



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook frente
al periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los
Olivos - Lima, 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Huillcayaure Velasque, Alvaro (orcid.org/0000-0002-0330-2878)

ASESORA:

Mg. Quintana Sánchez, Noemí (orcid.org/0000-0002-3789-6328)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis amados padres, hermanos y enamorada, quienes han sido mi fuente inagotable de apoyo, inspiración y amor incondicional. Su constante aliento y sacrificio han sido la fuerza impulsora detrás de cada logro.

Agradecimiento

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mis queridos compañeros y a mi respetada profesora Noemí Quintana por su invaluable apoyo y colaboración durante la realización de esta tesis.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y operacionalización	12
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5. Procedimientos	17
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES	34
REFERENCIAS	36
ANEXOS	41

Índice de tablas

Tabla 1 Ficha técnica del instrumento: Cuestionario de Periodismo del Trome en Facebook	16
Tabla 2 Ficha técnica del instrumento: Cuestionario de Periodismo del diario El Trome	16
Tabla 3 Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook	19
Tabla 4 Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook en su dimensión beneficios	20
Tabla 5 Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook en su dimensión viabilidad	21
Tabla 6 Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook en su dimensión impacto	22
Tabla 7 Nivel de percepción del periodismo del diario Trome	23
Tabla 8 Prueba de normalidad general	24
Tabla 9 Prueba de Rangos 1	25
Tabla 10 Estadísticos de prueba Wilcoxon hipótesis general	25
Tabla 11 Prueba de Rangos 2	26
Tabla 12 Estadísticos de prueba Wilcoxon hipótesis específica 1	26
Tabla 13 Prueba de Rangos 3	27
Tabla 14 Estadísticos de prueba Wilcoxon hipótesis específica 2	28
Tabla 15 Prueba de Rangos 4	28
Tabla 16 Estadísticos de prueba Wilcoxon hipótesis específica 3	29

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook	19
Figura 2 Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook en su dimensión beneficios	19
Figura 3 Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook en su dimensión viabilidad	21
Figura 4 Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook en su dimensión impacto	22
Figura 5 Nivel de percepción del periodismo en el diario Trome	23

Resumen

Este estudio tuvo como objetivo determinar si existe diferencias en el nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023. Como metodología, se empleó un enfoque cuantitativo y explicativo comparativo. Para los instrumentos de recolección de información, se utilizaron cuestionarios, siendo aplicados a una muestra compuesta por 203 participantes. Los resultados demostraron que, en relación a la variable percepción del periodismo del Trome en Facebook, el 40.89% tuvo un nivel medio, el 39.41% tuvo un nivel alto y el 19.70% tuvo un nivel bajo. En relación a la variable percepción del diario Trome, el 48.28% tuvo un nivel bajo, el 39.41% tuvo un nivel medio, y por último, el 12.32% tuvo un nivel alto. Las conclusiones señalaron que existen diferencias significativas entre la percepción del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo tradicional del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos, Lima, con un valor de 0.000.

Palabras clave: Percepción, Facebook, Trome, medios de comunicación, redes sociales

Abstract

This study aimed to determine the level of perception of Trome journalism on Facebook compared to the traditional journalism of the Trome newspaper in young university students from Los Olivos - Lima 2023. As a methodology, a quantitative and explanatory comparative approach was used. For the data collection instruments, questionnaires were used, being applied to a sample composed of 203 participants. The results showed that, in relation to the variable perception of Trome journalism on Facebook, 40.89% had a medium level, 39.41% had a high level and 19.70% had a low level. In relation to the perception variable of the Trome newspaper, 48.28% had a low level, 39.41% had a medium level, and finally, 12.32% had a high level. The conclusions indicated that there are significant differences between the perception of Trome journalism on Facebook versus the traditional journalism of the Trome newspaper in young university students from Los Olivos, Lima, with a value of 0.000.

Keywords: Perception, Facebook, Trome, media, social networks.

I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la evolución de la profesión periodística, se han presenciado cambios significativos en la forma en que se difunde la información (Pierda et al., 2023). Como referencia histórica en el desarrollo del periodismo en Latinoamérica, es esencial destacar que su proceso de profesionalización comenzó en Argentina en la década de 1930, con una formación predominantemente de origen europeo. En la actualidad, tras casi un siglo, existen más de 1700 instituciones educativas y facultades de comunicación y periodismo en la región (Márquez y Ulloa, 2021).

En el pasado, el periodismo se centraba principalmente en la presentación de noticias a través de medios tradicionales como la televisión y el medio escrito, informando sobre sucesos nacionales. Con el avance de la tecnología, ha habido una transformación fundamental en la difusión de información, donde las redes sociales desempeñan un papel crucial. A diferencia de épocas anteriores, ahora la información se comparte ampliamente a través de plataformas en línea y se ha comenzado a realizar transmisiones en vivo a través de estas redes. (Pierda et al., 2023).

De este modo, las redes sociales se han convertido en un componente esencial para la difusión de noticias, reconfigurando la manera en que los periodistas entregan información. Además, la comunicación a través de estas plataformas ha generado oportunidades de interacción que a menudo escasean en los medios tradicionales, lo que ha ampliado la difusión y alcance de los contenidos (Martin et al., 2023).

Facebook se ha establecido como una plataforma predominante donde las personas se encuentran casualmente con noticias. Esta dinámica ha transformado la forma en que las noticias se distribuyen y consumen. Los datos recopilados sugieren que, a diferencia de los sitios web de noticias tradicionales o las aplicaciones dedicadas, Facebook no es necesariamente visto por los usuarios como una fuente principal para obtener información. En lugar de ello, muchos usuarios ven las noticias mientras navegan por otros contenidos en su feed, como actualizaciones de amigos o publicaciones de entretenimiento (Acosta & Masjuán, 2022).

Facebook proporciona páginas y grupos como alternativas para la interacción social. Las páginas de Facebook brindan la oportunidad a organizaciones y figuras públicas o en este puntual caso a un diario, de conectarse con sus seguidores y establecer un canal directo de comunicación con ellos. Los Grupos de Facebook ofrecen un espacio en línea donde es posible conectarse de manera específica con otros usuarios que comparten intereses y opiniones similares (Moody y Church, 2019).

La página de Facebook del diario Trome, se creó el 23 de Marzo del 2010, desde su creación hasta la actualidad, cuenta con casi 2 millones y medio de seguidores, el contenido noticioso que emite, es principalmente noticias policiales, políticas y de farándula, esta última con mucha más frecuencia, la presentación de las diversas noticias son esquivas a la presentación amarillista de la versión impresa, por otro lado, la cantidad de noticias compartidas por el diario mencionado, es sorprendente, van de 150 a 180 publicaciones por día, con una frecuencia de 5 minutos a 10 minutos entre cada noticia, y muchas de estas noticias son repetidas de 3 a 4 veces en un mismo día, con un ligero cambio en la descripción, las mencionadas noticias se encuentran anexadas al final de este trabajo. De esta manera, el diario Trome ha logrado adaptarse y reinventarse para mantener su posición en el mercado, especialmente su conexión con la audiencia joven (Chávez, 2020).

El Diario Trome, que surgió como una creación del Grupo El Comercio bajo el manto de la familia Miró Quesada, vio la luz por primera vez el 20 de junio de 2001, con la visión clara de ser un medio de comunicación que se dirigiera directamente a los sectores populares de la sociedad peruana. Esta iniciativa surgió como una respuesta estratégica ya que El Comercio, mantenía una línea editorial y un estilo que no podían ser modificados para atender a una audiencia que suele identificarse con el término chicha. Este segmento de la población buscaba un tipo de contenido más coloquial, directo y en muchas ocasiones, con un enfoque más sensacionalista (Caballero, 2023).

Ante este panorama cambiante, el diario Trome, un periódico de distribución nacional, ha ganado una amplia aceptación en un público masivo, no solo debido a su asequible precio (s/1.00), sino también a su estilo de presentar y narrar noticias de manera digerible y sencilla para sus lectores, puesto que mediante un estudio de mercado del grupo Eco Media, el público objetivo del diario, tiene un nivel educativo básico. Estos lectores buscan tanto entretenerse como mantenerse informados a través de este medio (Chávez, 2020).

En ese sentido, una de las tácticas lingüísticas más distintivas de Trome es la utilización generalizada de frases coloquiales o unidades fraseológicas (UF). En este diario, la inclusión de estas unidades en titulares y noticias cumple con dos objetivos principales. En primer lugar, estas frases aportan un toque de familiaridad y autenticidad al contenido, haciendo que los lectores se sientan más conectados y representados por el periódico. En segundo lugar, estas unidades léxicas, al ser reconocibles y memorables, facilitan la retención del contenido por parte del lector, haciendo que las noticias sean más pegajosas y, por ende, compartibles (Solís, 2021).

Además, según investigaciones llevadas a cabo en julio de 2016 por la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (CPI), El Trome encabeza la lista de los periódicos más leídos en Lima Metropolitana y es el periódico más vendido a nivel nacional con un aproximado de 700 mil ejemplares por día. Kantar Ibope, una empresa de análisis, informó que, en diciembre de 2016 Trome alcanzó una audiencia de dos millones y medio de lectores, estableciendo un récord en ventas tanto a nivel nacional como internacional. Durante el mes de Noviembre e inicios de Diciembre del 2023, se publicaron 30 titulares en la versión escrita, las cuales presentan titulares bastante llamativos y su enfoque periodístico en su mayoría es policial, y las presentaciones de los titulares y noticias son amarillista, que en efecto es su identidad como tal. Para una apreciación directa se detallaron los titulares en en los anexos de este trabajo.

Los Olivos, un distrito en Lima con una población de 392,000 habitantes (INEI), y puesto que existen una cantidad considerable de casas universitarias y en efecto jóvenes universitarios, representan un escenario ideal para estudiar esta

dinámica. La juventud universitaria, caracterizada por su acceso a la tecnología y su uso intensivo de redes sociales, se encuentra en una encrucijada donde las fuentes tradicionales de información se mezclan con las digitales. Esto plantea preguntas cruciales sobre cómo perciben el periodismo en Facebook del diario Trome en comparación con el periodismo tradicional escrito del mismo.

Ante este panorama, se planteó el siguiente problema general: ¿Existe diferencia en el nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook y del periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023? Asimismo, los problemas específicos son los siguientes: ¿Cómo es la diferencia del nivel de percepción sobre los beneficios del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023?; ¿Cómo es la diferencia del nivel de percepción sobre la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023? Y, por último, se encuentra, ¿Cómo es la diferencia del nivel de percepción sobre el impacto positivo del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023?

En ese sentido, la justificación social de este estudio radica en la necesidad de comprender y adaptarse a la dinámica cambiante de los medios de comunicación y las preferencias de consumo de información de la sociedad contemporánea. La comparación entre el periodismo del Trome en Facebook y la versión impresa del diario Trome ofrece una visión completa y actualizada del impacto de los medios en el desarrollo de los jóvenes universitarios de Los Olivos. Asimismo, desde una perspectiva teórica se fundamentó debido al uso de dos bases teóricas como la teoría del Campo y la teoría del uso y gratificaciones, que se tocaran a mayor detalle en el marco teórico. Además, desde una perspectiva metodológica se justificó debido a que fueron empleados instrumentos confiables para la recolección de información necesaria para dar respuesta a la interrogante de la investigación.

De la misma manera, el objetivo general es el siguiente: determinar si existe diferencia entre el nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook y del periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023.

Asimismo, los objetivos específicos son: determinar las diferencias del nivel de percepción sobre los beneficios del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023; determinar las diferencias del nivel de percepción sobre la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023; y para finalizar se encuentra, determinar las diferencias del nivel de percepción sobre el impacto positivo del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023

La hipótesis general es Existen diferencias significativas entre el nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023; asimismo, como hipótesis específicas se encuentran, La diferencia entre el nivel de percepción sobre los beneficios del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023 es significativa; La diferencia entre el nivel de percepción sobre la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023 es significativa y por último se encuentran, La diferencia entre el nivel de percepción sobre el impacto positivo del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023 es significativa.

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito nacional, Barrera (2021) realizó un estudio, teniendo como fin determinar el nivel de aceptación de los contenidos periodísticos sobre Covid-19 en pobladores de Canto Rey-SJL. De este modo, en relación a la metodología, se empleó un enfoque cuantitativo y diseño no experimental, empleando el cuestionario a 385 participantes. Los resultados señalaron que el 54.3% del total tuvo una aprobación del diario Trome. Las conclusiones señalaron que los habitantes de Canto Rey en San Juan de Lurigancho muestran alto interés en los contenidos periodísticos sobre Covid-19 del mencionado diario.

Alva (2022) realizó una investigación, teniendo como objetivo analizar las portadas del Diario El Choche con la información sensacionalistas en el periodo abril - diciembre en el distrito de Callería, año 2021. En ese sentido, se empleó un enfoque cuantitativo y nivel descriptivo-correlacional, aplicando el cuestionario a 385 participantes. Los resultados del estudio indican una correlación positiva notable, con un coeficiente de correlación de Spearman Rho de 0.721 y un valor de p de 0.000. Esto confirma una relación significativa entre las portadas del diario El Choche y la información sensacionalista en el distrito de Callería entre abril y diciembre de 2021.

Asia (2019) realizó una investigación, que tuvo como propósito determinar la diferencia entre la actitud hacia el diario Correo Huancayo de los estudiantes de ciencias y letras de la UNCP. Para ello, realizó un enfoque cuantitativo y nivel descriptivo comparativo, aplicando el cuestionario a 372 participantes. El estudio arrojó que tanto los estudiantes de letras (76%) como los de ciencias (78%) muestran una actitud neutral. Los resultados llevaron a la conclusión de que no hay una diferencia significativa en la actitud de los estudiantes de letras y ciencias hacia el diario Correo de Huancayo.

Díaz (2023) realizó un estudio con la finalidad de describir las características del periodismo digital de la página de Facebook del Diario La República. De este modo, se empleó un enfoque cualitativo y diseño no experimental, aplicando una ficha de observación a 48 noticias. Los resultados demostraron que el valor promedio de la variable de periodismo digital es 0.66, lo que indica un alto nivel de periodismo digital. En conclusión, la investigación señaló que la página de

Facebook del Diario La República muestra un nivel elevado de periodismo digital.

Serna (2022) realizó un estudio, que tuvo como propósito determinar la relación existente entre fotoperiodismo y la calidad informativa en Tumbes. En ese sentido, se empleó un enfoque cuantitativo y nivel correlacional, aplicando el cuestionario a 100 participantes. Los resultados indicaron la relación entre la variable fotoperiodismo y la calidad informativa, señalando que el 42% clasifica esta relación como "Regular", el 21% la considera "Buena" y el 11% la percibe como "Mala". Las conclusiones señalaron que existe una correlación alta y positiva entre las variables mencionadas, con un valor 0.750.

En el ámbito internacional, Lumbo (2021) realizó una investigación, teniendo como objetivo de analizar el uso la red social Facebook como herramienta para generar "noticias falsas" y el papel que juegan en la opinión pública ecuatoriana. De este modo, se empleó un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, aplicando el cuestionario a 139 participantes. Los resultados señalaron que el 91% del total consideraron que Facebook es generador de noticias falsas, mientras que el 9%, todo lo contrario. Las conclusiones señalaron que Facebook facilita la propagación de información errónea, lo que puede conducir a la manipulación de la opinión pública a través de noticias engañosas.

