



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la
emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague,
Jesús María, 2020**

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

AUTORES:

Quilcate Aquije Rodrigo Rafael (ORCID [0000-0003-4108-3941](https://orcid.org/0000-0003-4108-3941))

Valdivieso Moreno Kevin Arturo (ORCID [0000-0003-1337-9235](https://orcid.org/0000-0003-1337-9235))

ASESOR:

Montenegro Díaz Denis José (ORCID [0000-0001-7448-8051](https://orcid.org/0000-0001-7448-8051))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales de la sociedad contemporánea

LIMA - PERÚ

2020

DEDICATORIA

Este trabajo va dirigido para mis padres, que me han apoyado en todo el transcurso de mi carrera, gracias a ellos estoy en esta etapa de mi vida. Para mi abuela Olga Hernando, aunque no se encuentre con nosotros, estoy seguro que se hubiera sentido muy orgullosa de mí, y de que haya concluido esta etapa de mi vida concluyendo el objetivo de que me propuse cuando decidí ser Comunicador. Por todo esto y por los momentos vividos junto a ella, estoy seguro que se enorgullecerá de este día.

Kevin Valdivieso Moreno

Quiero dedicar este trabajo a mis padres Milagros Quije Milanta y Martin Rafael Quilcate Sánchez, que son la razón por la cual hoy soy un hombre de bien, quienes a pesar de las adversidades siguen luchando por mi bienestar y el de mis hermanos. También, quiero dedicárselo a Bastian André y Anna Lia, mis sobrinos que son la luz de mis ojos. Los amo con todo mi corazón.

Rodrigo Quilcate Quije

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer todo el apoyo que, recibido de toda mi familia, que me apoyan en todo momento A mi hermano mayor por brindarme la seguridad que quizás en su momento me faltó. Mi madre, que siempre me ha apoyado mucho, y sé que se siente muy orgullosa en este día tan importante para mí, para mi padre gracias por estar presente no solo en este ciclo universitario sino en todo momento ofreciéndome lo mejor y buscando lo mejor para mi persona.

Kevin Valdivieso Moreno

Quiero agradecer a mis padres por siempre creer en mí y en mis objetivos, a mi hermano César por apoyo constante para poder hacer mi tesis, a Mauricio y Alvaro, mis otros dos hermanos que se sienten orgullosos de cada paso que doy. Además, agradezco a la Universidad César Vallejo por darme la oportunidad de vivir una experiencia internacional en México donde aprendí mucho y conocí a personas muy buenas que influyeron en mi carrera y en mi vida personal.

Rodrigo Quilcate Aquije

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras.....	vii
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	11
3.1.1. Tipo de investigación.....	11
3.1.2. Diseño de investigación	11
3.2. Variables y operacionalización	11
3.2.1. Credibilidad Periodística.....	11
3.2.2. Ética Periodística.....	12
3.3. Población.....	12
3.3.1. Criterios de inclusión y exclusión	13
3.3.2. Unidad de análisis	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.4.1. Técnica.....	14
3.4.2. Instrumento de recolección de datos.....	14
3.4.2.1. Validez y confiabilidad	14
3.4.3. Escala de Likert.....	16
3.5. Procedimiento.....	16
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS	18
V. DISCUSIONES.....	34
VI. CONCLUSIONES.....	39
VII. RECOMENDACIONES	41
REFERENCIAS.....	42
ANEXOS	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Criterios de inclusión y exclusión	13
Tabla 2. Validadores	14
Tabla 3. Escalas de Confiabilidad	16
Tabla 4. Prueba de Normalidad.....	18
Tabla 5. Tabla cruzada Credibilidad Periodística / Ética Periodística.....	19
Tabla 6. Tabla cruzada Credibilidad de la fuente de información / Ética Periodística.....	20
Tabla 7. Tabla cruzada Credibilidad del mensaje / Ética periodística	21
Tabla 8. Tabla cruzada Credibilidad del Canal / Ética Periodística	22
Tabla 9. Tabla cruzada Credibilidad del Receptor / Ética Periodística	23
Tabla 10. Pruebas de Chi-cuadrado Hipótesis General	25
Tabla 11. Pruebas de Chi-cuadrado Hipótesis Específica 1	25
Tabla 12. Pruebas Chi-cuadrado Hipótesis Específica 2	26
Tabla 13. Pruebas de Chi-cuadrado Hipótesis Específica 3	27
Tabla 14. Pruebas de Chi-cuadrado Hipótesis Específica 4	28
Tabla 15. Correlación de Hipótesis General.....	29
Tabla 16. Correlación de Hipótesis Específica 1	30
Tabla 17. Correlación de Hipótesis Específica 2	31
Tabla 18. Correlación de Hipótesis Específica 3	32
Tabla 19. Correlación de Hipótesis Específica 4	33

