanía. *Revista De Ciencias Sociales*, (160). <https://doi.org/10.15517/rcs.v0i160.34805>
- Carcavilla, F., y Zugasti, R. (2020). Las personas más destacadas en la cobertura periodística de la Marca España. *ComHumanitas: Revista Científica De Comunicación*, 11(1), 166-187. <https://doi.org/10.31207/rch.v11i1.235>
- Castro Sánchez, Y. R. (2019). *Cobertura periodística de noticias policiales en los diarios la república y la industria de Trujillo* [tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego] Repositorio Institucional UPAO. <https://bit.ly/3TNfYgH>
- Castro, R. (2021, 11 de abril). *Tipos de coberturas periodísticas*. Blog, <https://bit.ly/3sEy7Be>
- Condori, G. (2021) *Repercusión de la cobertura periodística sobre las elecciones generales 2021 en la opinión pública de los ciudadanos del distrito de Arequipa*. [tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Institucional de la UNSA. <http://hdl.handle.net/20.500.12773/12996>
- Cubero, M. M. (2019). Uso de las redes sociales en la cobertura periodística de crisis, desastres y emergencias en España. *Revista española de comunicación en salud*, 43-54. <https://doi.org/10.20318/recs.2019.4428>
- Depaz, L (2010) *Factores que influyen en la audiencia y credibilidad en los medios de comunicación radial de Huaraz e Independencia zona urbana – 2010* [tesis de licenciatura, Universidad Nacional Santiago d Antúnez de Mayolo]. Repositorio Institucional UNASAM. <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/1118>
- Domingos do Amaral, C. (2021) A Teoria do Gatekeeper e Agendamento para entender os conteúdos de Luta Livre publicados na Revista Herói e Revista Herói Games. <https://bit.ly/3FxsHex>

- Estremadoyro Alegre, J. (2004) *Lecciones de periodismo televisivo*. PUCP. Fondo Editorial. <https://bit.ly/3WdBjBp>
- Fernández González, V. (2016) *Cobertura periodística de situaciones traumáticas: El caso del 11-M español* [tesis de doctorado, Universidad de Málaga] Repositorio Institucional UMA. <http://hdl.handle.net/10630/12687>
- Fontenla-Pedreira, J., Rúas-Araújo, J., y Conde-Vásquez, E. (2020) Audiencia en redes sociales de los debates televisados en las elecciones generales de abril de 2019. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 76, 1-16. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1434>
- Gerbolini Díaz, V. L. (2019). *Participación e influencia de las audiencias en el contenido de una serie web interactiva transmedia. Análisis del caso Si fueras tú (2017)* [tesis de licenciatura, Universidad de Piura]. Repositorio Institucional UDEP. <https://hdl.handle.net/11042/4512>
- Gómez-Domínguez, P., Candelaria, G., Pérez, Ó., y Gómez, L. (2017). Las narrativas del ataque contra Charlie Hebdo: Un estudio de la cobertura periodística internacional. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. 2017; 23 (1), 417-36. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.55605>
- González-Neira, A., y Fernández Martínez, L. M. (2019). Nuevos hábitos de consumo televisivo: retos de la audiencia en diferido. *Index. comunicación*, 9 (3), 75-92. <https://doi.org/10.33732/ixc/09/03Nuevos>
- González-Neira, A., y Quintas-Froufe, N. (2020). Preferencias televisivas de la audiencia española 2005-2019: programas, formatos y cadenas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26 (2), 583-595. <https://doi.org/10.5209/esmp.67777>
- Hernández – Sampieri, R., Fernández Colchado, C., y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación científica*. Sexta edición. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. <https://bit.ly/3SIClgo>
- Herrero Gutiérrez, F.J. (2019). Social Media as Measurements of Audiences of the Spanish Sport Press. *Apunts. Educación Física y Deportes*, 135, 26-35. [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2019/1\).135.02](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2019/1).135.02)
- Huertas, A. (2006). De la medición de la audiencia al conocimiento de los públicos. *Portal de la comunicación InCom-UAB. Lecciones del portal*. <https://bit.ly/3sJf1du>
- Lastra, R. P. (2000). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. *Política y cultura*, (13), 263-276. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26701313>
- Lereño, V. y Marín. C. (1986). *Manual de periodismo*. Tratados y manuales Grijalbo. <https://bit.ly/3NdJ864>
- Levy, M. y Windahl, S. (1985) *El concepto de actividad de la audiencia*. UNR Editora <https://bit.ly/3U9xOtU>
- López, A. (2018) *La audiencia como generadora de contenido. Caso: Programa “La hora de The Beatles” de Radio Mágica. Lima – 2018* [tesis de licenciatura,

- Universidad Alas Peruanas]. Repositorio Institucional UAP. <https://hdl.handle.net/20.500.12990/3321>
- Macassi Lavander S. y Subauste La Rosa, E. (2009) *Folleto de apoyo para la cobertura periodística en periodos de conflictos socio-ambientales*. Consorcio de investigación económica y social. <https://bit.ly/3U2gebf>
- Marín Chiu, J. (2015) *La cobertura periodística de los diarios El Comercio, Expreso y La República en el motín de la prisión el sexto. 2018* [tesis de licenciatura, Universidad Jaime Bausate y Meza]. Repositorio Institucional UJBM. <https://bit.ly/3NhC20n>
- Martini, S. (2000) Periodismo, noticia y noticiabilidad. *Grupo Editorial Norma*. <https://bit.ly/3zmxXT8>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(1), 38-47. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>
- Misayauri Meza, B. L. (2019). *Facebook y la cobertura periodística en la página Te Amo Huaycán, Ate 2019* [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/51264>
- Mondragón Barrera, M. A. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en Fisioterapia. *Movimiento Científico*, 8 (1), 98–104. <https://doi.org/10.33881/2011-7191.mct.08111>
- Mugruza Aranzamendi, V. (2022) *El Social Media Listening como técnica de investigación de análisis de audiencias en Twitter* [tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional UPC <http://hdl.handle.net/10757/651545>
- Muñoz, M. M. G. (2015). *Cobertura periodística en los medios impresos guatemaltecos sobre la niñez y adolescencia* [tesis de licenciatura, Universidad Rafael Landívar]. Repositorio Institucional URL. <https://bit.ly/3FFAv2H>
- Muñoz, T. G. (2003). El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación. *Centro Universitario Santa Ana*, 1-30. <https://bit.ly/3zP2BEX>
- Orozco, G. (1997) Medios, audiencias y mediaciones. *ISSN: 1134-3478*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800806>
- Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo en un estudio de población. *Revista Internacional de Morfología*, 35 (1), 227-232. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Oviedo, H. C., & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista colombiana de psiquiatría*, 34 (4), 572-580. <https://bit.ly/3FtasM2>
- Pastor, B. F. R. (2018). Índice de validez de contenido: Coeficiente V de Aiken. *Pueblo continente*, 29 (1), 193-197. <https://bit.ly/3UcfTTD>