Figueira y Santos (2019) realizaron una investigación, que tuvo como propósito realizar una reflexión acerca de la presencia de las noticias falsas en la sociedad. En ese sentido, se empleó un enfoque cuantitativo y nivel descriptivo, aplicando el cuestionario a 602 participantes. Los resultados señalaron que la mayoría de los encuestados están preocupados por las noticias falsas (91,8%), y prácticamente todos (99,3%) creen que estas pueden influir en la opinión de las personas. Las conclusiones indicaron que el grupo está familiarizado con el consumo de información en línea y ha experimentado lo que consideran noticias falsas. Sin embargo, existen interpretaciones diversas, a menudo incorrectas, del término fake news.

Sánchez (2020) realizó un estudio, teniendo como finalidad analizar los factores que intervienen y ocasiona la viralización de los contenidos violentos en Facebook y su incidencia en la producción periodística de los medios digitales. Por ello, empleó un enfoque cuantitativo y nivel descriptivo, aplicando el cuestionario a

100 participantes. Los resultados señalaron que el 61% de los encuestados considera que Facebook es la plataforma ideal para difundir noticias, mientras que el 39% opina lo contrario. Se concluye que el consumo de contenido violento en Facebook ha contribuido a la pasividad de la sociedad, ya que los usuarios tienden a observar imágenes y videos sin verificar su autenticidad en otras fuentes.

Machuca (2022) realizó un estudio, teniendo como propósito determinar como el contenido informativo de los memes influye en la credibilidad de los usuarios de la red social Facebook del Diario "El Comercio". Para ello, realizó un enfoque cuantitativo y nivel descriptivo, aplicando el cuestionario a 190 participantes. Los resultados señalaron que el 73,7% se informa a través del diario "El Comercio" en Facebook. La encuesta también indicó que un 52,6% de los encuestados considera interesante el uso de memes para comunicar noticias. Se puede concluir que debido a la sólida reputación del diario "El Comercio" a lo largo de los años, se le considera uno de los diarios más respetados y leídos en Ecuador.

Alvarado y Aristega (2022) realizaron un estudio, teniendo como fin analizar el nivel de consumo que tienen las noticias falsas por parte de las personas mayores de 50 años. De tal manera, se empleó un enfoque cuantitativo y nivel descriptivo, aplicando el cuestionario a 30 participantes. Los resultados señalaron que el 50% de los encuestados tiende a considerar estas noticias como ciertas, incluso cuando se les advierte repetidamente sobre su falta de veracidad. Las conclusiones indicaron que las personas de 50 años en adelante muestran una alta tendencia a consumir noticias falsas, que son creadas y difundidas por individuos malintencionados.

Entre las teorías que se abordan en este estudio, se encuentra la teoría de campo, abordado por Bourdieu, quien ofrece una visión profunda de cómo funcionan los medios de comunicación dentro de la sociedad y la manera que tienen los diferentes beneficios del periodismo de motivar a las personas a consumir un mismo formato de periodismo conforme con sus diferentes presentaciones. Según Bourdieu, el "campo" del periodismo es una esfera social con sus propias reglas, estructuras y formas de capital que tienen diferentes impactos positivos dentro de la sociedad. En este campo, los periodistas y las organizaciones de medios luchan por el capital simbólico y la viabilidad que

podrían tener dentro de su propio contexto, que se traduce en credibilidad, influencia y prestigio, así como por el capital económico (Xu, 2021).

En un estudio realizado por Chávez (2020), señaló que el diario Trome, a lo largo de su trayectoria y desarrollo editorial, ha adquirido una habilidad distintiva en la presentación de sus contenidos, especialmente en la forma en que encubre o disimula sus mensajes subyacentes. Estos mensajes, a menudo velados o presentados de manera sutil, son absorbidos por sus lectores de tal manera que se les otorga un alto grado de credibilidad. Dicha maestría en la entrega de información sugiere que Trome no solo informa, sino que también moldea y guía la percepción y el entendimiento de sus lectores sobre diversos temas de interés público.

En el ámbito periodístico, por ejemplo, un mecanismo fundamental para preservar la autonomía ha sido históricamente "el muro" que separa los departamentos editoriales y comercial dentro de una organización de noticias; este constituye uno de los principales indicadores profesionales del periodismo, un principio que se refuerza la socialización en sus centros neurálgicos (Broersma & Singer).

No obstante, el periodismo tradicional ha sido objeto de críticas por volverse más heterogéneo y menos autónomo. La disminución de beneficios y la erosión de modelos de negocio que antes eran sólidos han permitido una creciente influencia de los actores comerciales en el campo (van 't Hof & Deuze, 2023).

La posición de un medio o periodista en este espectro entre lo autónomo y lo heterónimo no es fija; puede cambiar con el tiempo y está influenciada por una variedad de factores, incluyendo el mercado de noticias, el contexto político y social, y las decisiones editoriales. Bourdieu argumenta que entender estas dinámicas es esencial para comprender cómo se produce y se da forma a las noticias y cómo el periodismo, como campo, responde y refleja las complejidades de la sociedad (Lischka et al., 2023).

Por otro lado tenemos la teoría que fundamenta el presente estudio derivada de Katz (1968) denominada la teoría de usos y gratificaciones, la cual

encuentra su principal enfoque en la manera que tienen las personas de emplear las herramientas que le permitan la satisfacción de sus exigencias o gratificaciones, por lo cual en la actualidad siguen empleándose diferentes beneficios a la sociedad que generan una viabilidad en la consecución de sus objetivos comerciales y diversidad en la programación que proyectan sobre sus propias finalidades comerciales; en torno a esta premisa se vincula la necesidad de las personas de asociarse con terceros mediante los diferentes medios de comunicación que actualmente se tienen al alcance de las personas (Lastra, 2019).

Esta teoría se centra en las motivaciones individuales que llevan a las personas a elegir y utilizar medios de comunicación específicos. En el caso de jóvenes universitarios, se espera que sus motivaciones varíen considerablemente, desde la búsqueda de entretenimiento hasta la obtención de información práctica o noticias ligeras. Además, la teoría de los usos y gratificaciones destaca la importancia de la adaptabilidad y viabilidad de las plataformas digitales, lo cual es crucial en el contexto actual de digitalización de la información.

De la misma manera, el periodismo en Facebook que emplean medios digitales como el diario Trome, que ha transformado en una importante plataforma de distribución de noticias, afectando significativamente cómo las personas consumen la información. Muchos medios de comunicación y periodistas aprovechan Facebook para alcanzar una audiencia más amplia, haciendo que para algunos usuarios sea la principal fuente de actualizaciones de noticias. Sin embargo, los algoritmos de Facebook, que priorizan el contenido basado en interacciones previas, pueden crear burbujas de filtro, donde los usuarios se exponen principalmente a información que refuerza sus creencias existentes (van der Vlist et al., 2022).

Además, la participación activa de los usuarios con las noticias en Facebook del diario Trome, se refleja en los comentarios, "me gusta" y las comparticiones, ejerce un impacto significativo en la percepción pública y el diálogo en torno a cuestiones actuales. Esta dinámica difiere considerablemente de lo que ocurre en los medios de comunicación tradicionales, donde la interacción es más limitada. La

necesidad de crear contenido atractivo para mantener a los usuarios comprometidos ha llevado a problemas, como el aumento del "clickbait" y preocupaciones sobre la calidad del contenido (Lamot et al., 2022).

Ahora bien, en cuanto a las dimensiones del estudio se entiende que, los beneficios como la calidad del periodismo puede variar según la fuente, por lo que es fundamental que los lectores sean críticos y busquen información de diversas fuentes para obtener una comprensión completa de los temas que les interesan (Espinosa y Garza, 2018).

En cuanto a la segunda dimensión se tiene que la viabilidad de los medios de comunicación independientes y de calidad desempeñan un papel crucial en la supervisión del poder, la rendición de cuentas y la difusión de información que empodera a las personas para tomar decisiones informadas. La viabilidad del periodismo depende en gran medida de la capacidad de adaptarse a un entorno en constante cambio y de mantener la confianza del público (Espinosa y Garza, 2018).

Por último, se tiene que el periodismo bien hecho tiene un impacto positivo en la sociedad al proporcionar información esencial, promover la rendición de cuentas, empoderar a los ciudadanos y contribuir al funcionamiento de la democracia. Es una parte fundamental de una sociedad informada y participativa (Espinosa y Garza, 2018).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

El enfoque que se utilizó fue el cuantitativo, que se caracteriza por examinar fenómenos a través de la recopilación de datos numéricos que se evalúan mediante enfoques basados en matemáticas, especialmente haciendo uso de herramientas estadísticas (Xiong, 2022).

El tipo será básico, ya que se centró en la ampliación y profundización del conocimiento científico sin un objetivo aplicado inmediato en mente. El principal objetivo de este tipo de investigación es incrementar el acervo de sabiduría humana, profundizando en las raíces y estructuras de la realidad (Espinoza & Ochoa, 2021).

3.1.2 Diseño de investigación

El nivel que se empleó fue el explicativo – comparativo, ya que se centra en identificar, entender y explicar las relaciones y causas detrás de ciertos fenómenos, así como en comparar y contrastar diferentes grupos o variables para obtener una comprensión más profunda de un tema o problema específico (Apuke, 2017).

Por último, el diseño fue no experimental, ya que no implica la manipulación deliberada de variables por parte del investigador. De esta manera, se enfoca en la observación de fenómenos tal como se desarrollan en su entorno natural o contexto real. Esto significa que no introducen cambios controlados en las variables, sino que recopilan datos a partir de situaciones existentes (Asenahabi, 2019).

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Percepción del periodismo del Trome en Facebook

• Definición conceptual

El periodismo en Facebook que emplean diferentes medios como el diario Trome se refiere a la práctica periodística que se lleva a cabo en la plataforma de la red social Facebook. En este contexto, los profesionales de los medios y otros

usuarios comparten noticias, historias y contenido informativo a través de publicaciones, videos, imágenes y otros formatos (Moody y Church, 2019).

- **Definición operacional**

El periodismo del Trome en Facebook es medido a través de las dimensiones Beneficios, viabilidad e impacto, mediante la aplicación de un cuestionario.

- **Indicadores**

Para la primera dimensión se encuentran, frecuencia, veracidad de la información, relevancia social e imparcialidad; como segunda dimensión viabilidad en las noticias, consumo, comodidad, contenido amarillista y, por último, divulgación. Los indicadores de la última variable fueron, transmisión de noticias; confiabilidad y alcance.

- **Escala de medición:** Ordinal.

Variable 2: Percepción del periodismo del Diario Trome

- **Definición conceptual**

El Diario Trome es un periódico tabloide de amplia circulación en el Perú, reconocido por su estilo popular y a menudo utilizando titulares llamativos y contenido visual atractivo, con el objetivo de atraer a una audiencia amplia y diversa, con énfasis en los sectores C y D de la sociedad peruana (Solís, 2021).

- **Definición operacional**

El periodismo del diario Trome es medido a través de las dimensiones Beneficios, viabilidad e impacto, mediante la aplicación de un cuestionario.

- **Indicadores**

Para la primera dimensión se encuentran, frecuencia, veracidad de la información, relevancia social e imparcialidad; como segunda dimensión viabilidad en las noticias, consumo, comodidad, contenido amarillista y, por último,

divulgación. Los indicadores de la última variable fueron, transmisión de noticias; confiabilidad y alcance.

- **Escala de medición:** Ordinal

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

La población se refiere a la totalidad de individuos, díadas (parejas), grupos, organizaciones u otras entidades que se consideran de interés y que constituyen el enfoque principal del estudio; del cual, pueden variar ampliamente según el alcance y el objetivo de la investigación (Casteel & Bridier, 2021). De esta manera, para este estudio, la población estuvo integrada por jóvenes universitarios de Los Olivos – Lima, durante el año 2023.

Criterios de inclusión

- Estudiantes activos de una universidad ubicada en Los Olivos.
- Individuos con edades comprendidas entre los 18 y 30 años.
- Los participantes que otorgaron su consentimiento para participar en el estudio.
- Participantes familiarizados con el diario Trome, ya sea porque lo leen o porque han estado expuestos a su contenido en alguna ocasión.
- Usuarios activos de Facebook, ya que se busca medir la percepción del periodismo en esta plataforma.

Criterios de exclusión

- Estudiantes que no estudien en una universidad ubicada en Los Olivos.
- Estudiantes que no estén en el rango de edad definido.
- Personas que no tienen una cuenta activa en Facebook o que no la usan regularmente.
- Individuos que nunca han oído hablar o no están familiarizados con el diario Trome.
- Personas que trabajen para el diario Trome o tengan alguna relación profesional o personal que pueda influir en sus respuestas.

3.3.2 Muestra

La muestra se refiere a un subconjunto finito y específicamente seleccionado de individuos o elementos que forman parte de una población más grande (Shete et al., 2020). De esta manera, la muestra estuvo distribuida de la siguiente manera:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{N \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

Dónde:

Z=Nivel de confianza

p =probabilidad a favor

N=Población total / todos los universitarios

n=Tamaño de la muestra

q=probabilidad en contra (1-p)

Aplicando a la población estudiada:

$$n = \frac{(1.96^2) \times 0.5 \times 0.5 \times 428}{xx \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 203$$

3.3.3 Muestreo

El muestreo es un proceso en la investigación y estadísticas que implica la selección de un subconjunto representativo y finito de individuos, elementos, objetos, observaciones o entidades de una población más grande. El objetivo principal del muestreo es obtener información sobre la población completa de una manera eficiente y práctica, sin necesidad de estudiar o recopilar datos de cada elemento en la población (Cienfuegos, 2019). Por ese motivo, se empleó un muestreo probabilístico aleatorio simple.

3.3.4 Unidad de análisis

La unidad de análisis abarcó los jóvenes universitarios del distrito de Los Olivos.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos fueron las estrategias o métodos generales utilizados para obtener datos. En este contexto, las técnicas definieron el enfoque general de cómo se recopilaría la información (Pereyra et al., 2022). En este estudio, se optó por utilizar la técnica de encuesta.

Los instrumentos de recolección de información fueron las herramientas específicas empleadas dentro de la técnica de encuesta para recopilar datos de manera efectiva y consistente (Pereyra et al., 2022). Para llevar a cabo este estudio, se seleccionó el cuestionario como instrumento.

En relación a la variable "Periodismo del Trome en Facebook", se empleó un cuestionario elaborado durante el desarrollo de la presente investigación a fin de poder dar respuestas a las preguntas del estudio y con ello lograr tener una fundamentación lógica acerca de la problemática presentada.

Tabla 1

Ficha técnica del instrumento: Cuestionario de Periodismo del Trome en Facebook

Autor	: Huillcayaure Velasque Álvaro (2023)
Finalidad	: Conocer los niveles de Periodismo del Trome en Facebook.
Aplicación	: Estudiantes universitarios de Los Olivos.
Duración	: 10 a 15 minutos.
Categorías	: Alto, medio y bajo.
Organización	: Está estructurado por 17 ítems, distribuido en 3 dimensiones: 1) Beneficios, 2) Viabilidad 3) Impacto.

Tabla 2

Ficha técnica del instrumento: Cuestionario de Periodismo del diario El Trome

Autor	: Huillcayaure Velasque Álvaro (2023)
Finalidad	: Conocer los niveles de Periodismo del diario El Trome.
Aplicación	: Estudiantes universitarios de Los Olivos.
Duración	: 10 a 15 minutos.
Categorías	: Alto, medio y bajo.