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general determinar si existe relación entre las variables credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Esta investigación corresponde al tipo básica, con diseño no experimental, de nivel correlacional y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por una población censal de 150 vecinos, a los cuales se aplicó un cuestionario virtual tipo escala de Likert. Se usaron datos estadísticos bivariantes con Chi cuadrada dentro de un análisis No paramétrico y para la prueba de hipótesis se usó el coeficiente de correlación Tau-b de Kendall y Rho de Spearman. Los resultados arrojan que existe un alto porcentaje de la población que está de acuerdo con que el programa “Cuarto Poder” tiene credibilidad y ética periodística. Concluyendo que, la variable credibilidad periodística, tiene un valor de $p=0,000$, mientras que la variable ética periodística tiene un valor de $p=0,005$. En tal sentido, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_a) la cual es: Existe relación entre credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020.

Palabras clave: credibilidad periodística, ética periodística, televisión, veracidad, objetividad.

ABSTRACT

The general objective of this research is to determine if there is a relationship between the variables credibility and journalistic ethics of "Cuarto Poder" on the national emergency due to COVID-19 in neighbors Oyague, Jesús María, 2020. This research corresponds to the basic type, with design non-experimental, correlational level and cross-sectional. The sample was made up of a census population of 150 neighbors, to which a virtual Likert scale questionnaire was applied. Bivariate statistical data with Chi-square were used within a non-parametric analysis and for the hypothesis test, the correlation coefficient Tau-b of Kendall and Rho of Spearman were used. The results show that there is a high percentage of the population that agrees that the "Cuarto Poder" program has credibility and journalistic ethics. Concluding that the journalistic credibility variable has a value of $p = 0.000$, while the journalistic ethical variable has a value of $p = 0.005$. In this sense, the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_a) is accepted, which is: There is a relationship between credibility and journalistic ethics of "Fourth Power" on the national emergency due to COVID-19 in the Oyague farm neighbors, Jesus Maria, 2020.

Keywords: Journalistic credibility, journalistic ethics, television, truthfulness, objecti