- Piedra, J. A. M., & Manqueros, J. M. C. (2021). El muestreo y su relación con el diseño metodológico de la investigación. *Manual de temas nodales de la investigación cuantitativa. Un abordaje didáctico.*, 81. <https://bit.ly/3fhlpW5>
- Pimienta Prieto, J. y De la Orden Hoz, A. (2017). *Metodología de la investigación*. Editorial Pearson. <https://bit.ly/3zlsGec>
- Ponce, E (2018). *Manual de Cobertura Periodística en Situaciones de Riesgo* [tesis de licenciatura, Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio Institucional PUCE. <https://bit.ly/3SO6mkj>
- Proleon Benites. L. (2018) *Cobertura periodística de ojo sobre el Papa Francisco en Perú en formación de corrientes de opinión pública, una población limeña 2018* [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/53805>
- Quintas Froufe, N., y González Neira, A. (2015). La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social. *Madrid: AIMC*. <https://bit.ly/3DHv6Xo>
- Quintas-Froufe, N., y González-Neira, A. (2021). *Los estudios de la audiencia. De la tradición a la innovación*. Editorial Gedisa. <https://bit.ly/3NbjEq4>
- Reategui, P. (2018). *Facebook y su influencia en la captación de audiencia de Radio Nuevo Tiempo Perú, año 2018* [tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión]. Repositorio institucional UPEU. <https://bit.ly/3TGtxhT>
- Repiso, R., y Chaparro-Domínguez, M. Á. (2018). Universidades españolas en la prensa extranjera. Análisis de su cobertura periodística. *El profesional de la información*, 27 (1), 86-94. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.ene.08>
- Rodríguez, C. A., Núñez Núñez, V., y Astudillo Rivera, E. (2017). Consumo televisivo de audiencias infantiles: un estudio cualitativo con estudiantes chilenos-Chile. *Comuni@cción*, 8 (2), 105-115. <https://bit.ly/3gVxEs0>
- Saavedra-Llamas, M., Papí-Gálvez, N., y Perlado-Lamo-de-Espinosa, M. (2020). *Televisión y redes sociales: las audiencias sociales en la estrategia publicitaria*. *El profesional de la información*, 29 (2), e290206. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.06>
- Santos Gutiérrez, E., Geraldo Campos, L., y Tito Huamaní, P. (2022) *Metodología y herramienta de una investigación científica*. Editorial Atena. <https://doi.org/10.22533/at.ed.346221003>
- Vega Cvetkovc, A., Maguiña, J., Soto A., Lama-Valdivia J., y Correa López, L. (2021). Estudios Transversales. *Revista de la Facultad de Medicina Humana de la Universidad Ricardo Palma*. <https://doi.org/10.25176/RFMH.v21i1.3069>
- Wicks, R. (2000). Understanding Audiences. *Learning To Use the Media Constructively*. <https://doi.org/10.4324/9781410601018>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz operacional de la variable independiente

Variable Independiente: Cobertura Periodística							
Variable de Estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítems	Escala y Valores	Instrumento
Cobertura periodística	Muñoz (2015) define cobertura periodística como la tarea fundamental que los medios de comunicación tienen que analizar para priorizar los hechos más importantes que la población debe informarse. La noticia es el resultado de la organización de los comunicadores sobre los acontecimientos actuales.	González (2007) para una cobertura periodística el primer paso es la planificación, el saber qué cubrir y cómo, tomando en cuenta el interés de la ciudadanía. La cobertura periodística se convierte en una recopilación de hechos, representada por editores y periodistas, para ser presentados a una audiencia.	Construcción de la noticia	-Análisis de hechos noticiosos -Narración de la noticia -Testimonio de protagonistas - Información de representante oficial -Uso de materiales audiovisuales -Tiempo de cobertura -Priorización de noticias	1-3	<ul style="list-style-type: none"> • No es importante • Poco importante • Neutral • Importante • Muy importante 	Cuestionario
			Fuentes de información	- Credibilidad de las fuentes -Base de datos policiales -Recursos tecnológicos			
			Recurso humano	-Preparación en temas policiales -Experiencia en coberturas policiales -Uso de nuevas herramientas tecnológicas	6-9		

Anexo 2: Matriz operacional de la variable dependiente

Variable dependiente: Audiencia							
Variable de Estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítems	Escala y Valores	Instrumento
Audiencia	Para Quintas-Froufe y González-Neira (2021) es importante entender que detrás de la audiencia está la persona, pues es quien se convierte en audiencia cuando realiza un consumo de algún contenido de un medio de comunicación según sus preferencias.	Wicks (2001) la audiencia está compuesta por un extenso anónimo y heterogéneo grupo de personas y esta es la manera más simple y rápida de clasificarla y segmentarla.	Público objetivo	<ul style="list-style-type: none"> - Impacto de las noticias en la audiencia - captación de público a través de noticias policiales - valor social 	10-11	<ul style="list-style-type: none"> . Muy bajo . Bajo . Medio . Alto . Muy alto 	Cuestionario
			Consumo de contenido	<ul style="list-style-type: none"> - Preferencia por noticias policiales - identificación con hechos policiales 	12-13		
			Percepción del Mensaje	<ul style="list-style-type: none"> -Valor periodístico -Influencia en las personas - Tipo de significado que le otorga a las noticias policiales - Cultura de prevención - Nivel de aceptación del mensaje de noticias policiales 	14-15-16		