Organización : Está estructurado por 16 ítems, distribuido en 3 dimensiones: 1) Beneficios, 2) Viabilidad 3) Impacto.

Validez

Los instrumentos de medición fueron sometidos a la valoración por juicio de expertos a fin de lograr tener una viabilidad acerca de los ítems y lograr consigo la obtención de la relevancia y pertinencia de cada pregunta formulada.

3.5. Procedimientos

En cuanto a las coordinaciones con los encuestados se pasó a realizar un formulario de Google Form a fin de poder obtener las respuestas de los mismos que dieran una perspectiva más completa acerca de la percepción de los estudiantes universitarios en torno al periodismo del Trome en Facebook con el periodismo del diario Trome. Previo a ello se seleccionaron los instrumentos para poder tener una mejor viabilidad acerca de las variables y con ello tener una medición que permitiese responder a las preguntas de investigación.

3.6. Método de análisis de datos

En referencia al método de análisis de datos, en primer lugar, se realizó un análisis descriptivo de las variables y dimensiones del presente estudio. Asimismo, se utilizó la Prueba Wilcoxon. Después de ello, los resultados se estructuraron en dos grupos de datos independientes: uno que representaba la percepción del periodismo del Trome en Facebook y otro que reflejaba la percepción del Diario Trome entre los jóvenes universitarios. La prueba en sí implicó ordenar los datos de cada grupo de menor a mayor y asignar rangos a estos datos.

Luego, se calculó la suma de los rangos para cada grupo. La prueba comparó estas sumas de rangos y proporcionó un valor que se utilizó para determinar si las diferencias observadas eran significativas. Después, se calculó el valor de p. El valor obtenido se comparó con una tabla de valores críticos o se calculó un valor de p, que indicó la probabilidad de que las diferencias observadas fueran debidas al azar. Si el valor de p fue menor que un nivel de significancia predefinido (por ejemplo, 0.05), se rechazó la hipótesis nula y se concluyó que

existían diferencias significativas. Cabe señalar que todo este proceso se realizó en el programa SPSS.

3.7. Aspectos éticos

En el presente estudio, se tuvieron en consideración diversos aspectos éticos. Uno de los pilares fundamentales fue el consentimiento. Antes de que cualquier participante aportara datos al estudio, se les proporcionó información completa y clara sobre la naturaleza del estudio. Cada participante tenía la libertad de otorgar su consentimiento informado de manera voluntaria y plenamente consciente. Esto reflejaba el principio de autonomía, que implicaba respetar la capacidad de decisión de cada individuo involucrado.

La confidencialidad y el anonimato eran principios cruciales. Se garantizó que los datos recopilados se mantuvieran en estricta confidencialidad, asegurando que la información personal de los participantes no se divulgara. Para este fin, se asignaron códigos numéricos en lugar de utilizar los nombres de los participantes. Este enfoque se basó en el principio de no maleficencia, evitando cualquier daño o perjuicio a los participantes.

El principio de justicia se aplicó en todas las etapas del estudio. La selección de la muestra y la ejecución de la investigación se llevaron a cabo de manera imparcial, sin discriminación por motivos de género, edad, raza, religión u orientación sexual. Cada participante fue tratado de manera justa y equitativa.

Además, se evaluaron tanto los beneficios como los riesgos potenciales del estudio. Se buscaron los posibles beneficios que la investigación podría aportar, como la contribución al conocimiento sobre la percepción de los jóvenes universitarios en relación con el periodismo del Trome en Facebook y el Diario Trome. Al mismo tiempo, se minimizaron los riesgos posibles para los participantes. Este equilibrio entre beneficencia y no maleficencia se tradujo en la búsqueda de maximizar los beneficios y minimizar los riesgos para los participantes.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

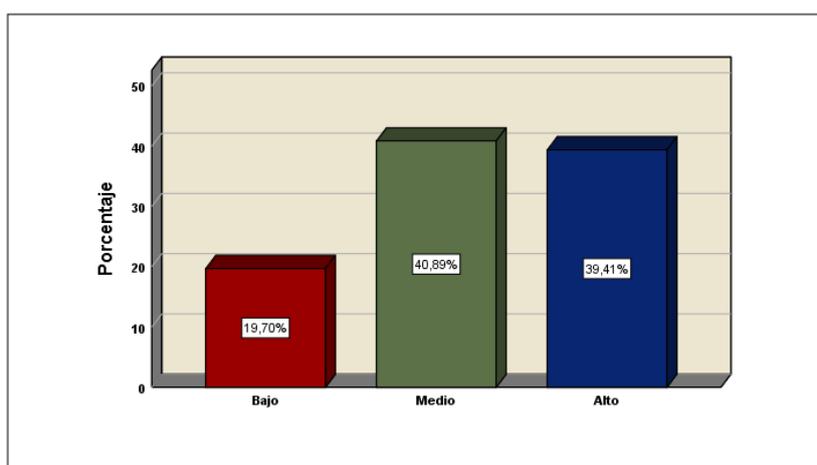
Tabla 3

Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	40	19.70%	19.70%
Medio	83	40.89%	60.59%
Alto	80	39.41%	100.00%
Total	203	100.00%	

Figura 1

Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook



En el estudio sobre la percepción del periodismo del Trome en Facebook realizado entre jóvenes universitarios de Los Olivos, Lima, en 2023, se encontró una diversidad de opiniones. Casi el 41% de los participantes posee una percepción alta del periodismo en esta red social, mientras que un 40.89% mantuvo una percepción de nivel medio. Por otro lado, un 19.70% mostró una percepción baja. Estos resultados demuestran que hay una representación equilibrada entre las percepciones media y alta, con una minoría que considera que el periodismo del Trome en Facebook tiene un impacto bajo. Estos hallazgos ofrecen una visión valiosa sobre las actitudes y opiniones de los jóvenes universitarios en relación al periodismo en esta plataforma digital.

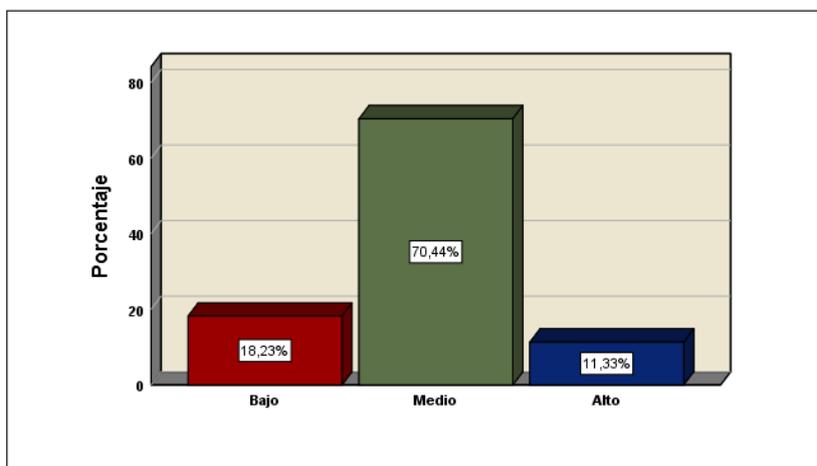
Tabla 4

Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook en su dimensión beneficios

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	37	18.23%	18.23%
Medio	143	70.44%	88.67%
Alto	23	11.33%	100.00%
Total	203	100.00%	

Figura 2

Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook en su dimensión beneficios



En el análisis de la percepción del periodismo del Trome en Facebook en cuanto a sus beneficios, entre los jóvenes universitarios de Los Olivos, Lima, en 2023, se observa una distribución diversa de opiniones. El 41.38% de los participantes expresaron una percepción alta, indicando que consideran que el periodismo en esta plataforma ofrece importantes beneficios. Por otro lado, el 37.93% mantuvo una percepción de nivel medio, lo que sugiere una perspectiva moderada sobre los beneficios del periodismo del Trome en Facebook. Por último, el 20.69% mostró una percepción baja, lo que indica que algunos jóvenes universitarios no ven muchos beneficios en esta plataforma. Estos resultados reflejan la variedad de opiniones en esta dimensión particular de la percepción del periodismo del Trome en Facebook.

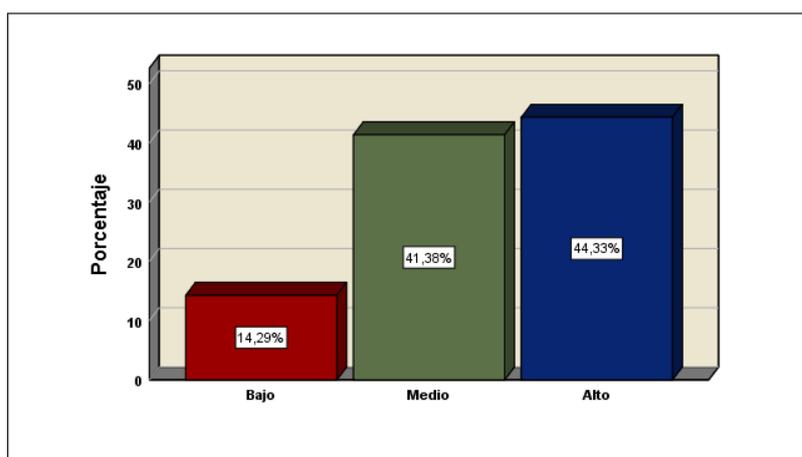
Tabla 5

Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook en su dimensión viabilidad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	29	14.29%	14.29%
Medio	84	41.38%	55.67%
Alto	90	44.33%	100.00%
Total	203	100.00%	

Figura 3

Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook en su dimensión viabilidad



En relación a la percepción de la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook entre los jóvenes universitarios de Los Olivos, Lima, en 2023, los resultados indican una distribución diversa de opiniones. El 66.01% de los participantes mantuvieron una percepción de nivel medio, lo que sugiere una perspectiva equilibrada sobre la viabilidad del periodismo en esta plataforma. Por otro lado, el 22.17% expresó una percepción baja, indicando ciertas dudas sobre la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook. En contraste, el 11.82% mantuvo una percepción alta, lo que sugiere que algunos jóvenes universitarios ven una alta viabilidad en esta plataforma para el periodismo. Estos resultados reflejan una variedad de opiniones en esta dimensión específica de la percepción del periodismo del Trome en Facebook.

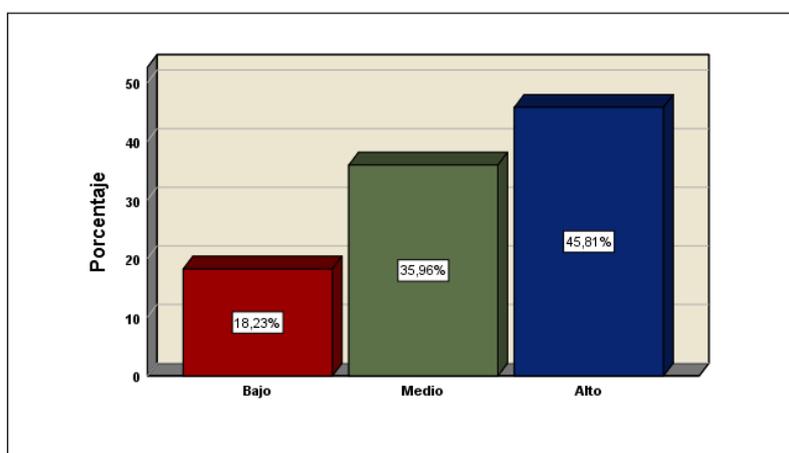
Tabla 6

Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook en su dimensión impacto

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	37	18.23%	18.23%
Medio	73	35.96%	54.19%
Alto	93	45.81%	100.00%
Total	203	100.00%	

Figura 4

Nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook en su dimensión impacto positivo



La percepción del impacto positivo del periodismo del Trome en Facebook entre los jóvenes universitarios de Los Olivos, Lima, en 2023, se caracteriza por una diversidad de opiniones. El 43.84% de los participantes mantuvo una percepción de nivel medio, lo que indica que consideran que el periodismo en Facebook tiene un impacto moderado. Por otro lado, el 37.44% expresó una percepción alta, sugiriendo que algunos jóvenes universitarios ven un alto impacto en esta plataforma. En contraste, el 18.72% mantuvo una percepción baja, lo que señala que algunos participantes tienen dudas sobre el impacto del periodismo del Trome en Facebook. Estos resultados revelan una variedad de opiniones en esta dimensión específica de la percepción del periodismo del Trome en Facebook.

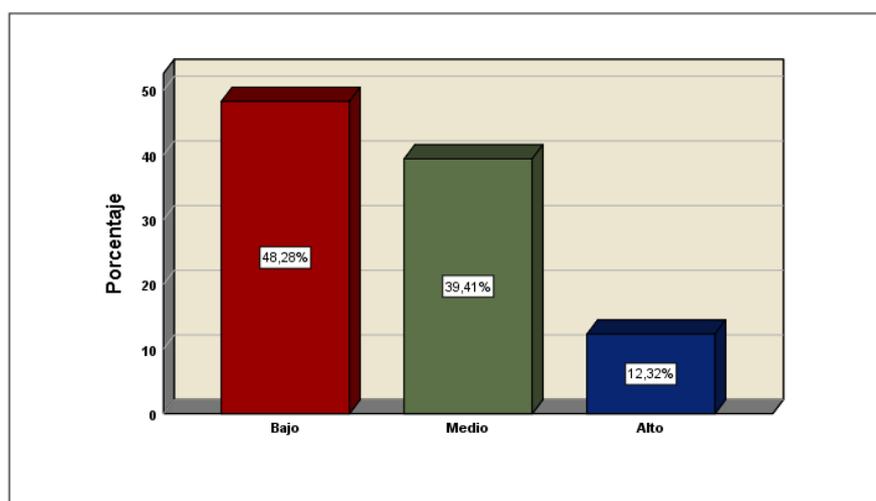
Tabla 7

Nivel de percepción del periodismo del diario Trome

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	98	48.28%	48.28%
Medio	80	39.41%	87.68%
Alto	25	12.32%	100.00%
Total	203	100.00%	

Figura 5

Nivel de percepción del periodismo del diario Trome



La percepción del periodismo en el diario "Trome" por parte de los jóvenes universitarios de Los Olivos, Lima, en 2023, refleja una distribución de opiniones significativa. La mayoría, representada por el 48.28% de los participantes, mantiene una percepción baja del periodismo en este diario, lo que sugiere una opinión negativa o crítica. Un 39.41% de los jóvenes tiene una percepción de nivel medio, indicando una perspectiva más neutral. En contraste, el 12.32% de los encuestados sostiene una percepción alta del periodismo en "Trome", lo que refleja una visión positiva. Estos resultados indican una variabilidad significativa en las percepciones de los jóvenes universitarios sobre el periodismo en el diario "Trome".

4.2. Análisis inferencial

Prueba de normalidad

Se procedió a realizar un análisis de normalidad a fin de establecer el tipo de distribución de datos, y en base a esto decidir que prueba estadística es la más viable para resolver las hipótesis de investigación.