Anexo 3: Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS NULA	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
¿En qué medida la cobertura periodística de noticias policiales se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022?	Determinar la relación entre cobertura periodística de noticias policiales con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.	La cobertura periodística de noticias policiales no se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022	La cobertura periodística de noticias policiales se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022	<p>Variable: Cobertura Periodística</p> <p>Dimensión 1: Construcción de la noticia.</p> <p>Indicadores: Análisis de hechos noticiosos, narración de la noticia, testimonios de protagonistas, información de representante oficial, uso de materiales audiovisuales, tiempo de cobertura, priorización de noticias.</p> <p>Dimensión 2: Fuentes de información</p> <p>Indicadores: Credibilidad de las fuentes, base de datos policiales, recursos tecnológicos.</p> <p>Dimensión 3: Recurso humano.</p> <p>Indicadores: Preparación en temas policiales, experiencia en coberturas policiales, uso de nuevas herramientas tecnológicas.</p> <p>Variable: Audiencia</p> <p>Dimensión 1: Público objetivo</p> <p>Indicadores: Impacto de las noticias en la audiencia, captación de público a través de noticias policiales, valor social.</p> <p>Dimensión 2: Consumo de contenido</p> <p>Indicadores: Preferencias por noticias policiales, identificación con hechos policiales</p> <p>Dimensión 3: Percepción del Mensaje</p> <p>Indicadores: Valor periodístico, influencia en las personas, tipo de significado que le otorga a las culturas policiales, cultura de prevención, nivel de aceptación del mensaje de noticias policiales.</p>	<p>Tipo y diseño de investigación</p> <p>Investigación básica</p> <p>Enfoque cuantitativo</p> <p>Tipo correlacional</p> <p>Diseño experimental</p> <p>Alcance transversal</p> <p>Población</p> <p>Televidentes del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022.</p> <p>Muestra</p> <p>381 encuestas</p> <p>Muestreo</p> <p>probabilístico, aleatorio simple</p> <p>Técnica de Investigación</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		HIPÓTESIS ESPECÍFICAS		
¿En qué medida la construcción de noticias policiales se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022?	Determinar la relación entre la construcción de noticias policiales con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.		La construcción de noticias policiales se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de tv Perú, 2022		
¿En qué medida las fuentes de información en temas policiales se relacionan con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022?	Determinar la relación entre las fuentes de información en temas policiales con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022;		Las fuentes de información en temas policiales se relacionan con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.		
¿En qué medida el recurso humano se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022?	Determinar la relación entre el recurso humano con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.		El recurso humano dedicado a noticias policiales se relaciona con la audiencia del noticiero Edición Noche de Tv Perú, 2022.		

Anexo 4: Cuestionario

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

El presente cuestionario está dirigido a televidentes del noticiero Edición Noche de TVPerú Noticias, para conocer cómo se relaciona la cobertura periodística de noticias policiales con su audiencia. Lea atentamente cada enunciado y marque una alternativa colocando aspa (X). Gracias por su sinceridad en su opinión y colaboración.

N°	PREGUNTAS	NO ES IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	NEUTRAL	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE
	Variable: cobertura periodística Dimensión1: Construcción de la noticia					
1	¿Considera importante que se analicen los hechos de una noticia antes de realizar la cobertura periodística?					
2	¿Considera importante cómo se narra la noticia de un hecho policial?					
3	¿Considera importante que una noticia policial cuente con el testimonio de los protagonistas?					
4	¿Considera importante que una noticia policial cuente con información de un representante oficial? (alguna autoridad)					
5	¿Qué tan importante son las imágenes que se difunden en las noticias policiales del noticiero Edición Noche de Tv Perú?					
6	¿Qué tan importante es el tiempo que le dedican a las noticias policiales en el noticiero Edición Noche de Tv Perú?					
7	¿Considera importante que el noticiero Edición Noche de Tv Perú priorice noticias policiales?					
	Dimensión 2: Fuentes de información					

8	¿Considera importante que un hecho policial cuente con diversas fuentes de información para mayor credibilidad?					
9	¿Considera importante que el comunicador cuente con una base de datos policiales para el mejor desarrollo de la cobertura?					
10	¿Considera importante que el medio de comunicación cuente con recursos tecnológicos que le permita enterarse del hecho policial en tiempo real? (radio de bomberos, scanner de la policía, WhatsApp para el público)					
	Dimensión 3: Recurso humano					
11	¿Considera importante que los profesionales que cubren noticias policiales cuenten con un nivel de preparación en el tema?					
12	¿Considera importante que los profesionales que cubren noticias policiales cuenten con un nivel de experiencia en el tema?					
13	¿Le parece importante que los profesionales reciban capacitación oportuna para el uso de nuevas tecnologías?					
	Variable: audiencia Dimensión 1: Público objetivo	MUY BAJO	BAJO	MEDIO	ALTO	MUY ALTO
14	¿Qué nivel de impacto considera usted que las noticias policiales generan en los televidentes del noticiero edición noche?					

15	¿En qué nivel considera que las retransmisiones de notas policiales podrían generar mayor audiencia en el noticiero?					
16	¿En qué nivel considera que las noticias policiales aportan a la sociedad?					
	Dimensión 2: Consumo de contenido					
17	¿Considera que tiene un nivel de preferencia por noticias policiales por sobre noticias de otra índole?					
18	¿Existe un nivel de identificación entre usted y algunos hechos de contenido policial? (si alguna vez vivió de cerca un acontecimiento de este tipo)					
	Dimensión 3: Percepción del mensaje					
19	¿Percibe usted un valor periodístico en las noticias policiales del noticiero edición noche de Tv Perú? (interés informativo que podría influir en la opinión de la ciudadanía)					
20	¿Las noticias policiales que se emiten influyen en su percepción de seguridad ciudadana?					
21	¿Relaciona las noticias policiales con las palabras inseguridad o violencia?					
22	¿En qué nivel considera que las noticias policiales le ayudan a tener una cultura de prevención?					
23	¿Las noticias policiales del noticiero Edición Noche tienen su respaldo? (credibilidad del noticiero)					

ANEXO 5: Cálculo de muestra finita

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

Dónde:

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de confianza (NC)

e = Erro de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

$q = (1 - p)$ = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Parámetro	Valor
N	36,456
Z	1.960
P	50.00%
Q	50.00%
e	5.00%

Nivel de confianza	Z alfa
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

Tamaño de muestra

"n" =

381

**ANEXO 6: Confiabilidad del instrumento.
Prueba piloto con el coeficiente Alfa de Cronbach**

1	ALFA DE CRONBACH																								
2																									
3	SUJETO	ÍTEM 1	ÍTEM 2	ÍTEM 3	ÍTEM 4	ÍTEM 5	ÍTEM 6	ÍTEM 7	ÍTEM 8	ÍTEM 9	ÍTEM 10	ÍTEM 11	ÍTEM 12	ÍTEM 13	ÍTEM 14	ÍTEM 15	ÍTEM 16	ÍTEM 17	ÍTEM 18	ÍTEM 19	ÍTEM 20	ÍTEM 21	ÍTEM 22	ÍTEM 23	SUMA
4	1	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4	97
5	2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87
6	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4	1	1	1	1	1	83
7	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3	78
8	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	1	2	2	3	3	96
9	6	1	2	3	3	3	3	3	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	72
10	7	5	5	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	2	3	1	3	85
11	8	5	4	5	5	5	3	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	3	4	2	1	2	2	2	83
12	9	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	65
13	10	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	2	3	4	3	2	2	1	3	3	88
14	11	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	101
15	12	5	5	4	3	2	5	4	5	5	4	5	4	5	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	78
16	13	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
17	14	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	1	1	1	2	2	61
18	15	5	5	5	3	2	5	5	4	5	2	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	97
19	16	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	3	4	4	2	2	2	4	4	83
20	17	3	3	2	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	5	5	5	4	4	2	2	3	2	2	76
21	18	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	72
22	19	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	96
23	20	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	2	2	2	2	80
24	VARIANZA	1.6	0.9275	0.8275	0.6275	0.76	0.69	0.56	0.8	1.0475	0.46	0.6875	0.49	0.61	0.9275	1.3475	0.9275	0.55	0.4875	0.7275	1.05	0.81	0.79	0.79	
25																									

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

a= alfa de cronbach
k= número de ítems
Vi= varianza de cada ítem
Vt= varianza del total

k= 23
Vi= 18.495
Vt= 115.14

a 0.877523

Análisis de la consistencia



ANEXO 8: Matriz de validación de instrumento cuestionario. Juicio de experto 1.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO CUESTIONARIO

TÍTULO DE LA TESIS: Cobertura periodística de noticias policiales y su relación con el noticiero Edición Noche de TV Perú, 2022

VARIABLE: Cobertura periodística							
DIMENSION 1: Construcción de la noticia							
INDICADORES	ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Análisis de los hechos noticiosos	¿Considera importante que se analicen los hechos de una noticia antes de realizar la cobertura periodística?	3	3	3	3	3	
Narración de la noticia	¿Considera importante como se narra la noticia de un hecho policial?	3	3	3	3	3	
Testimonios de protagonistas	¿Considera importante que una noticia policial cuente con el testimonio de los protagonistas?	3	3	3	3	3	


Información de representante oficial	¿Considera importante que una noticia policial cuente con información de un representante oficial? (alguna autoridad)	3	3	3	3	3	
Uso de material audiovisual	¿Que tan importante son las imágenes que se difunden en las noticias policiales del noticiero Edición Noche de TV Perú?	3	3	3	3	3	
Tiempo de cobertura	¿Que tan importante es el tiempo que le dedican a las noticias policiales en el noticiero Edición Noche de TV Perú?	3	3	3	3	3	
Priorización de noticias	¿Considera importante que el noticiero Edición Noche de TV Perú priorice noticias policiales?	3	3	3	3	3	
DIMENSION 2: Fuentes de información							
Credibilidad de las fuentes	¿Considera importante que un hecho policial cuente con diversas fuentes de información para mayor credibilidad?	3	3	3	3	3	
Base de datos policiales	¿Considera importante que el comunicador cuente con una base de datos policiales para el mejor desarrollo de la cobertura?	3	3	3	3	3	
Recursos tecnológicos	¿Considera importante que el medio de comunicación cuente	3	3	3	3	3	

	con recursos tecnológicos que le permita enterarse del hecho policial en tiempo real? (radio de bombetas, scanner de la policía, WhatsApp para el público)						
DIMENSION 3: Recurso humano							
Preparación en temas policiales	¿Considera importante que los profesionales que cubren noticias policiales cuenten con un nivel de preparación en el tema?	3	3	3	3	3	
Experiencia en coberturas policiales	¿Considera importante que los profesionales que cubren noticias policiales cuenten con un nivel de experiencia en el tema?	3	3	3	3	3	
Uso de nuevas herramientas tecnológicas	¿Le parece importante que los profesionales reciban capacitación oportuna para el uso de nuevas tecnologías?	3	3	3	3	3	

VARIABLE: Audiencia							
DIMENSION 1: Público objetivo							
INDICADORES	ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Impacto de las noticias en la audiencia	¿Que nivel de impacto considera usted que las noticias policiales generan en los televidentes del noticiero edición noche?	3	3	3	3	3	
Capitación de público a través de noticias policiales	¿En que nivel considera que las retransmisiones de notas policiales podrían generar mayor audiencia en el noticiero?	3	3	3	3	3	
Valor social	¿En que nivel considera que las noticias policiales aportan a la sociedad?	3	3	3	3	3	
DIMENSION 2: Consumo de contenido							
Preferencias por noticias policiales	¿Considera que tiene un nivel de preferencia por noticias policiales por sobre noticias de otra índole?	3	3	3	3	3	