Tabla 8

Prueba de normalidad general

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Periodismo del Trome en Facebook	0.116	203	0.000
Beneficios	0.147	203	0.000
Viabilidad	0.102	203	0.000
Impacto	0.158	203	0.000
Periodismo en el Diario Trome	0.143	203	0.000

Los resultados arrojaron una significancia menor a 0.05 en todos los factores analizados, por ende, la distribución es no normal y se debe aplicar una prueba no paramétrica. En este caso se busca establecer la diferencia significativa entre los usuarios en periodismo en Kolmogorov, pues evalúa si hay diferencias significativas entre las medianas de dos conjuntos de datos.

Hipótesis general

Ho: No existen diferencias significativas ante el nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo tradicional del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023

Ha: Existen diferencias significativas ante el nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo tradicional del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023

Tabla 9*Prueba de Rangos 1*

		N	Rango promedio	Suma de rangos
Periodismo en Trome - Periodismo del Trome en Facebook	Rangos negativos	163 ^a	108.37	17663.50
	Rangos positivos	32 ^b	45.20	1446.50
	Empates	8 ^c		
	Total	203		

a. Periodismo en Trome < Periodismo del Trome en Facebook

b. Periodismo en Trome > Periodismo del Trome en Facebook

c. Periodismo en Trome = Periodismo del Trome en Facebook

La Tabla 9 resume los resultados de la Prueba de Rangos 1, donde se observa que la suma de los rangos negativos (163) es considerablemente mayor que la suma de los rangos positivos (32), indicando que, en general, hay una tendencia de que la percepción del periodismo del Trome en Facebook es inferior a la del diario "Trome". Este hallazgo se refuerza por la significativa diferencia en los rangos promedio.

Tabla 10*Estadísticos de prueba Wilcoxon hipótesis general*

	Periodismo en Trome – Periodismo del Trome en Facebook
Z	-10,277 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	0.000

La Tabla 10 presenta los estadísticos de prueba Wilcoxon, destacando un valor Z de -10,277 con un p-valor de 0.000. Este p-valor extremadamente bajo sugiere que hay diferencias significativas en la percepción entre ambas fuentes de noticias del Trome en Facebook y periodismo del diario Trome. Por ende, se rechaza la hipótesis nula, respaldando la afirmación de que existen diferencias sustanciales en la percepción del periodismo entre estos dos medios en el grupo estudiado.

Hipótesis específica 1

Ho: La diferencia no es significativa en el nivel de percepción sobre los beneficios del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo tradicional del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023.

H1: La diferencia si es significativa en el nivel de percepción sobre los beneficios del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo tradicional del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023.

Tabla 11

Prueba de Rangos 2

		N	Rango promedio	Suma de rangos
Periodismo en Trome - Beneficios	Rangos negativos	10 ^a	19.75	197.50
	Rangos positivos	185 ^b	102.23	18912.50
	Empates	8 ^c		
	Total	203		

a. Periodismo en Trome < Beneficios

b. Periodismo en Trome > Beneficios

c. Periodismo en Trome = Beneficios

La Tabla 11 resume los resultados de la Prueba de Rangos 2, donde se evidencia que la suma de los rangos negativos (10) es menor que la suma de los rangos positivos (185). Esto sugiere que, en general, hay una tendencia a que la percepción de los beneficios del periodismo del Trome en Facebook es menor que la del periodismo tradicional "Trome".

Tabla 12

Estadísticos de prueba Wilcoxon hipótesis específica 1

	Periodismo en Trome - Beneficios
Z	-11,862 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	0.000

La Tabla 12 presenta los estadísticos de prueba Wilcoxon, destacando un valor Z de -11,862 con un p-valor de 0.000. Este p-valor muy bajo indica diferencias

significativas en la percepción de los beneficios entre ambas fuentes de noticias. Por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula, respaldando la afirmación de que existen diferencias significativas en la percepción de los beneficios entre el periodismo del Trome en Facebook y el periodismo tradicional Trome para este grupo de jóvenes universitarios en Los Olivos.

Hipótesis específica 2

Ho: La diferencia no es significativa en el nivel de percepción sobre la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo tradicional del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023.

H2: La diferencia si es significativa en el nivel de percepción sobre la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo tradicional del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023.

Tabla 13

Prueba de Rangos 3

		N	Rango promedio	Suma de rangos
Periodismo en Trome - Viabilidad	Rangos negativos	18 ^a	21.08	379.50
	Rangos positivos	178 ^b	106.33	18926.50
	Empates	7 ^c		
	Total	203		

a. Periodismo en Trome < Viabilidad

b. Periodismo en Trome > Viabilidad

c. Periodismo en Trome = Viabilidad

La Tabla 13 muestra los resultados de la Prueba de Rangos 3, donde la suma de los rangos negativos (18) es menor que la suma de los rangos positivos (178). Esto indica que, en general, hay una tendencia a que la percepción de la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook sea menor que la del periodismo tradicional Trome.

Tabla 14*Estadísticos de prueba Wilcoxon hipótesis específica 2*

	Periodismo en Trome - Viabilidad
Z	-11,667 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	0.000

En la Tabla 14, los estadísticos de prueba Wilcoxon revelan un valor Z de -11,667 con un p-valor de 0.000. Este bajo p-valor indica diferencias significativas en la percepción de la viabilidad entre ambas fuentes de noticias. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, respaldando la afirmación de que existen diferencias significativas en la percepción de la viabilidad entre el periodismo del Trome en Facebook y el periodismo tradicional Trome para este grupo de jóvenes universitarios en Los Olivos.

Hipótesis específica 3

Ho: La diferencia no es significativa en el nivel de percepción sobre el impacto del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo tradicional del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023

H3: La diferencia si es significativas en el nivel de percepción sobre el impacto del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo tradicional del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023.

Tabla 15*Prueba de Rangos 4*

		N	Rango promedio	Suma de rangos
Periodismo en Trome - Impacto	Rangos negativos	28 ^a	25.18	705.00
	Rangos positivos	166 ^b	109.70	18210.00
	Empates	9 ^c		
	Total	203		

a. Periodismo en Trome < Impacto

b. Periodismo en Trome > Impacto

c. Periodismo en Trome = Impacto

La Tabla 15 muestra los resultados de la Prueba de Rangos 4, donde la suma de los rangos negativos (28) es menor que la suma de los rangos positivos (166). Esto indica una tendencia a que la percepción del impacto del periodismo del Trome en Facebook sea menor que la del periodismo tradicional "Trome".

Tabla 16

Estadísticos de prueba Wilcoxon hipótesis específica 3

	Periodismo en Trome - Impacto
Z	-11,181 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	0.000

En la Tabla 16, los estadísticos de prueba Wilcoxon presentan un valor Z de -11,181 con un p-valor de 0.000. Este p-valor bajo sugiere que hay diferencias significativas en la percepción del impacto entre ambas fuentes de noticias. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, respaldando la afirmación de que existen diferencias significativas en la percepción del impacto entre el periodismo del Trome en Facebook y periodismo tradicional del diario "Trome" para este grupo de jóvenes universitarios en Los Olivos.

V. DISCUSIÓN

En relación al objetivo general, se tuvo un valor de significancia de 0.000. De esta manera, se comprueba de la existencia de diferencias significativas de los niveles de percepción del periodismo del Trome en Facebook y del periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios. Estos resultados guardan relación con el estudio realizado por Sánchez (2020) cuyas conclusiones señalaron que el consumo de contenido violento en Facebook ha contribuido a la pasividad de la sociedad, ya que los usuarios tienden a observar imágenes y videos sin verificar su autenticidad en otras fuentes. De la misma manera, se tuvo un vínculo con el estudio realizado por Alva (2022), quien señaló que existe una relación significativa entre las portadas del diario El Choche y la información sensacionalista en el distrito de Callería entre abril y diciembre de 2021. Por último, se tuvo una relación con la investigación realizada por Machuca (2022), quien concluyó que, debido a la sólida reputación del diario "El Comercio" a lo largo de los años, se le considera uno de los diarios más respetados y leídos en Ecuador.

En relación al objetivo específico 1, se tuvo un valor de significancia de 0.000. De esta manera, se comprueba de la existencia de diferencias significativas sobre los beneficios del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios. Estos resultados guardan relación con el estudio realizado por Barrera (2021), cuyas conclusiones señalaron que los habitantes de Canto Rey en San Juan de Lurigancho muestran alto interés en los contenidos periodísticos sobre Covid-19 del mencionado diario. De la misma manera, se tuvo una relación con el estudio realizado por Asia (2019), cuyos resultados llevaron a la conclusión de que no hay una diferencia significativa en la actitud de los estudiantes de letras y ciencias hacia el diario Correo de Huancayo. Por último, se tuvo un vínculo con el estudio realizado por Alvarado y Aristega (2022), cuyas conclusiones indicaron que las personas de 50 años para adelante muestran una alta tendencia a consumir noticias falsas, que son creadas y difundidas por individuos malintencionados.

En relación al objetivo específico 2, se tuvo un valor de significancia de 0.000. De esta manera, se comprueba de la existencia de diferencias significativas sobre la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo

tradicional del diario Trome en jóvenes universitarios. Estos resultados guardan relación con el estudio realizado por Figueira y Santos (2019), cuyas conclusiones indicaron que el grupo está familiarizado con el consumo de información en línea y ha experimentado lo que consideran noticias falsas. Sin embargo, existen interpretaciones diversas, a menudo incorrectas, del término fake news. Asimismo, se tuvo una relación con la investigación realizada por Díaz (2023), quien señaló que la página de Facebook del Diario La República muestra un nivel elevado de periodismo digital.

En relación al objetivo específico 3, se tuvo un valor de significancia de 0.000. De esta manera, se comprueba de la existencia de diferencias significativas sobre el impacto del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios. Estos resultados guardan relación con el estudio realizado por Lumbo (2021), cuyas conclusiones señalaron que Facebook facilita la propagación de información errónea, lo que puede conducir a la manipulación de la opinión pública a través de noticias engañosas. De la misma manera, se tuvo una relación con la investigación realizada por Serna (2022), cuyas conclusiones señalaron que existe una correlación alta y positiva entre las variables mencionadas, con un valor 0.750.

VI. CONCLUSIONES

Primera: En relación al objetivo general, se tuvo un nivel de significancia entre el periodismo del Trome en Facebook frente periodismo del mismo, con un valor de 0.000, por lo que existen diferencias significativas entre la percepción del periodismo en Facebook y Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos, Lima. De esta manera, estos resultados respaldan la hipótesis alternativa (H_a) y sugieren que la percepción del periodismo difiere entre las dos fuentes evaluadas.

Segunda: En relación al objetivo específico 1, se tuvo un nivel de significancia entre los beneficios del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo tradicional en Trome, con un valor de 0.000, por lo que existen diferencias significativas entre la percepción de los beneficios del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos, Lima. De esta manera, estos resultados respaldan la hipótesis alternativa (H_1) y sugieren que la percepción de los beneficios del periodismo difiere entre las dos fuentes evaluadas.

Tercera: En relación al objetivo específico 2, se tuvo un nivel de significancia entre la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo en el diario Trome, con un valor de 0.000, por lo que existen diferencias significativas entre la percepción de la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos, Lima. De esta manera, estos resultados respaldan la hipótesis alternativa (H_2) y sugieren que la percepción de la viabilidad del periodismo difiere entre las dos fuentes evaluadas.

Cuarta: En relación al objetivo específico 3, se tuvo un nivel de significancia entre el impacto del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo tradicional en Trome, con un valor de 0.000, por lo que existen diferencias significativas entre los beneficios del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos, Lima. De esta manera, estos resultados respaldan la hipótesis

alternativa (H3) y sugieren que la percepción del impacto del periodismo difiere entre las dos fuentes evaluadas.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Considerando la diversidad de opiniones encontradas en el estudio, se podría recomendar al diario "Trome" en Facebook diversificar sus contenidos para abordar los intereses y expectativas variadas de los jóvenes universitarios. Esto podría incluir temas más relevantes, formatos multimedia y enfoques que atraigan a diferentes segmentos de la audiencia.

Segunda: El Diario Trome, junto con otros medios de comunicación, encontraría ventajoso llevar a cabo encuestas periódicas y solicitar retroalimentación de su audiencia sobre la percepción de su contenido en redes sociales. Esta práctica no solo les proporcionaría una comprensión más clara de cómo se consume y valora su contenido, sino que también les permitiría identificar áreas de mejora. A partir de estos comentarios, podrían hacer ajustes y refinamientos en su enfoque periodístico, asegurando así que estén en sintonía con las expectativas y necesidades de su público, fortaleciendo a la vez su reputación y confiabilidad en el entorno digital.

Tercera: El Diario Trome, al igual que otros medios de comunicación, tiene la responsabilidad de garantizar que el contenido que publica en plataformas digitales como Facebook esté claramente etiquetado y se distinga del contenido patrocinado o de la publicidad. Esta distinción clara no solo ayuda a mantener la integridad y la transparencia del medio, sino que también proporciona al público una mejor comprensión de las fuentes de la información. Al hacerlo, los usuarios pueden tomar decisiones más informadas sobre el contenido que consumen y pueden confiar más en la objetividad y credibilidad del medio.

Cuarta: Es fundamental para los medios de comunicación, como el Diario Trome, crear y promover un ambiente interactivo donde los lectores tengan la oportunidad de hacer preguntas, expresar sus inquietudes y recibir respuestas directas de los periodistas o editores involucrados en la creación de contenido. Esta iniciativa no solo fortalece la relación entre el medio y su audiencia, sino que también promueve la transparencia y la confianza. Al abrir este canal de

comunicación, se permite un intercambio genuino de ideas y se da voz a las preocupaciones del público, lo que a su vez puede enriquecer la calidad y relevancia del contenido producido. Además, este tipo de interacción directa puede servir como una herramienta valiosa para corregir errores, aclarar dudas y, en última instancia, mejorar la integridad y credibilidad del medio ante su audiencia.