Identificación con hechos policiales	¿Existe un nivel de identificación entre usted y algunos hechos de contenido policial? (si alguna vez vivió de cerca un acontecimiento de este tipo)	3	3	3	3	3	
DIMENSION 3: Proposición del mensaje							
Valoración periodística	¿Percebe usted un valor periodístico en las noticias policiales del noticiero edición noche de TV Perú? (interés informativo que podría influir en la opinión de la ciudadanía)	3	3	3	3	3	
Influencia en las personas	¿Las noticias policiales que se emiten influyen en su percepción de seguridad ciudadana?	3	3	3	3	3	
Tipo de significado que le otorga a las noticias policiales	¿Relaciona las noticias policiales con las palabras inseguridad o violencia?	3	3	3	3	3	
Cultura de prevención	¿En que nivel considera que las noticias policiales le ayudan a tener una cultura de prevención?	3	3	3	3	3	
Nivel de aceptación del mensaje de noticias policiales	¿Las noticias policiales del noticiero Edición Noche tienen su respaldo? (credibilidad del noticiero)	3	3	3	3	3	

DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Henry Vivan Williams Ramos	DNI	06249570
Nombre del Instrumento	Cuestionario		
Dirección domiciliaria	Jr. Lino Comejo N.º 258 Dpto. 2-A - Lima	Teléfono domicilio	427-9777
Título Profesional/Especialidad	Periodista - Relacionista Especialidad en Comunicación y Marketing	Teléfono Celular	99778322
Grado Académico	Doctor		
Mención	Docencia Universitaria		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 06 setiembre 2022

Adjuntar Hoja de vida del Experto



Dr. Henry V. Williams R.

Jr. Lino Cornejo N° 258 Dpto. 2-A – Lima
Telf. 427-9777 – Cel. 99778322

henrywilliamsr@hotmail.com

Analista y Experto en la formulación del diagnóstico, planificación y política institucional. Especialista en Comunicación Corporativa, manejo y asesoría en Etiqueta Social, Protocolo y Ceremonial del Estado. Consultor en Prensa y Relaciones Públicas, Estrategias Comunicacionales y solución de la controversia, Gestión de Crisis, Marketing y Docente universitario en Ciencias de la Comunicación, Periodismo, Relaciones Públicas, Marketing, Turismo y Hotelería.

ESTUDIOS

- Escuela Superior de Administración de Empresas
- Universidad "Jaime Bausate y Mesa".
- Facultad de Administración de la Universidad Nacional "San Luis Gonzaga" de Ica.
- Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Particular "Inca Garcilaso de la Vega".
- Escuela de Post Grado de la Universidad "Alas Peruanas."
- Escuela de Post – Grado de la Universidad Particular "Inca Garcilaso de la Vega"
- Escuela de Post – Grado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Hotelería de la Universidad "San Martín de Porres".
- Escuela de Post – Grado de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional "Federico Villarreal"
- Universidad ESAN – Graduate School of Business.

TITULOS O GRADOS ACADÉMICOS

- Doctor en Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible.
- Maestro en Ciencias de la Comunicación.
- Periodista Profesional Colegiado.
- Licenciado en Relaciones Públicas.
- Doctorando en Relaciones Públicas
- Segunda Especialidad en Comunicación y Marketing

EXPERIENCIA LABORAL

Escuela de Posgrado de la Universidad Jaime Bausate y Meza.
Catedrático de la Maestría, responsable del Curso de Comunicación Corporativa 2021 – 2022.

Jurado Evaluador Temático de Grados y Títulos de la Maestría de Comunicación y Marketing 2021 – 2022.

Escuela Nacional de Formación Profesional Policial – Secretaría Ejecutiva de la Policía Nacional del Perú.

Docente de la Asignatura: Habilidades Gerenciales en el "III Curso de Especialización en Administración y Gestión Pública"
Setiembre 2021.

Presidente del Jurado Calificador de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo. Filial Lima Norte.
2018 – 2019.

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo. Filial Lima Norte.

Docente a Tiempo Completo.
. Libertad de Expresión y Legislación
. Marketing
. Comunicación Corporativa

ANEXO 9: Matriz de validación de instrumento cuestionario. Juicio de experto 2.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO CUESTIONARIO

TÍTULO DE LA TESIS: Cobertura periodística de noticias policiales y su relación con el noticiero Edición Noche de TV Perú 2022

VARIABLE: Cobertura periodística							
DIMENSIÓN 1: Construcción de la noticia							
INDICADORES	ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Análisis de los hechos noticiosos	¿Considera importante que se analicen los hechos de una noticia antes de realizar la cobertura periodística?	3	3	3	3	3	
Narración de la noticia	¿Considera importante como se narra la noticia de un hecho policial?	3	3	3	3	3	
Testimonios de protagonistas	¿Considera importante que una noticia policial cuente con el testimonio de los protagonistas?	3	3	3	3	3	
Información de representante oficial	¿Considera importante que una noticia policial cuente con información de un representante oficial?	3	3	3	3	3	


representante oficial? (alguna autoridad)							
Uso de material audiovisual	¿Qué tan importante son las imágenes que se difunden en las noticias policiales del noticiero Edición Noche de TV Perú?	3	3	3	3	3	
Tiempo de cobertura	¿Qué tan importante es el tiempo que le dedican a las noticias policiales en el noticiero Edición Noche de TV Perú?	3	3	3	3	3	
Priorización de noticias	¿Considera importante que el noticiero Edición Noche de TV Perú priorice noticias policiales?	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 2: Fuente de información							
Credibilidad de las fuentes	¿Considera importante que un hecho policial cuente con diversas fuentes de información para mayor credibilidad?	3	3	3	3	3	
Base de datos policiales	¿Considera importante que el comunicador cuente con una base de datos policiales para el mejor desarrollo de la cobertura?	3	3	3	3	3	
Recursos tecnológicos	¿Considera importante que el medio de comunicación cuente con recursos tecnológicos que le permita enterarse del hecho policial en tiempo real? (radio de bomberos, scanner de la	3	3	3	3	3	

policía, WhatsApp para el público)							
DIMENSIÓN 3: Recurso humano							
Preparación en temas policiales	¿Considera importante que los profesionales que cubren noticias policiales cuenten con un nivel de preparación en el tema?	3	3	3	3	3	
Experiencia en coberturas policiales	¿Considera importante que los profesionales que cubren noticias policiales cuenten con un nivel de experiencia en el tema?	3	3	3	3	3	
Uso de nuevas herramientas tecnológicas	¿Le parece importante que los profesionales reciban capacitación oportuna para el uso de nuevas tecnologías?	3	3	3	3	3	