REFERENCIAS

- Acosta, D., & Masjuán, M. (2022). Fake news in post-truth times. Analysis of fake news published on Facebook during political processes in Brazil and Mexico 2018. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 28(1), 621–637. <https://doi.org/10.5209/esmp.71251>
- Allan, S. (2023). Understanding Citizen Journalism as Civic Participation. *Mass Communication and Society*, 26(3), 532–534. <https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2074687>
- Alva, N. (2022) *Análisis de las portadas del Diario el Choche y su relación con la información sensacionalista en el periodo abril - diciembre en el distrito de Callería año 2021*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Ucayali] http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5543/B5_2022_UNU_CIENCIAS_DE_LA_COMUNICACION_T_2022_NICOLLE_ALVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alvarado, A., & Aristega, A. (2022) *Nivel de consumo de las noticias falsas en las personas mayores de 50 años*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Estatal de Milagro] <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/6315/1/Aminta%20No%20relia%20Alvarado%20Mart%c3%adnez.pdf>
- Apuke, O. (2017). Quantitative Research Methods : A Synopsis Approach. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(11), 40–47. <https://doi.org/10.12816/0040336>
- Asenahabi, B. (2019). Basics of Research Design: A Guide to selecting appropriate research design. *International Journal of Contemporary Applied Researches*, 6(5), 76–89. <http://ijcar.net/assets/pdf/Vol6-No5-May2019/07.-Basics-of-Research-Design-A-Guide-to-selecting-appropriate-research-design.pdf>
- Asia, A. (2019) *Actitud de los estudiantes de ciencias y letras de la universidad nacional del centro del Perú hacia el diario Correo Huancayo*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional del Centro del Perú] https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/6477/T010_71849537_T.pdf?sequence=1
- Barrera, A. (2021) *Aceptación del contenido periodístico del diario Trome sobre covid-19 en pobladores de Canto Rey, San Juan de Lurigancho, 2020*. [Tesis

de Licenciatura, Universidad César Vallejo]
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83897/Barrera_AAR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Broersma, M., & Singer, J. (2021). Caught Between Innovation and Tradition: Young Journalists as Normative Change Agents in the Journalistic Field. *Journalism Practice*, 15(6), 821–838. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1824125>
- Caballero, G. (2023). Discurso e ideología anticomunista en la prensa popular limeña durante la segunda vuelta presidencial 2021. *Conexión*, (18), 61-98. <https://doi.org/10.18800/conexion.202202.003>
- Carmichael, V., Adamson, G., Sitter, K. C., & Whitley, R. (2019). Media coverage of mental illness: a comparison of citizen journalism vs. professional journalism portrayals. *Journal of Mental Health*, 28(5), 520–526. <https://doi.org/10.1080/09638237.2019.1608934>
- Casteel, A., & Bridier, N. (2021). Describing Populations and Samples in Doctoral Student Research. *International Journal of Doctoral Studies*, 16, 339–362. <https://doi.org/10.28945/4766>
- Chávez, E. (2020). Percepción del diario “trome” en conductores de transporte público de Lima metropolitana. *Apuntes Universitarios*, 10(1), 24–39. <https://doi.org/10.17162/au.v10i1.416>
- Cienfuegos, M. (2019). Reflexiones en torno al método científico y sus etapas / Reflections on the scientific method and its stages. *RICSH Revista Iberoamericana de Las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 8(15), 60–77. <https://doi.org/10.23913/ricsh.v8i15.161>
- Danzon, S., & Cornia, A. (2023). Changing or Reinforcing the “Rules of the Game”: A Field Theory Perspective on the Impacts of Automated Journalism on Media Practitioners. *Journalism Practice*, 17(2), 174–188. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1919179>
- Díaz, C. (2023) *Características del periodismo digital en la página de Facebook del diario La República en los meses de enero a julio del año 2021*. [Tesis de Licenciatura, Universidad San Martín de Porres] https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/12050/DIAZ_SCC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Díaz, E. (2019) *Las noticias del diario “El Trome” y su impacto social en los lectores de 25-50 años de la ciudad de Chiclayo desde el 19 de junio hasta el 19 de setiembre del 2017*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Particular de Chiclayo]
http://repositorio.udch.edu.pe/bitstream/UDCH/519/1/T044_45538345_T.pdf
- Espinoza, L., & Ochoa, J. (2021). El nivel de investigación relacional en las ciencias sociales. *Acta Jurídica Peruana*, 3(2), 93–11.
<http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/257/221>
- Figueira, J., & Santos, S. (2019). Percepción de las noticias falsas en universitarios de Portugal: análisis de su consumo y actitudes. *El Profesional de La Información*, 28(3), 1–16. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.15>
- Gómez, R., & Chávez, M. (2020) Las redes sociales y periodismo ciudadano en jóvenes de asentamientos humanos (AA. HH.) de Lima. *Horizonte de la Ciencia*, 10(18), 1-7.
<https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.18.398>
- Lamot, K., Kreutz, T., & Opgenhaffen, M. (2022). “We Rewrote This Title”: How News Headlines Are Remediated on Facebook and How This Affects Engagement. *Social Media + Society*, 8(3).
<https://doi.org/10.1177/20563051221114827>
- Lischka, J., Schaetz, N., & Oltersdorf, A. (2023). Editorial Technologists as Engineers of Journalism’s Future: Exploring the Professional Community of Computational Journalism. *Digital Journalism*, 11(6), 1026–1044.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1995456>
- Lumbo, B. (2021) *Uso de la red social Facebook como instrumento para generar “noticias falsas” y su efecto en la opinión pública*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil]
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/54564/1/Uso%20de%20la%20red%20social%20Facebook%20como%20instrumento%20para%20generar%20%20E2%80%9CNOTICIAS%20FALSAS%20E2%80%9D%20y%20su%20efecto%20en%20la%20opini%C3%B3n%20p%C3%BAblica.pdf>

- Luo, Y., & Harrison, T. (2019). How citizen journalists impact the agendas of traditional media and the government policymaking process in China. *Global Media and China*, 4(1), 72–93. <https://doi.org/10.1177/2059436419835771>
- Machuca, C. (2022) *El contenido informativo de los memes y la credibilidad en los usuarios de la red social Facebook del diario “El Comercio”*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Ambato] <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35005/1/BJCS-CS-657.pdf>
- Márquez, C., & Ulloa, M. (2021). Periodismo digital y Facebook durante el COVID-19 en Perú y Ecuador. *Uru: Revista De Comunicación Y Cultura*, (4), 111–132. <https://doi.org/10.32719/26312514.2021.4.8>
- Martin, J., Trillo, M., & Olvera, M. (2023). Social networks as a vehicle for science journalism: Scoping review. *Index.Comunicacion*, 13(1), 105–127. <https://doi.org/10.33732/ixc/13/01Lasred>
- Martínez, D., & Villanueva, C. (2019) Características del periodismo digital en Facebook del distrito de huacho – 2019. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión] <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/4061/Mart%C3%ADnez%20Le%C3%B3n%20Y%20Villanueva%20Palomino.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moody, M., & Church, A. (2019). Analysis of Facebook Meme Groups Used During the 2016 US Presidential Election. *Social Media + Society*, 5(1). <https://doi.org/10.1177/2056305118808799>
- Pereyra, J., Grajeda, A., Cuya, P., & Estrada, E. (2022). 4 Técnicas, 2 métodos y 14 instrumentos. Taxonomía de los Instrumentos en Psicología. *Revista De Psicología*, 22(1), 52–72. <https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/revpsi/article/view/2139>
- Pierda, J., Baque, E., Hungría, J., Navarrete, E., & Vernaza, E. (2023). Periodismo informativo vía streaming mediante la red social Facebook. *REVISTA REVICC*, 3(4), 79–92. <https://doi.org/10.59764/revicc.v3i4.36>
- Sánchez, C. (2020) *Análisis de la viralización de los contenidos violentos en Facebook y su incidencia en la producción periodística de los medios digitales 2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil]

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49631/1/An%c3%a1lisis%20de%20la%20viralizaci%c3%b3n%20de%20los%20contenidos%20violentos%20en%20Facebook%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20producci%c3%b3n%20period%c3%adstica%20de%20los%20medios%20digitales%202019.pdf>

- Serna, D. (2022) *Fotoperiodismo y Calidad informativa en las portadas de los diarios regionales de Tumbes, 2022*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes] <https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/64279/TESIS%20-%20SERNA%20DIOSES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Shete, A., Ashok, A., Prakash, S., & Dubewar, A. (2020). Sample size calculation in Bio statistics with special reference to unknown population. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary Field*, 6(7), 236–238. <https://www.ijirmf.com/wp-content/uploads/IJIRMF202007040.pdf>
- Solís, N. (2021). Metaphors of chaos and metonymies In the front-page headlines of the tabloid Trome. *Boletín de La Academia Peruana de La Lengua*, 70, 221–247. <https://doi.org/10.46744/bapl.202102.007>
- Van der Vlist, F., Helmond, A., Burkhardt, M., & Seitz, T. (2022). API Governance: The Case of Facebook’s Evolution. *Social Media + Society*, 8(2). <https://doi.org/10.1177/20563051221086228>
- van ‘t Hof, E., & Deuze, M. (2023). “If We Don’t Take the Risk, Who Else Would?” Self-perceptions of Foundations that Financially Support Journalism. *Journalism Practice*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2238197>
- Xiong, X. (2022). *Critical Review of Quantitative and Qualitative Research*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220704.172>
- Xu, N. (2021). Digital media and investigative journalism in China. *Media Asia*, 48(3), 158–174. <https://doi.org/10.1080/01296612.2021.1920119>

ANEXOS

Anexo 1. – Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
Problema general:	Objetivo general:	Hipótesis general	MÉTODO	VARIABLES			
				Variable 1: Percepción del Periodismo del Trome en Facebook	Variable 2: Percepción del Periodismo Del Diario Trome		
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	Hipótesis específica		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores
¿Existe diferencia en el nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook y del periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023?	Determinar si existe diferencia en el nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook y del periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023	H1: Existen diferencias significativas entre el nivel de percepción del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023	Enfoque: Cuantitativo Nivel: Explicativo – Comparativo Tipo: Básico Diseño: No experimental Población: Jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023 Muestra: 203 jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023	Beneficios	Frecuencia Veracidad de la información Relevancia social Imparcialidad	17 ítems	Alto Medio Bajo
¿Cómo es la diferencia del nivel de percepción sobre los beneficios del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023?	Determinar cómo son las diferencias del nivel de percepción sobre los beneficios del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023	La diferencia entre el nivel de percepción sobre los beneficios del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023 es significativa		Viabilidad	Viabilidad en las noticias Consumo Comodidad Contenido amarillista Divulgación		
¿Cómo es la diferencia del nivel de percepción sobre la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook frente al periodismo del diario trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023?	Determinar las diferencias el nivel de percepción sobre la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023	La diferencia entre el nivel de percepción sobre la viabilidad del periodismo del Trome en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023		Impacto positivo	Transmisión de noticias Confiabilidad Alcance		
				Beneficios	Frecuencia Veracidad de la información Relevancia social Imparcialidad	16 ítems	Alto Medio Bajo
				Viabilidad	Viabilidad en las noticias Consumo Comodidad Contenido amarillista Divulgación		

<p>¿Cómo es la diferencia del nivel de percepción sobre el impacto positivo del periodismo en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023?</p>	<p>Determinar las diferencias del nivel de percepción sobre el impacto positivo del periodismo en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023</p>	<p>Olivos - Lima 2023 es significativa</p> <p>La diferencia entre el nivel de percepción sobre el impacto positivo del periodismo en Facebook y el periodismo del diario Trome en jóvenes universitarios de Los Olivos - Lima 2023 es significativas</p>		<p>Impacto positivo</p>	<p>Transmisión de noticias Confiability Alcance</p>		
--	---	--	--	-------------------------	---	--	--

Anexo 2. Matriz de operacionalización de las variables

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Percepción del Periodismo del Trome en Facebook	El periodismo en Facebook del Trome se refiere a la práctica periodística que se lleva a cabo en la plataforma de redes sociales Facebook. En este contexto, los profesionales de los medios y otros usuarios comparten noticias, historias y contenido informativo a través de publicaciones, videos, imágenes y otros formatos (Moody y Church, 2019).	El periodismo en Facebook del Trome es medido a través de las dimensiones Beneficios, viabilidad e impacto, mediante la aplicación de un cuestionario	Beneficios	Frecuencia Veracidad de la información Relevancia social Imparcialidad	Ordinal
			Viabilidad	Viabilidad en las noticias Consumo Comodidad Contenido amarillista Divulgación	
			Impacto positivo	Transmisión de noticias Confiabilidad Alcance	
Percepción del Periodismo del diario Trome	El periodismo del diario Trome se refiere al tipo de periodismo practicado por el diario Trome. El periodismo de Trome tiende a destacar noticias relacionadas con el crimen, el entretenimiento y los temas de actualidad, a	El periodismo del diario Trome es medido a través de las dimensiones beneficios, viabilidad e impacto, mediante la aplicación de un cuestionario	Beneficios	Frecuencia Veracidad de la información Relevancia social Imparcialidad	Ordinal
			Viabilidad	Viabilidad en las noticias Consumo Comodidad Contenido amarillista Divulgación	

	menudo utilizando titulares llamativos y contenido visual atractivo, con el objetivo de atraer a una audiencia amplia y diversa, con énfasis en los sectores C y D de la sociedad peruana (Solís, 2021).		Impacto positivo	Transmisión de noticias Confiabilidad Alcance	
--	--	--	------------------	---	--

Anexo 3. – Modelos de los instrumentos

Instrumento para medir la variable Periodismo del Trome en Facebook

Estimado estudiante Universitario, por favor necesito respuestas a la siguiente encuesta con sinceridad. Recuerda que tus conocimientos son fundamentales para los resultados de mi tesis. En base a ello le indico que:

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N°	ÍTEMS	N	CN	AC	CS	S
DIMENSIÓN: BENEFICIOS						
1	¿Consumiste noticias de la página de Facebook del diario Trome en los últimos 30 días?					
2	¿Actualmente forma parte de alguna casa universitaria?					
3	¿Visita la página de Facebook del diario Trome con frecuencia para tener información veraz?					
4	¿Considera que la información compartida por la página de Facebook del diario Trome es verídica?					
5	Durante el día ¿utiliza la página de Facebook del diario Trome para buscar noticias de relevancia social?					
6	¿Suele compartir constantemente las noticias de la página de Facebook del diario Trome a sus contactos?					
7	¿Considera que la página de Facebook del diario Trome es una buena plataforma para encontrar información imparcial?					
DIMENSIÓN: VIABILIDAD						
8	¿Considera que es viable hallar noticias de interés dentro de la página de Facebook del diario Trome?					
9	¿Considera que puede consumir las noticias de la página de Facebook del diario Trome en cualquier momento?					
10	¿Considera que se siente cómodo (a) consumiendo las noticias publicadas en la página de Facebook del diario Trome?					
11	¿Considera que las noticias de la página de Facebook del diario Trome suelen ser amarillistas?					
12	¿Cree que la página de Facebook del diario Trome es un medio positivo para la divulgación de noticias?					
DIMENSIÓN: IMPACTO POSITIVO						
13	¿Considera que la página de Facebook del diario Trome tiene un impacto positivo en la transmisión de noticias?					
14	¿Considera que Facebook brinda información confiable a su audiencia?					
15	¿Considera que la página de Facebook del diario Trome es una buena plataforma para encontrar contenido de impacto social?					

16	¿Suele tomar en consideración las noticias publicadas de la página de Facebook del diario Trome?					
17	¿Cree que las noticias publicadas en la página de Facebook del diario Trome tienen un mayor alcance que la versión escrita?					

Instrumento para medir la variable Periodismo del diario Trome

Estimado estudiante Universitario, por favor necesito respuestas a la siguiente encuesta con sinceridad. Recuerda que tus conocimientos son fundamentales para los resultados de mi tesis. En base a ello le indico que:

N	CN	AC	CS	S
1	2	3	4	5

N°	ÍTEMS	N	CN	AC	CS	S
	DIMENSIÓN: BENEFICIOS					
1	¿Adquirió el diario Trome en los últimos 30 días?					
2	¿Utiliza el Diario Trome con frecuencia para tener información veraz?					
3	¿Considera que la información compartida en el Diario Trome es verídica?					
4	Durante el día ¿utiliza el Diario Trome para buscar noticias de relevancia social?					
5	¿Suele compartir constantemente las noticias publicadas en el Diario Trome a sus contactos?					
6	¿Considera que el Diario Trome es una buena plataforma para encontrar información imparcial?					
	DIMENSIÓN: VIABILIDAD					
7	¿Considera que es viable hallar noticias de interés dentro de la plataforma del Diario Trome?					
8	¿Considera que puede consumir las noticias del Diario Trome en cualquier momento?					
9	¿Considera que se siente cómodo (a) consumiendo las noticias publicadas en el Diario Trome?					
10	¿Considera que las noticias en el Diario Trome suelen ser amarillistas?					
11	¿Cree que el Diario Trome es una plataforma positiva para la divulgación de noticias para el público?					
	DIMENSIÓN: IMPACTO POSITIVO					
12	¿Considera que el Diario Trome tiene un impacto positivo en la transmisión de noticias?					
13	¿Considera que el Diario Trome brinda información confiable a su audiencia?					
14	¿Considera que el Diario Trome es una buena plataforma para encontrar contenido de impacto social?					
15	¿Cree que las noticias publicadas en el Diario Trome tienen un mayor alcance que en cualquier otra plataforma de difusión?					