VARIABLE: Audiencia							
DIMENSIÓN 1: Público objetivo							
INDICADORES	ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Impacto de las noticias en la audiencia	¿Qué nivel de impacto considera usted que las noticias policiales generan en los televidentes del noticiero edición noche?	3	3	3	3	3	
Captación de público a través de noticias policiales	¿En qué nivel considera que las retransmisiones de notas policiales podrían generar mayor audiencia en el noticiero?	3	3	3	3	3	
Valor social	¿En qué nivel considera que las noticias policiales aportan a la sociedad?	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 2: Consumo de contenido							
Preferencias por noticias policiales	¿Considera que tiene un nivel de preferencia por noticias policiales por sobre noticias de otra índole?	3	3	3	3	3	
Identificación con hechos policiales	¿Existe un nivel de identificación entre usted y algunos hechos de contenido policiales?	3	3	3	3	3	

policial? (si alguna vez vivió de cerca un acontecimiento de este tipo)							
DIMENSIÓN 3: Percepción del mensaje							
Valoración periodística	¿Percebe usted un valor periodístico en las noticias policiales del noticiero edición noche de TV Perú? (interés informativo que podría influir en la opinión de la ciudadanía)	3	3	3	3	3	Sería bueno definir al encuestado lo que significa "valor periodístico", puede ser para la sociedad o para el medio, en tema de impacto-ventilating.
Influencia en las personas	¿Las noticias policiales que se emiten influyen en su percepción de seguridad ciudadana?	3	3	3	3	3	
Tipo de significado que se otorga a las noticias policiales	¿Relaciona las noticias policiales con las palabras inseguridad o violencia?	3	3	3	3	3	
Cultura de prevención	¿En qué nivel considera que las noticias policiales le ayudan a tener una cultura de prevención?	3	3	3	3	3	
Nivel de aceptación del mensaje de noticias policiales	¿Las noticias policiales del noticiero Edición Noche tienen su respaldo? (credibilidad del noticiero)	3	3	3	3	3	Se recomienda aclarar "respaldo de aceptación", si se refiere a que son muy "consumidas" (sean útiles o intrascendentes) o si son aceptadas como importantes.

DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	CÉSAR MARTÍN CARRANZA GONZÁLES	DNI N.º	07971215
Nombre del Instrumento	INSTRUMENTO CUESTIONARIO		
Dirección domiciliaria	Calle Meza 177. Ingeniería - SMP	Teléfono domicilio	4812239
Título Profesional/Especialidad	Periodista	Teléfono Celular	999193359
Grado Académico	Magíster en Periodismo y Comunicación Multimedia		
Mención	Docencia Universitaria		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima 7 de setiembre 2022

Salvo dos detalles menores, por ajustar las definiciones, el instrumento tiene solidez y puede ser aplicado.

Adjuntar Hoja de vida del Experto

Martín Carranza González

(Resumen. Documentación a disposición)

Periodista colegiado (CPP), magister en Periodismo y Comunicación Multimedia (USMP). 30 años de experiencia periodística. Además, 12 años de experiencia como docente universitario. Gran capacidad de trabajo bajo presión dirigiendo secciones periodísticas. Editor en áreas como Política, Locales, Cultura, Espectáculos y Suplementos. Experiencia como asesor periodístico de la Marina de Guerra del Perú (revistas "Monitor" y "Grumete"); Editor General del diario La Razón; Editor General, diario La Primera. Redactor en Perú.21. Corresponsal en Venezuela y Chile. Hoy, catedrático en la Universidad Tecnológica del Perú, Universidad de San Martín de Porres y Universidad Privada del Norte. Experiencia en PR, Notas de Prensa, campañas comunicacionales de instituciones, media training y asesoría general en comunicaciones.



Teléfonos:
Cel. 99919-3359 / Casa: 481-2239
Calle N. Meza, 177. Urb. Ingeniería – SMP. Lima 31
53 años.
Email personal: cronopioforever@hotmail.com

Experiencia Laboral

Universidad Tecnológica del Perú (UTP)
Docente, especialidad Periodismo. Jefe del Taller de Redacción – Director Periodístico de la revista universitaria "En Línea" (2008 – Actualidad)

Universidad de San Martín de Porres (USMP)
Docente del Taller de Periodismo para Multiplataformas (2021– Actualidad)

Universidad Privada del Norte (UPN)
Docente del Taller de Dirección y Edición Periodística (2021– Actualidad)

Universidad Inca Garcilaso de la Vega
Docente. Director Periodístico de la revista universitaria "Vocero COMTUR" (2013 – 2018)

Universidad Científica del Sur
Docente. Director Periodístico de la revista universitaria "Científica Magazine" (2015 – 2018)

Agencia Master Communications
Jefe de Redacción - Asesor Periodístico (2010 - 2016)

Diario "LA PRIMERA"
Editor General (2014 – 2016)

Marina de Guerra del Perú
Asesor Periodístico, Dirección de Informaciones de la Marina (DIMAR). Revistas "El Monitor" y "El Grumete" (enero 2014 – diciembre 2014)

Agencia de publicidad J. Walter Thompson (JWT*PR)
Jefe de Redacción. Asesor Periodístico, Media Training y Entrenamiento de voceros frente a medios de comunicación. (2007 – 2010)