16	¿Suele tomar en consideración las noticias publicadas en el Diario Trome?					
-----------	---	--	--	--	--	--

Anexo 4. - Bases de datos

Encuestados	Sexo	Variable 1: PERIODISMO EN FACEBOOK															Total Variable 1	Beneficios	Viabilidad	Impacto		
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15					F16	F17
Enc1	Masculino	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	2	2	3	2	28	11	7	10
Enc2	Masculino	2	2	1	4	1	1	5	5	5	4	1	4	5	4	5	4	5	58	16	19	23
Enc3	Femenino	2	2	2	4	1	2	5	5	4	5	2	4	4	5	4	4	5	60	18	20	22
Enc4	Masculino	1	1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	17	16	15
Enc5	Femenino	2	2	1	5	2	1	5	4	5	4	1	4	5	4	5	4	4	58	18	18	22
Enc6	Masculino	1	1	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	51	19	17	15
Enc7	Femenino	2	2	2	4	2	1	1	2	1	2	2	1	3	1	2	2	1	31	14	8	9
Enc8	Masculino	1	1	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	48	17	15	16
Enc9	Femenino	2	2	1	4	1	1	5	4	5	4	1	4	5	4	5	4	5	57	16	18	23
Enc10	Masculino	2	1	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	51	19	16	16
Enc11	Femenino	2	1	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	3	1	24	10	6	8
Enc12	Masculino	2	1	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	54	21	17	16
Enc13	Masculino	1	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	53	19	17	17
Enc14	Femenino	2	2	5	5	1	1	5	4	5	4	5	3	4	4	5	3	4	62	21	21	20
Enc15	Masculino	2	2	5	5	1	1	5	4	5	4	5	3	5	4	5	3	5	64	21	21	22
Enc16	Femenino	1	1	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	50	19	15	16
Enc17	Masculino	1	1	2	1	1	2	2	1	3	2	3	1	2	3	1	3	1	30	10	10	10
Enc18	Femenino	2	2	5	5	2	1	5	4	5	5	5	3	5	5	5	3	5	67	22	22	23
Enc19	Masculino	2	2	5	4	1	2	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	5	65	21	22	22
Enc20	Masculino	1	1	1	2	3	1	2	2	1	2	1	3	1	2	1	3	2	29	11	9	9
Enc21	Femenino	2	1	5	4	1	1	5	5	5	4	5	3	4	4	5	3	4	61	19	22	20
Enc22	Masculino	2	2	5	5	2	3	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	5	68	24	22	22
Enc23	Femenino	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	1	3	2	30	11	9	10
Enc24	Masculino	1	1	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	52	19	16	17
Enc25	Masculino	1	1	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	50	18	16	16
Enc26	Femenino	1	2	2	1	2	1	1	3	2	2	1	3	2	2	2	3	2	32	10	11	11
Enc27	Masculino	1	1	3	5	1	1	5	5	3	5	5	3	5	5	3	3	5	59	17	21	21
Enc28	Femenino	1	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	43	17	14	12
Enc29	Masculino	2	1	3	5	1	2	5	5	3	4	5	3	5	4	3	3	4	58	19	20	19
Enc30	Femenino	1	2	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	54	20	16	18
Enc31	Masculino	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	1	2	3	2	34	13	10	11
Enc32	Femenino	2	1	5	5	1	1	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	64	20	21	23
Enc33	Femenino	1	2	3	3	2	3	2	4	3	2	3	3	3	2	3	3	1	43	16	15	12
Enc34	Masculino	2	2	5	5	2	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	68	22	23	23
Enc35	Femenino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	65	20	23	22
Enc36	Masculino	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	39	14	12	13
Enc37	Femenino	1	1	2	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	2	2	3	3	44	17	14	13
Enc38	Masculino	2	1	3	2	3	2	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	47	16	15	16
Enc39	Femenino	2	1	4	4	1	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	54	17	18	19
Enc40	Masculino	1	1	4	3	3	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	56	21	17	18

Encuestados	Sexo	Variable 1: PERIODISMO EN FACEBOOK																Total Variable 1	Beneficios	Viabilidad	Impacto	
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16					F17
Enc41	Masculino	1	2	4	4	4	5	5	3	5	3	5	3	5	5	4	5	5	68	25	19	24
Enc42	Masculino	2	1	3	5	1	1	5	5	3	5	5	3	5	5	3	3	5	60	18	21	21
Enc43	Masculino	1	2	3	1	2	3	3	1	3	3	1	3	1	3	3	3	2	38	15	11	12
Enc44	Femenino	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	3	1	1	1	3	1	24	8	9	7
Enc45	Femenino	1	2	2	1	4	1	2	1	2	3	1	3	1	3	2	3	1	33	13	10	10
Enc46	Femenino	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	50	18	16	16
Enc47	Masculino	1	1	3	4	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	48	17	15	16
Enc48	Femenino	2	1	3	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	44	16	15	13
Enc49	Femenino	2	1	4	3	1	3	2	1	4	3	4	3	2	3	4	3	3	46	16	15	15
Enc50	Masculino	2	2	2	3	4	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	3	4	47	21	13	13
Enc51	Masculino	2	2	4	3	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	56	20	18	18
Enc52	Masculino	2	1	2	4	1	2	4	4	2	3	2	3	4	3	2	3	4	46	16	14	16
Enc53	Femenino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	65	20	23	22
Enc54	Masculino	2	2	4	5	2	1	5	5	4	5	4	3	5	5	4	3	5	64	21	21	22
Enc55	Masculino	2	2	5	5	2	1	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	5	67	22	23	22
Enc56	Femenino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	66	20	23	23
Enc57	Masculino	2	1	1	4	3	2	3	4	1	3	1	3	3	3	1	3	2	40	16	12	12
Enc58	Femenino	2	1	5	5	1	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	66	21	23	22
Enc59	Masculino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	66	20	23	23
Enc60	Femenino	2	2	5	3	2	1	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	4	64	20	23	21
Enc61	Femenino	2	1	5	5	1	2	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	4	64	21	22	21
Enc62	Masculino	1	2	5	5	2	1	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	63	19	21	23
Enc63	Femenino	1	2	5	5	2	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	67	21	23	23
Enc64	Masculino	2	2	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53	23	15	15
Enc65	Femenino	1	2	4	2	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	49	16	17	16
Enc66	Masculino	2	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	54	22	16	16
Enc67	Femenino	1	1	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	53	17	19	17
Enc68	Masculino	1	1	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	2	5	3	5	68	26	22	20
Enc69	Femenino	2	2	5	5	2	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	68	22	23	23
Enc70	Masculino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	1	3	5	5	5	3	5	62	20	19	23
Enc71	Femenino	2	2	4	5	2	2	5	4	4	4	2	3	5	4	4	3	5	60	22	17	21
Enc72	Femenino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	1	3	5	5	5	3	5	62	20	19	23
Enc73	Femenino	2	1	4	5	1	2	5	5	4	5	2	3	5	5	4	3	5	61	20	19	22
Enc74	Masculino	1	1	5	5	1	1	5	5	5	5	1	3	5	5	5	3	4	60	19	19	22
Enc75	Femenino	1	2	5	5	2	1	4	5	5	5	1	3	5	5	5	3	5	62	20	19	23
Enc76	Femenino	1	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	5	67	23	23	21
Enc77	Femenino	2	2	5	5	2	1	3	5	5	4	1	3	5	4	5	3	5	60	20	18	22
Enc78	Masculino	2	2	5	5	2	1	5	5	5	5	1	3	5	5	5	3	5	64	22	19	23
Enc79	Femenino	2	1	5	4	1	1	5	5	5	5	1	3	5	5	5	3	4	60	19	19	22
Enc80	Masculino	2	1	5	5	1	2	5	5	5	5	2	3	5	5	5	3	5	64	21	20	23

Encuestados	Sexo	Variable 1: PERIODISMO EN FACEBOOK																Total Variable 1	Beneficios	Viabilidad	Impacto	
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16					F17
Enc81	Femenino	2	2	2	4	2	4	1	1	2	3	4	3	3	2	3	2	43	17	13	13	
Enc82	Femenino	2	1	3	3	3	4	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	47	18	15	14	
Enc83	Femenino	2	1	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	52	18	16	18	
Enc84	Masculino	2	2	5	5	2	1	5	5	5	5	1	3	5	5	5	3	64	22	19	23	
Enc85	Femenino	2	1	4	5	3	1	5	5	4	5	1	3	5	5	4	3	61	21	18	22	
Enc86	Masculino	2	1	5	5	3	2	5	5	5	5	2	3	4	5	5	3	65	23	20	22	
Enc87	Femenino	2	2	5	5	2	1	5	5	5	5	1	3	5	5	5	3	64	22	19	23	
Enc88	Femenino	2	1	4	5	1	2	5	5	4	5	2	3	5	5	4	3	61	20	19	22	
Enc89	Masculino	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	47	17	16	14	
Enc90	Femenino	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	45	17	13	15	
Enc91	Femenino	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	49	18	14	17	
Enc92	Masculino	1	1	2	1	1	2	3	1	2	2	5	3	2	2	2	3	1	34	11	13	10
Enc93	Femenino	2	2	4	5	2	1	5	5	4	5	4	3	5	5	4	3	64	21	21	22	
Enc94	Masculino	2	1	5	4	1	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	65	20	23	22	
Enc95	Femenino	2	1	3	3	1	1	5	4	3	5	3	3	5	5	3	3	55	16	18	21	
Enc96	Femenino	2	2	3	5	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	53	23	14	16	
Enc97	Masculino	2	2	1	2	2	3	3	2	1	1	4	3	1	1	1	3	34	15	11	8	
Enc98	Femenino	1	1	4	3	3	3	4	4	4	3	5	3	3	3	4	3	54	19	19	16	
Enc99	Masculino	2	1	4	3	1	1	5	5	4	5	5	3	5	5	4	3	60	17	22	21	
Enc100	Femenino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	64	20	21	23	
Enc101	Masculino	1	1	4	3	1	1	5	2	4	3	3	3	4	3	4	3	49	16	15	18	
Enc102	Femenino	1	1	3	3	3	3	4	3	3	4	1	3	3	4	3	3	49	18	14	17	
Enc103	Masculino	2	2	4	1	2	1	3	1	4	1	2	3	1	1	4	3	37	15	11	11	
Enc104	Masculino	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	4	3	3	2	2	3	40	16	12	12	
Enc105	Masculino	1	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	53	21	16	16	
Enc106	Femenino	1	2	3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	46	19	13	14	
Enc107	Masculino	2	2	1	1	2	2	3	1	1	2	5	3	2	2	1	3	36	13	12	11	
Enc108	Femenino	2	1	5	5	1	2	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	66	21	23	22	
Enc109	Masculino	1	1	4	5	1	1	5	5	4	4	3	3	5	4	4	3	58	18	19	21	
Enc110	Femenino	1	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	49	19	14	16	
Enc111	Femenino	1	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	15	15	15	
Enc112	Masculino	1	1	2	2	3	4	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	41	15	13	13	
Enc113	Femenino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	63	20	21	22	
Enc114	Masculino	2	2	5	3	2	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	67	21	23	23	
Enc115	Femenino	2	1	5	5	1	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	68	22	23	23	
Enc116	Masculino	2	1	4	3	3	4	3	3	4	3	5	3	2	3	4	3	54	20	18	16	
Enc117	Femenino	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	3	3	2	2	2	3	33	11	11	11	
Enc118	Masculino	2	2	4	5	2	1	5	5	4	5	2	3	5	5	4	3	62	21	19	22	
Enc119	Masculino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	65	20	23	22	
Enc120	Femenino	2	2	5	3	2	1	3	4	5	5	5	3	5	5	5	3	62	18	22	22	

Encuestados	Sexo	Variable 1: PERIODISMO EN FACEBOOK																Total Variable 1	Beneficios	Viabilidad	Impacto	
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16					F17
Enc121	Masculino	2	1	5	5	1	2	4	5	5	5	5	3	3	5	5	3	4	63	20	23	20
Enc122	Femenino	1	1	3	4	3	2	2	3	3	4	5	3	3	4	3	3	4	51	16	18	17
Enc123	Masculino	2	2	5	5	2	1	4	5	5	5	4	3	4	5	5	3	4	64	21	22	21
Enc124	Femenino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	66	20	23	23
Enc125	Masculino	1	2	5	4	5	4	4	3	5	3	5	3	3	4	3	5	3	60	25	19	16
Enc126	Femenino	2	1	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	52	20	16	16
Enc127	Femenino	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	2	1	2	3	3	35	13	11	11
Enc128	Masculino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	1	3	5	5	5	3	5	62	20	19	23
Enc129	Femenino	2	2	3	4	4	2	3	2	3	4	5	3	3	4	3	3	2	52	20	17	15
Enc130	Masculino	1	1	1	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	1	3	3	42	15	14	13
Enc131	Masculino	1	1	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	44	16	14	14
Enc132	Femenino	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	35	10	12	13
Enc133	Femenino	2	1	5	5	1	1	5	3	5	5	2	3	5	5	5	3	5	61	20	18	23
Enc134	Masculino	1	1	3	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	50	18	17	15
Enc135	Masculino	2	1	5	3	1	2	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	63	19	21	23
Enc136	Masculino	1	1	3	2	1	2	2	3	3	2	5	3	2	2	3	3	1	39	12	16	11
Enc137	Femenino	1	1	1	1	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	1	3	2	36	13	11	12
Enc138	Femenino	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	1	33	10	12	11
Enc139	Masculino	1	1	3	1	1	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	38	12	13	13
Enc140	Femenino	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	3	3	36	14	11	11
Enc141	Femenino	1	1	4	2	3	3	2	3	4	4	2	3	5	4	4	3	3	51	16	16	19
Enc142	Masculino	2	1	1	2	3	2	4	1	1	1	4	3	1	1	1	3	1	32	15	10	7
Enc143	Masculino	1	1	3	3	3	2	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	41	14	13	14
Enc144	Femenino	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	45	17	14	14
Enc145	Femenino	1	1	3	2	3	1	2	3	3	1	3	3	2	1	3	3	1	36	13	13	10
Enc146	Masculino	2	1	5	5	1	2	5	5	5	5	1	3	5	5	5	3	5	63	21	19	23
Enc147	Femenino	2	1	4	5	1	2	5	4	4	5	4	3	5	5	4	3	5	62	20	20	22
Enc148	Masculino	2	2	5	3	2	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	66	20	23	23
Enc149	Femenino	1	2	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	47	18	15	14
Enc150	Femenino	2	2	4	1	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	54	19	17	18
Enc151	Femenino	2	2	2	1	2	3	1	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	37	13	12	12
Enc152	Femenino	2	2	2	2	2	4	2	1	2	1	2	3	1	1	2	3	3	35	16	9	10
Enc153	Femenino	2	1	4	5	1	2	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	59	20	19	20
Enc154	Masculino	2	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	56	22	17	17
Enc155	Femenino	2	2	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	59	21	19	19
Enc156	Femenino	2	1	4	5	1	2	5	5	4	3	4	3	5	3	4	3	4	58	20	19	19
Enc157	Masculino	2	2	1	2	2	1	1	4	1	2	1	3	1	2	1	3	2	31	11	11	9
Enc158	Femenino	2	2	3	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	55	23	16	16
Enc159	Masculino	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	3	1	2	2	5	2	34	12	10	12
Enc160	Femenino	1	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	3	2	1	2	3	1	30	10	11	9