Diario La Primera
Editor General - Editor Actualidades – Locales - Regionales (2007 – 2010)

Diario Liberación (2007)
Editor Cuerpo B – Cultura, Crónicas

Diario Extra (2006-2007) Dirección de Guillermo Thorndike
Editor - Informes especiales

Diario La Razón
Editor General - (2003 - 2006)

Diario Perú.21 Editora El Comercio (2003 – 2003)
Sección Escenarios – Entrevistas

Diario Cambio (1995 – 2000)
Comité Editor – Empresa Editora Continente Press – Aero Continente
Editor - Suplemento Viernes

Diario La Reforma (1997 – 1998)
Suplemento Dominical "Domenicus"

Diario Onda (1996 – 1997)
Redactor Principal

Diario Ídolo (1992 – 1996)
Redactor Deportes y Espectáculos. Editor Suplemento Dominical

Diario El Nacional (1989 – 1990)
Redactor de Crónicas

Revistas
Revista Internacional "Uniendo" (2000 – 2004). *Aero Continente* Redactor Principal
Representante periodístico en Chile y Venezuela.

Referencias

Sra. Vanessa Ulloa (960370167) *Coordinadora, Ciencias de la Comunicación, UTP*
Sr. Alejandro Guerrero (996669444) *Periodista – Investigador (exdecano UTP)*
Sr. Eloy Jauregui (989891146) *Periodista – Escritor*

Estudios

Secundaria: Centro Educativo Particular Religioso "Santo Tomás de Aquino" 1980 – 1985
Superior (Magister, registrado en Suresdu)
Licenciado en Ciencias de la Comunicación (USMP. 1985 – 1990)
Colegio de Periodistas del Perú: Colegiatura Año 1999
Otros estudios: TIC's, manejo de Zoom, Canvas, Blackboard y Moodle. Excel, Power Point – Fotografía y aplicaciones afines a la profesión. Cursos de actualización docente.

ANEXO 10: Matriz de validación de instrumento cuestionario. Juicio de experto 3.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO CUESTIONARIO

TÍTULO DE LA TESIS: Cobertura periodística de noticias policiales y su relación con el noticiero Edición Noche de TV Perú, 2022

VARIABLE: Cobertura periodística							
DIMENSIÓN 1: Construcción de la noticia							
INDICADORES	ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Análisis de los hechos noticiosos	¿Considera importante que se analicen los hechos de una noticia antes de realizar la cobertura periodística?	3	3	3	3	3	
Narración de la noticia	¿Considera importante cómo se narra la noticia de un hecho policial?	3	3	3	3	3	
Testimonios de protagonistas	¿Considera importante que una noticia policial cuente con el testimonio de los protagonistas?	3	3	3	3	3	
Información de representante oficial	¿Considera importante que una noticia policial cuente con información de un representante oficial? (alguna autoridad)	3	3	3	3	3	
Uso de material audiovisual	¿Qué tan importante son las imágenes que se difunden en las noticias policiales del noticiero Edición Noche de TV Perú?	3	3	3	3	3	
Tiempo de cobertura	¿Qué tan importante es el tiempo que le dedican a las noticias policiales en el noticiero Edición Noche de TV Perú?	3	3	3	3	3	
Priorización de noticias	¿Considera importante que el noticiero Edición Noche de TV Perú priorice noticias policiales?	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 2: Fuentes de información							
Credibilidad de las fuentes	¿Considera importante que un hecho policial cuente con diversas fuentes de	3	3	3	3	3	

Base de datos policiales	información para mayor credibilidad? ¿Considera importante que el comunicador cuente con una base de datos policiales para el mayor desarrollo de la cobertura?	3	3	3	3	3	
Recursos tecnológicos	¿Considera importante que el medio de comunicación cuente con recursos tecnológicos que le permita enterarse del hecho policial en tiempo real? (radio de bombas, scanner de la policía, WhatsApp para el público)	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 3: Recurso humano							
Preparación en temas policiales	¿Considera importante que los profesionales que cubren noticias policiales cuenten con un nivel de preparación en el tema?	3	3	3	3	3	
Experiencia en coberturas policiales	¿Considera importante que los profesionales que cubren noticias policiales cuenten con un nivel de experiencia en el tema?	3	3	3	3	3	
Uso de nuevas herramientas tecnológicas	¿Le parece importante que los profesionales reciban capacitación oportuna para el uso de nuevas tecnologías?	3	3	3	3	3	

VARIABLE: Audiencia							
DIMENSIÓN 1: Público objetivo							
INDICADORES	ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Impacto de las noticias en la audiencia	¿Qué nivel de impacto considera usted que las noticias policiales generan en los televidentes del noticiero edición noche?	3	3	3	3	3	
Captación de público a través de noticias policiales	¿En qué nivel considera que las retransmisiones de notas policiales podrían generar mayor audiencia en el noticiero?	3	3	3	3	3	
Valor social	¿En qué nivel considera que las noticias policiales aportan a la sociedad?	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 2: Consumo de contenido							
Preferencias por noticias policiales	¿Considera que tiene un nivel de preferencia por noticias policiales por sobre noticias de otro índole?	3	3	3	3	3	
Identificación con hechos policiales	¿Existe un nivel de identificación entre usted y algunos hechos de contenido policial? (si alguna vez vivió de cerca un acontecimiento de este tipo)	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 3: Percepción del mensaje							
Valoración periodística	¿Percebe usted un valor periodístico en las noticias policiales del noticiero edición noche de TV Perú? (interés informativo que podría influir en la opinión de la ciudadanía)	3	3	3	3	3	
Influencia en las personas	¿Las noticias policiales que se emiten influyen en su percepción de seguridad ciudadana?	3	3	3	3	3	
Tipo de significado que le otorga a las noticias policiales	¿Relaciona las noticias policiales con las palabras inseguridad o violencia?	3	3	3	3	3	

Cultura de prevención	¿En qué nivel considera que las noticias policiales le ayudan a tener una cultura de prevención?	3	3	3	3	3	
Nivel de aceptación del mensaje de noticias policiales	¿Las noticias policiales del noticiero Edición Noche tienen su respaldo? (credibilidad del noticiero)	3	3	3	3	3	

DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Johana Elizabeth Arango Aramburu	DNI N.º	09989948
Nombre del Instrumento	Cuestionario		
Dirección domiciliaria	Jr. San Javier N.º 263, Comas, Lima	Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Licenciada en Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	902236238
Grado Académico	Doctora		
Mención FIRMA	Docencia Universitaria		
		Lugar y Fecha:	Lima, 06 setiembre 2022

ANEXOS 11: Registro en Sunedu de expertos

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
WILLIAMS RAMOS, HENRY VIVIAN DNI 06249570	LICENCIADO EN RELACIONES PUBLICAS Fecha de diploma: 26/01/1999 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD INCA Garcilaso de la Vega ASOCIACIÓN CIVIL <i>PERU</i>
WILLIAMS RAMOS, HENRY VIVIAN DNI 06249570	BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION Fecha de diploma: 01/09/1998 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD INCA Garcilaso de la Vega ASOCIACIÓN CIVIL <i>PERU</i>
WILLIAMS RAMOS, HENRY VIVIAN DNI 06249570	MAESTRO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION Fecha de diploma: 21/11/2012 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS S.A. <i>PERU</i>
WILLIAMS RAMOS, HENRY VIVIAN DNI 06249570	DOCTOR EN MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE Fecha de diploma: 25/03/2014 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD INCA Garcilaso de la Vega ASOCIACIÓN CIVIL <i>PERU</i>

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
CARRANZA GONZALES, CESAR MARTIN DNI 07971215	BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION Fecha de diploma: 19/03/1992 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES <i>PERU</i>
CARRANZA GONZALES, CESAR MARTIN DNI 07971215	LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION Fecha de diploma: 20/12/1995 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES <i>PERU</i>
CARRANZA GONZALES, CESAR MARTIN DNI 07971215	MAESTRO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA Fecha de diploma: 11/06/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 19/04/2013 Fecha egreso: 31/12/2014	UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES <i>PERU</i>

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
ARANGO ARAMBURU, JOHANA ELIZABETH DNI 09989948	BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION Fecha de diploma: 25/11/1997 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES <i>PERU</i>
ARANGO ARAMBURU, JOHANA ELIZABETH DNI 09989948	MAGISTER EN EDUCACION CON MENCIÓN EN DOCENCIA EN EL NIVEL SUPERIOR Fecha de diploma: 25/05/18 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 25/03/2005 Fecha egreso: 30/12/2006	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS <i>PERU</i>
ARANGO ARAMBURU, JOHANA ELIZABETH DNI 09989948	LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Fecha de diploma: 19/02/01 Modalidad de estudios: PRESENCIAL TIPO: DUPLICADO	UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES <i>PERU</i>
ARANGO ARAMBURU, JOHANA ELIZABETH DNI 09989948	DOCTORA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Fecha de diploma: 13/04/22 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 20/03/2017 Fecha egreso: 20/12/2019	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS <i>PERU</i>

ANEXO 15: Carta de presentación



Universidad
César Vallejo

"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"

Los Olivos, 01 de agosto de 2022

Señor(a)

GUILLERMO NORIEGA PAREDES
PRODUCTOR PERIODÍSTICO DEL NOTICIERO EDICIÓN NOCHE DE TV PERÚ
INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ
GERENCIA DE PRENSA

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

De mi mayor consideración:

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

A su vez, la presente tiene como objetivo solicitar su autorización, a fin de que el(la) Bach. KAREN RUTH VILLANUEVA GALARZA, con DNI 44812767, del Programa de Titulación para universidades no licenciadas, Taller de Elaboración de Tesis de la Escuela Académica Profesional de Ciencias de la Comunicación, pueda ejecutar su investigación titulada: "COBERTURA PERIODÍSTICA DE NOTICIAS POLICIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUDIENCIA EN EL NOTICIERO EDICIÓN NOCHE DE TV PERÚ, 2022" en la institución que pertenece a su digna Dirección; agradeceré se le brinden las facilidades correspondientes.

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

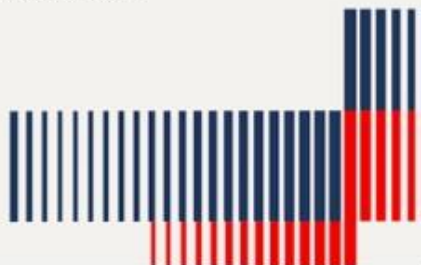
Atentamente,

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

cc: Archivo PTUN



www.ucv.edu.pe



ANEXO 16: Tabla de correlaciones

Correlaciones

			CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA	FUENTES DE INFORMACIÓN	RECURSO HUMANO	AUDIENCIA
Rho de Spearman	CONSTRUCCIÓNDELANOTIC IA	Coeficiente de correlación	1,000	,589**	,740**	-,073
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,156
		N	381	381	381	381
	FUENTES DE INFORMACIÓN	Coeficiente de correlación	,589**	1,000	,717**	-,025
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,634
		N	381	381	381	381
	RECURSOHUMANO	Coeficiente de correlación	,740**	,717**	1,000	-,027
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,602
		N	381	381	381	381
	AUDIENCIA	Coeficiente de correlación	-,073	-,025	-,027	1,000
		Sig. (bilateral)	,156	,634	,602	.
		N	381	381	381	381

*



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ARANGO ARAMBURU JOHANA ELIZABETH, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Cobertura periodística de noticias policiales y su relación con la audiencia del noticiero Edición Noche de TVPerú, 2022 ", cuyo autor es VILLANUEVA GALARZA KAREN RUTH, constato que la investigación tiene un índice de similitud de %, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 15 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ARANGO ARAMBURU JOHANA ELIZABETH : 09989948 ORCID: 0000-0002-6559-2321	Firmado electrónicamente por: AARAMBURUJ el 15- 11-2022 09:45:59

Código documento Trilce: INV - 0944976