Encuestados	Sexo	Variable 1: PERIODISMO EN FACEBOOK																	Total Variable 1	Beneficios	Viabilidad	Impacto
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16	F17				
Enc161	Femenino	1	1	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	4	3	5	3	49	16	15	18
Enc162	Femenino	1	1	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	54	20	18	16
Enc163	Masculino	1	1	1	2	3	2	1	1	1	2	1	3	2	2	1	4	1	29	11	8	10
Enc164	Masculino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	65	20	23	22
Enc165	Femenino	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	18	15	15
Enc166	Femenino	2	1	1	2	3	1	1	2	1	2	1	3	2	2	1	3	1	29	11	9	9
Enc167	Masculino	1	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	46	17	13	16
Enc168	Femenino	1	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	50	18	15	17
Enc169	Masculino	2	2	5	5	2	1	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	5	66	22	22	22
Enc170	Femenino	1	1	2	3	3	3	4	3	2	2	2	3	3	2	2	3	4	43	17	12	14
Enc171	Masculino	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	2	1	3	2	28	9	9	10
Enc172	Femenino	2	2	5	5	2	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	68	22	23	23
Enc173	Femenino	2	1	4	4	1	1	5	3	4	4	4	3	5	4	4	3	5	57	18	18	21
Enc174	Femenino	2	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	2	50	19	15	16
Enc175	Masculino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	64	20	21	23
Enc176	Masculino	2	1	5	5	1	2	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	3	63	21	21	21
Enc177	Femenino	1	2	4	4	4	5	3	3	4	5	4	3	5	5	4	5	4	65	23	19	23
Enc178	Masculino	1	1	1	2	3	2	3	3	1	2	3	3	3	2	1	3	2	36	13	12	11
Enc179	Femenino	1	2	3	3	4	2	3	2	3	4	3	3	5	4	3	3	1	49	18	15	16
Enc180	Femenino	2	2	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51	21	15	15
Enc181	Femenino	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	4	3	2	2	2	3	2	37	12	14	11
Enc182	Masculino	2	1	2	1	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	37	13	12	12
Enc183	Femenino	2	1	5	3	1	1	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	4	61	18	21	22
Enc184	Masculino	1	2	3	3	5	3	3	2	3	3	5	3	3	3	3	4	52	20	16	16	
Enc185	Femenino	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	3	3	2	1	1	3	3	30	11	9	10
Enc186	Masculino	1	1	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	45	17	14	14	
Enc187	Masculino	1	1	3	5	1	2	5	5	3	3	3	3	5	3	3	4	5	55	18	17	20
Enc188	Femenino	1	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	51	20	15	16
Enc189	Masculino	2	2	2	2	2	1	1	3	2	2	3	3	1	2	2	3	2	35	12	13	10
Enc190	Femenino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	64	20	21	23
Enc191	Masculino	2	1	5	5	1	1	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	4	63	20	21	22
Enc192	Femenino	1	1	3	4	3	4	4	4	3	5	5	3	4	5	3	4	3	59	20	20	19
Enc193	Femenino	2	1	2	3	1	1	2	3	2	1	3	3	2	1	2	3	2	34	12	12	10
Enc194	Masculino	2	1	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	1	2	2	3	2	38	16	12	10
Enc195	Femenino	2	1	4	5	1	1	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	5	55	18	17	20
Enc196	Masculino	2	1	1	4	1	1	2	2	1	1	3	3	1	1	1	4	2	31	12	10	9
Enc197	Femenino	1	1	1	2	3	2	2	1	1	1	5	3	4	1	1	3	1	33	12	11	10
Enc198	Masculino	1	2	4	5	2	2	5	4	4	4	4	3	1	4	4	3	3	55	21	19	15
Enc199	Femenino	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	3	2	2	1	3	3	30	8	11	11
Enc200	Masculino	2	1	2	2	3	2	1	3	2	2	4	3	2	2	2	3	2	38	13	14	11
Enc201	Femenino	2	2	5	4	1	1	5	4	5	5	3	3	5	5	5	4	4	63	20	20	23
Enc202	Masculino	1	2	1	3	1	2	1	1	1	3	4	3	1	3	1	3	4	35	11	12	12
Enc203	Femenino	2	1	2	1	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	40	15	12	13

Encuestados	Sexo	Variable 2: PERIODISMO ENTROME															Total Variable 2
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
Enc1	Masculino	2	2	2	1	1	1	1	1	2	3	2	5	4	3	5	35
Enc2	Masculino	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	19
Enc3	Femenino	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	23	
Enc4	Masculino	1	3	2	3	2	2	1	2	3	3	3	2	3	3	35	
Enc5	Femenino	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	21	
Enc6	Masculino	1	2	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3	38	
Enc7	Femenino	1	1	1	1	2	1	1	1	2	4	2	2	4	4	29	
Enc8	Masculino	2	3	5	3	5	2	5	3	3	5	3	4	5	3	56	
Enc9	Femenino	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
Enc10	Masculino	2	3	3	5	4	5	5	3	5	3	5	2	5	3	55	
Enc11	Femenino	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	26	
Enc12	Masculino	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	37	
Enc13	Masculino	2	2	3	5	3	5	4	5	4	3	5	4	5	3	58	
Enc14	Femenino	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	19	
Enc15	Masculino	1	2	1	2	2	1	1	3	2	2	1	1	1	2	23	
Enc16	Femenino	1	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	38	
Enc17	Masculino	2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	3	3	2	2	30	
Enc18	Femenino	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	3	2	23	
Enc19	Masculino	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	18	
Enc20	Masculino	2	4	3	2	3	3	1	4	2	2	4	1	2	2	36	
Enc21	Femenino	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	19	
Enc22	Masculino	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	21	
Enc23	Femenino	2	4	4	4	3	4	5	4	1	2	5	5	5	4	57	
Enc24	Masculino	2	2	4	5	5	5	3	4	5	5	3	4	4	5	59	
Enc25	Masculino	1	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	40	
Enc26	Femenino	1	2	2	2	4	4	1	2	1	2	2	2	3	2	32	
Enc27	Masculino	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	
Enc28	Femenino	1	1	3	1	1	1	1	2	3	3	2	2	2	3	28	
Enc29	Masculino	2	1	4	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	23	
Enc30	Femenino	1	3	4	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	35	
Enc31	Masculino	1	4	1	4	2	4	2	1	2	1	1	1	2	1	28	
Enc32	Femenino	2	1	5	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	
Enc33	Femenino	1	2	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	4	3	33	
Enc34	Masculino	1	2	5	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	23	
Enc35	Femenino	2	1	5	1	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	24	
Enc36	Masculino	1	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	39	
Enc37	Femenino	2	3	2	1	4	3	1	4	2	2	3	3	1	2	36	
Enc38	Masculino	1	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	44	
Enc39	Femenino	1	3	3	3	2	3	2	1	3	3	1	3	4	3	38	
Enc40	Masculino	1	2	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	39	
Enc41	Masculino	2	2	3	2	4	3	1	2	3	3	4	3	2	3	40	
Enc42	Masculino	1	3	5	3	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	27	
Enc43	Masculino	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	4	2	2	29	
Enc44	Femenino	1	2	1	1	2	1	1	3	2	1	1	1	1	1	20	
Enc45	Femenino	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	4	4	2	1	4	29
Enc46	Femenino	2	3	3	2	4	3	1	4	2	3	2	3	3	3	41	
Enc47	Masculino	1	2	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	2	3	37	
Enc48	Femenino	1	3	4	3	1	3	1	2	2	2	3	2	1	2	32	
Enc49	Femenino	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	1	2	4	2	37	
Enc50	Masculino	2	3	4	5	6	4	5	5	3	5	5	3	5	4	63	

Encuestados	Sexo	Variable 2: PERIODISMO EN TROME															Total Variable 2
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
Enc51	Masculino	2	2	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	56
Enc52	Masculino	2	3	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	64
Enc53	Femenino	2	1	5	4	5	5	1	5	4	5	5	5	4	4	4	59
Enc54	Masculino	2	1	4	3	3	3	4	5	5	5	2	4	5	5	4	55
Enc55	Masculino	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	20
Enc56	Femenino	2	1	5	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	21
Enc57	Masculino	1	1	2	3	1	1	1	3	3	2	3	2	3	2	2	30
Enc58	Femenino	1	2	5	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
Enc59	Masculino	1	2	5	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	24
Enc60	Femenino	1	2	5	1	1	3	1	3	1	1	2	2	1	1	2	27
Enc61	Femenino	1	1	5	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	21
Enc62	Masculino	2	1	3	1	1	1	2	2	2	3	2	1	1	3	1	26
Enc63	Femenino	1	1	5	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	21
Enc64	Masculino	1	3	2	1	3	3	1	2	2	2	5	2	4	2	2	35
Enc65	Femenino	1	2	4	3	2	3	1	4	2	2	2	2	3	2	2	35
Enc66	Masculino	1	2	3	2	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	3	36
Enc67	Femenino	1	3	3	3	3	3	1	4	2	3	3	2	3	3	2	39
Enc68	Masculino	1	3	4	2	3	2	2	4	2	2	3	2	2	2	2	36
Enc69	Femenino	2	1	5	1	1	1	1	1	5	5	2	5	5	5	5	45
Enc70	Masculino	1	1	5	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	21
Enc71	Femenino	1	2	5	1	2	1	1	1	3	1	2	3	1	1	3	28
Enc72	Femenino	1	1	5	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	20
Enc73	Femenino	1	1	5	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	22
Enc74	Masculino	1	2	5	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
Enc75	Femenino	1	1	5	1	2	3	2	2	1	1	2	1	3	1	1	27
Enc76	Femenino	2	2	5	3	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	27
Enc77	Femenino	2	1	5	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	23
Enc78	Masculino	1	1	5	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	23
Enc79	Femenino	2	1	5	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	23
Enc80	Masculino	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
Enc81	Femenino	1	4	1	3	2	2	1	3	3	1	2	3	2	1	3	32
Enc82	Femenino	1	3	1	1	4	3	1	4	4	1	3	2	4	1	2	35
Enc83	Femenino	1	3	2	3	3	3	1	3	4	2	3	2	3	2	2	37
Enc84	Masculino	1	1	5	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	21
Enc85	Femenino	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	21
Enc86	Masculino	1	1	4	3	1	1	1	1	2	2	3	1	1	2	1	25
Enc87	Femenino	1	1	5	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	22
Enc88	Femenino	1	1	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	3	5	5	58
Enc89	Masculino	2	3	4	2	2	3	1	2	4	4	3	4	2	4	4	44
Enc90	Femenino	1	3	4	3	3	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	35
Enc91	Femenino	1	3	2	3	3	3	1	5	3	2	2	2	1	2	2	35
Enc92	Masculino	2	3	2	4	3	4	1	2	2	2	1	1	1	2	1	31
Enc93	Femenino	1	3	5	3	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	27
Enc94	Masculino	1	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	20
Enc95	Femenino	1	1	5	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	21
Enc96	Femenino	2	3	5	4	5	5	5	5	4	3	5	3	4	3	5	61
Enc97	Masculino	1	4	2	4	4	4	2	1	1	2	2	3	1	2	3	36
Enc98	Femenino	2	1	4	5	3	5	1	2	5	4	5	4	5	4	5	55
Enc99	Masculino	1	1	5	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	21
Enc100	Femenino	2	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	24

Encuestados	Sexo	Variable 2: PERIODISMO EN TROME															Total Variable 2
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
Enc101	Masculino	1	2	3	2	2	1	2	1	3	3	1	3	1	3	3	31
Enc102	Femenino	2	3	3	5	5	2	5	4	5	5	3	5	5	3	4	59
Enc103	Masculino	1	4	1	5	4	3	1	2	2	1	2	2	1	1	2	32
Enc104	Masculino	1	3	2	3	4	3	2	5	2	2	2	2	2	2	2	37
Enc105	Masculino	1	2	4	4	3	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2	38
Enc106	Femenino	1	2	3	2	2	2	1	3	3	3	2	2	2	3	2	33
Enc107	Masculino	1	3	1	4	4	4	2	2	2	1	2	2	1	1	2	32
Enc108	Femenino	1	2	5	1	3	1	1	1	2	1	1	3	1	1	3	27
Enc109	Masculino	1	1	5	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	21
Enc110	Femenino	1	4	3	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	44
Enc111	Femenino	1	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	34
Enc112	Masculino	2	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	2	3	3	42
Enc113	Femenino	1	1	5	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	23
Enc114	Masculino	1	1	3	1	1	1	1	1	5	3	2	5	5	3	5	38
Enc115	Femenino	1	1	5	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	20
Enc116	Masculino	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	36
Enc117	Femenino	2	4	1	4	4	4	2	1	3	1	1	2	1	1	2	33
Enc118	Masculino	1	2	5	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	22
Enc119	Masculino	1	3	5	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	23
Enc120	Femenino	1	1	5	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	21
Enc121	Masculino	2	2	5	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
Enc122	Femenino	1	3	5	3	2	3	2	5	2	1	3	3	2	1	3	39
Enc123	Masculino	1	1	3	2	1	1	1	1	1	3	2	1	1	3	1	23
Enc124	Femenino	1	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
Enc125	Masculino	2	2	3	3	3	2	2	4	2	3	1	3	2	3	3	38
Enc126	Femenino	2	2	4	3	2	3	2	5	1	2	3	2	2	2	2	37
Enc127	Femenino	1	4	1	4	4	4	2	2	2	1	2	1	2	1	1	32
Enc128	Masculino	1	1	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	62
Enc129	Femenino	2	3	3	1	2	2	1	4	3	3	4	3	4	3	3	41
Enc130	Masculino	1	3	3	4	4	5	5	5	3	3	3	5	4	5	5	58
Enc131	Masculino	1	3	1	3	4	3	1	1	3	1	3	3	3	1	3	34
Enc132	Femenino	1	4	1	4	4	4	2	1	2	1	1	1	2	1	1	30
Enc133	Femenino	2	3	5	3	3	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	29
Enc134	Masculino	1	4	4	3	3	2	1	3	3	2	3	2	2	2	2	37
Enc135	Masculino	1	2	4	1	3	1	1	1	3	2	1	1	1	2	1	25
Enc136	Masculino	2	3	1	4	4	4	2	2	1	1	1	2	2	1	2	32
Enc137	Femenino	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	3	2	2	2	2	26
Enc138	Femenino	1	1	4	3	3	1	1	2	3	4	1	2	5	4	2	37
Enc139	Masculino	1	3	3	3	3	1	1	2	3	3	1	2	1	3	2	32
Enc140	Femenino	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	18
Enc141	Femenino	1	3	3	1	4	4	1	3	3	3	3	2	2	3	2	38
Enc142	Masculino	1	4	1	4	4	4	1	1	1	1	3	1	3	1	1	31
Enc143	Masculino	2	4	4	3	4	3	1	3	3	2	3	2	2	2	2	40
Enc144	Femenino	1	3	3	3	3	3	1	2	3	3	2	2	2	3	2	36
Enc145	Femenino	2	4	3	4	4	4	2	2	2	3	3	1	1	3	1	39
Enc146	Masculino	2	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
Enc147	Femenino	1	1	5	5	2	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	59
Enc148	Masculino	2	1	5	2	4	5	4	4	5	5	2	5	3	3	5	55
Enc149	Femenino	1	2	3	1	2	3	1	3	3	3	2	2	3	3	2	34
Enc150	Femenino	1	2	4	2	3	3	3	3	3	2	3	1	3	2	3	38

Encuestados	Sexo	Variable 2: PERIODISMO ENTROME															Total Variable 2
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
Enc151	Femenino	1	4	1	4	2	4	1	1	2	4	2	2	1	4	2	35
Enc152	Femenino	1	4	2	4	4	4	2	1	2	1	2	1	1	1	1	31
Enc153	Femenino	1	1	5	4	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	62	
Enc154	Masculino	2	3	4	2	3	2	1	3	3	2	2	1	3	2	1	34
Enc155	Femenino	1	2	4	2	3	3	1	4	2	2	2	2	2	2	2	34
Enc156	Femenino	1	1	5	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	23
Enc157	Masculino	2	3	2	4	2	4	3	2	3	2	3	1	3	2	3	39
Enc158	Femenino	1	3	4	3	4	3	1	2	3	3	4	2	1	3	2	39
Enc159	Masculino	1	4	2	3	4	4	2	2	2	2	1	3	2	2	3	37
Enc160	Femenino	2	4	2	4	4	4	2	3	1	2	2	4	1	2	4	41
Enc161	Femenino	1	3	3	3	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	36
Enc162	Femenino	2	2	4	2	3	4	4	4	5	5	4	5	5	3	3	55
Enc163	Masculino	1	4	2	3	3	4	3	3	3	1	2	3	3	1	2	38
Enc164	Masculino	1	1	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	5	5	61
Enc165	Femenino	1	2	3	1	4	4	2	2	4	2	3	3	3	2	3	39
Enc166	Femenino	2	4	2	3	4	4	2	1	2	2	1	1	2	2	1	33
Enc167	Masculino	2	3	3	3	3	3	1	3	4	2	3	3	3	2	3	41
Enc168	Femenino	1	4	4	5	5	5	5	3	5	4	3	5	4	4	5	62
Enc169	Masculino	1	2	5	2	2	3	1	2	2	1	1	1	2	1	1	27
Enc170	Femenino	1	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	3	34
Enc171	Masculino	1	4	1	4	4	4	2	1	2	2	1	1	2	2	1	32
Enc172	Femenino	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
Enc173	Femenino	2	4	4	2	4	3	1	1	3	2	1	2	1	2	2	34
Enc174	Femenino	1	2	4	4	3	3	1	4	3	4	3	3	3	4	3	45
Enc175	Masculino	1	3	5	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	25
Enc176	Masculino	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
Enc177	Femenino	2	3	4	3	2	2	1	4	2	2	3	2	2	2	2	36
Enc178	Masculino	1	4	2	4	5	4	2	2	2	2	3	2	1	2	2	38
Enc179	Femenino	1	3	3	3	2	4	1	3	3	1	3	3	3	1	3	37
Enc180	Femenino	2	3	4	3	3	3	1	4	4	2	2	2	2	2	2	39
Enc181	Femenino	1	4	2	2	3	2	2	3	2	3	3	1	2	3	3	36
Enc182	Masculino	1	3	1	2	4	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	32
Enc183	Femenino	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	21
Enc184	Masculino	2	3	3	4	3	3	1	3	3	1	3	2	2	1	2	36
Enc185	Femenino	1	4	1	3	4	4	2	3	1	1	2	1	1	1	1	30
Enc186	Masculino	1	2	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	1	3	3	37
Enc187	Masculino	1	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
Enc188	Femenino	1	2	4	3	3	4	1	2	2	2	3	2	2	2	2	35
Enc189	Masculino	1	5	2	4	5	4	2	3	2	2	1	1	2	2	1	37
Enc190	Femenino	2	5	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	66
Enc191	Masculino	2	4	5	4	4	1	4	1	5	4	4	5	4	5	5	57
Enc192	Femenino	2	2	4	2	5	2	5	4	5	5	4	4	5	5	4	58
Enc193	Femenino	2	4	3	4	2	3	1	2	1	1	2	3	2	1	3	34
Enc194	Masculino	1	3	3	4	4	4	2	2	2	2	3	2	1	2	2	37
Enc195	Femenino	2	3	5	4	4	4	2	1	1	2	2	2	1	2	2	37
Enc196	Masculino	1	3	4	4	4	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	34
Enc197	Femenino	1	4	2	4	4	5	2	1	2	1	2	2	1	1	2	34
Enc198	Masculino	1	4	5	5	4	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	35
Enc199	Femenino	1	3	1	4	3	4	2	2	1	1	1	1	1	1	1	27
Enc200	Masculino	2	4	2	2	4	4	1	2	3	2	1	2	4	2	2	37
Enc201	Femenino	1	4	5	4	4	4	2	1	2	2	1	3	2	2	3	40
Enc202	Masculino	2	4	1	4	4	3	2	1	1	1	2	1	2	1	1	30
Enc203	Femenino	1	2	2	3	3	4	1	2	4	1	1	2	2	1	2	31

Anexo 5. - Formulario de Google



Sección 1 de 2

Encuesta para medir el "NIVEL DE PERCEPCIÓN DEL PERIODISMO DEL TROME EN FACEBOOK FRENTE AL PERIODISMO DEL DIARIO TROME EN JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LOS OLIVOS - LIMA,2023"

El siguiente formulario tiene por finalidad recabar información acerca de la perspectiva que tienen los usuarios en cuanto al periodismo en facebook y el periodismo en Trome a fin de recabar los datos necesarios para responder a las preguntas de investigación:

https://docs.google.com/forms/d/1C0VSsSko6tW-nEF6Bz9ht3Shz-La5AcV5vhPLmtF_SU

Anexo 6. – Juicio de expertos

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento

“NIVEL DE PERCEPCIÓN DEL PERIODISMO DEL TROME EN FACEBOOK FRENTE AL PERIODISMO DEL DIARIO TROME EN JOVENES UNIVERSITARIOS DE LOS OLIVOS - LIMA, 2023”.

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Richad Brian Muñoz Castillo
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Area de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (X) Organizacional ()
Areas de experiencia profesional:	
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala:

La escala utilizada para el presente trabajo de recolección de datos es nominal por la cual hay variación en las respuestas.

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir la percepción del Trome en Facebook y la percepción el Diario Trome
Autor:	Huillcayure Velasque Alvaro(2023).
Procedencia:	Lima-Perú
Administración:	Individual
Tiempo de aplicación:	20 minutos

	Para encontrar contenido de impacto social? ¿Suele tomar en consideración las noticias publicadas en el Diario Trome?	4	4	4	
Alcance	¿ Cree que las noticias publicadas en el Diario Trome tienen un mayor alcance al de su página de Facebook ?	4	4	4	

Nombre del juez: Richard Brian Muñoz

DNI: 44008276

Celular: 920090889

Firma:



EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento

“NIVEL DE PERCEPCIÓN DEL PERIODISMO DEL TROME EN FACEBOOK FRENTE AL PERIODISMO DEL DIARIO TROME EN JOVENES UNIVERSITARIOS DE LOS OLIVOS - LIMA, 2023”.

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Troy Requena Portella
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Area de formación académica:	Clinica () Social () Educativa (X) Organizacional ()
Areas de experiencia profesional:	GRADO ACADEMICO DE MAESTRIA - PERIODISMO Y CIENCIAS DE LA COMUNICACION, CON ESPECIALIDAD EN PERIODISMO DOCENTE UNIVERSITARIO
Institución donde labora:	Universidad privada del Norte
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala:

La escala utilizada para el presente trabajo de recolección de datos es nominal por la cual hay variación en las respuestas.

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir la percepción del Trome en Facebook y la percepción del Diario Trome
Autor:	Huillcayaure Velasque Alvaro (2023).
Procedencia:	Lima-Perú
Administración:	Individual y colectiva



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

	plataforma para encontrar contenido de impacto social? ¿Suele tomar en consideración las noticias publicadas en el Diario Trome?				
Alcance	¿Cree que las noticias publicadas en el Diario Trome tienen un mayor alcance que al de su página en Facebook ?	4	4	4	

Nombre del juez: Requena Portella, Troy

DNI: 000873139

Celular: 946330155

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento

- ▲ "NIVEL DE PERCEPCIÓN DEL PERIODISMO DEL TROME EN FACEBOOK FRENTE AL PERIODISMO DEL DIARIO TROME EN JOVENES UNIVERSITARIOS DE LOS OLIVOS - LIMA, 2023".

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	José Pérez Terrones
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Area de formación académica:	Clinica () Social () Educativa (X) Organizacional ()
Areas de experiencia profesional:	Periodismo
Institución donde labora:	UCV
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

- ### 3. Datos de la escala:
- La escala utilizada para el presente trabajo de recolección de datos es nominal por la cual hay variación en las respuestas.

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir la percepción del Trome en Facebook y la percepción del Diario Trome
Autor:	Huillcayaure Velasque Alvaro(2023).
Procedencia:	Lima-Perú
Administración:	Individual
Tiempo de	

	Para encontrar contenido de impacto social? ¿Suele tomar en consideración las noticias publicadas en el Diario Trome?	4	4	4	
Alcance	¿ Cree que las noticias publicadas en el Diario Trome tienen un mayor alcance al de su página de Facebook ?	4	4	4	

Nombre del juez: José Pérez Terrones

DNI: 43257963

Celular: 943565587

Firma:





Trome

1 d · 🌐



🌐 TERMINÓ EN BUENOS TÉRMINOS, PERO AHORA LO REPUDIA 😞

La exchica reality Fabianne Hayashida apareció en sus redes sociales para revelar que se ha "derrumbado" porque se enteró lo impensado de su aún esposo Mario Rangel.



TROME.COM

Fabianne Hayashida explota y hunde a su esposo con revelación: "Menos mal me casé por civil, solo es una firma"



Trome

1 d · 🌐



🙄 ACLARA QUE ES CIUDADANO AMERICANO 🙄

Jesús Barco y Melissa Klug dieron a conocer el nacimiento de su pequeña hija en los Estados Unidos, por lo que los usuarios les han consultado si la menor vivirá en el país norteamericano.



TROME.COM

Jesús Barco aclara que su hija solo nació en EE.UU y no vivirá en ese país: "Solo es

Trome 1 d · 🌐

👉 UFFFF, SUPO INVERTIR 😂

Dice que nunca se quejó del pago que recibió y se sentía contenta por lo que percibía. También explica que siempre fue una chica ahorrativa y por eso puede vivir tranquila 🙌🏻🙌🏻



TROME.COM

Diana Sánchez: "Con sueldo de 'Combate' compré dos carros, departamentos, tres barberías y mi tienda de ropa"

www.trome.com | facebook.com/tromepe | @tromepe

APRO 23
NOVIEMBRE 2023
\$1.00
HOY \$1/250

trome

JUNTALOS Y PÉGALOS EN TUS CARTILLAS

MÁS DE 330 MIL SOLES EN PREMIOS
HOY CUPONES GRATIS

REY DEL BOLERO FUE ENTERRADO EN HUACHIPA

LLORANDO Y CON CHELAS DAN ÚLTIMO ADIOS A MAN CRUZ

HOLES, RESTAURANTES Y OTROS NEGOCIOS DARÁN EMPLEOS

MÁS CHAMBA POR CAMPAÑA NAVIDEÑA

PIDEN UN MILLÓN DE DÓLARES POR LUCERO

TRAGEDIA
RONDÓ EN ESTADIO DE ALIANZA POR CORTE DE LUZ Y LA GENTE NO SABÍA COMO SALIR

¡CORRIÓ BALA EN APAGÓN!

FANÁTICOS BLANQUIAZULES

o Página 11

INVESTIGA A LOS RESPONSABLES

MÁS DE 330 MIL SOLES EN PREMIOS
HOY CUPONES GRATIS

MATA A COMPAÑERA DE TRABAJO DE UN BALAZO Y SE SUICIDA EN LOCAL PANCHITA DE MIRAFLORES

TERROR EN RESTAURANTE

» Página 4



TELEPE O'NEILL

ROSA SERRANO



POLICÍA SUSPECHA DE CRIMEN PASIONAL



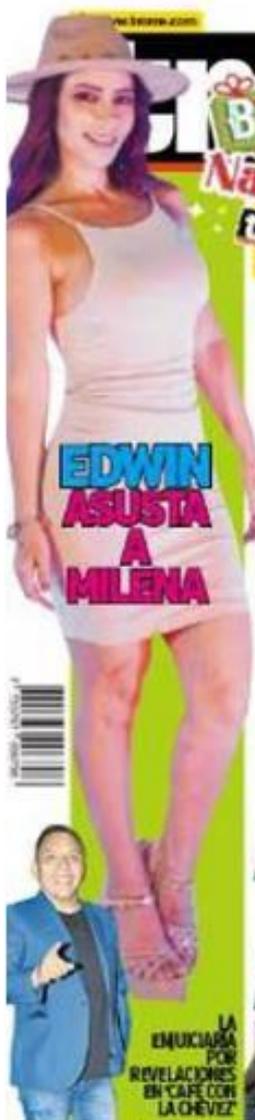
SORPRENDIDO POR THOUAS CON SU CAJA

GRINGO OLIVER SE RIE DE LOS 'CALSONNE'



MASCOTA OFICIAL ANIDA UNIFORMADA

PERRITO BELLO PONE ORDEN EN EL METROPOLITANO



EDWIN ASUSTA A MILENA



LA ENUCUASA POR REVELACIONES EN 'CAFÉ CON LA CHEVÉZ'



ACORRALAN A PATRICIA BENAVIDES



EN LA RONDA NACIONAL DE ASISTE A PUER SU SALIDA

BUSCAN OFERTAS EN SAN JUAN DEL URUGUAYO HACEN COLAS POR ENTRAR A NUEVO MALL

BINGO
Navideño
Promo

**¡MÁS DE 300 MIL SOLES EN PREMIOS!
HOY CUPONES GRATIS**

PISTOLEROS EN MOTO

LOS ACRIBILLARON CUANDO ESTABAN DENTRO DE MOTOTAXI EN SAN JUAN DE MIRAFLORES



MATAN DE 19 BALAZOS A DOS ALIANCISTAS

ALERTAN A LA POLICIA PORQUE GRONES AMENAZAN CON VENGANZA CONTRA SUS RIVALES



» Pagina 4



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, QUINTANA SANCHEZ NOEMI, 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: "NIVEL DE PERCEPCIÓN DEL PERIODISMO DEL TROME EN FACEBOOK FRENTE AL PERIODISMO DEL DIARIO TROME EN JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LOS OLIVOS - LIMA, 2023", cuyo autor es HUILLCAYAURE VELASQUE ALVARO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 24 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
NOEMI QUINTANA SANCHEZ DNI: 40959384 ORCID: 0000-0002-3789-6328	Firmado electrónicamente por: NQUINTANASA el 17-12-2023 22:56:55

Código documento Trilce: TRI - 0664351