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la credibilidad periodística es muy importante en la sociedad puesto que, el periodista no solo busca recaudar información y divulgarla, sino investigarla a fondo, para que así se pueda corroborar los hechos suscitados. En tal medida que, el periodista utilizará como refuerzo en su investigación las fuentes creíbles que logren respaldar con veracidad la información y así crear una noticia verídica que posicione al periodista como responsable de la credibilidad, dando confianza a la sociedad con su palabra. Además, la credibilidad es un valor imprescindible en el ámbito periodístico, puesto que con ella se logra posicionarse en los medios con una buena aceptación por parte de la opinión pública. Hoy en día, la credibilidad periodística se ha visto afectada por las noticias falsas, también llamadas “FakeNews”, que son las que divulgan información distorsionada de la realidad. De la misma forma, la ética periodística es fundamental debido a que es una norma que define la obligación moral de los periodistas con su actuar, con la que garantiza su profesionalidad y transparencia de sus actos al momento divulgar o investigar información para darlos a conocer en los medios de comunicación. En tal sentido, los periodistas tienen que enfrentarse a los retos nuevos, para que de esta manera no afecte su ética profesional respecto a las malas informaciones que suelen darse por personas inescrupulosas que solo quieren afectar la estabilidad emocional de las personas. Ambos valores ya mencionados son fundamentales para lograr obtener un trabajo periodístico eficaz y fehaciente con la información que se divulgará en los medios de comunicación, en este caso la televisión. La presente investigación se aplicó a los vecinos de fundo Oyague, en el distrito de Jesús María, quienes se beneficiarán con los resultados de esta investigación comprobando si dicho programa logra enfatizar su mensaje en los ciudadanos. “Cuarto Poder” es un programa de televisión peruana que se caracteriza por tener un perfil de investigación periodística y de entrevistas, además de ser considerado como uno de los pocos programas sólidos con temas de corrupción, el cual tiene más de 15 años en el medio televisivo. “Cuarto poder” tuvo varios destapes que marcaron a lo largo de su historia la veracidad ante la emisión de los mensajes, creando así un vínculo con los televidentes. Actualmente, estamos viviendo una problemática muy relevante que está afectando al mundo entero, la pandemia del COVID-19. En tal sentido, “Cuarto Poder” se ha enfocado domingo a domingo a

cubrir notas periodísticas en las cuales se presentan informes verídicos sobre el acontecer que se viene viviendo a nivel nacional respecto al COVID-19 en la sociedad peruana. Es así que, con esta presente investigación quisimos lograr que el investigador consultante pueda obtener ciertos conocimientos sobre conceptos que le permitirán conocer el grado de credibilidad y ética periodística que pueda llegar a tener un programa televisivo sobre un tema específico y muy importante en la sociedad. Nuestra investigación respondió a la pregunta ¿Qué relación existe entre Credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020? De la cual se desprendieron los siguientes problemas específicos ¿Qué relación existe entre la credibilidad de la fuente de información y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020?, ¿Qué relación existe entre la credibilidad del mensaje y le ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020?, ¿Qué relación existe entre la credibilidad del canal y la ética periódica de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020?, ¿Qué relación existe entre la credibilidad del receptor y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre el emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020?. La presente investigación, se enfocó en estudiar la credibilidad y ética periodística de un programa de televisión respecto al estado de emergencia por COVID-19. Así mismo, permitió informar a la población sobre el impacto social que conlleva creer y acatar información verídica de suma importancia con motivo de emergencia nacional, contribuyendo favorablemente en el ámbito organizacional de la población, para que en los próximos casos de estado de emergencia se puede actuar de manera puntual y activa, organizándose, acatando las normas y especificaciones que los medios comunicación nos da. Partiendo de las teorías que sustentan la presente investigación, los resultados aportaron a la sociedad con fundamento respecto a la objetividad, veracidad y exactitud de la información que tienen los medios de comunicación para obtener un claro entendimiento del problema expuesto por los líderes de opinión (periodistas). Esta investigación fue básica con un enfoque cuantitativo de diseño no experimental/transaccional y de nivel correlacional que dio respuesta a las dos variables estudiadas en esta

ocasión. De esta manera, planteamos como objetivo principal de investigación el Determinar la relación que existe entre Credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Esta investigación quiso dar a conocer el valor de confiabilidad en la información que se pueda dar sobre el estado de emergencia que actualmente estamos viviendo por el COVID-19. En la cual también se desprendió en objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre la credibilidad de la fuente de información y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Determinar la relación que existe entre la credibilidad del mensaje y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Determinar la relación que existe entre la credibilidad del canal y Ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Determinar la relación que existe entre la credibilidad del receptor y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. De acuerdo con nuestro presente trabajo de investigación llegamos a plantearnos la siguiente hipótesis general; Existe una relación significativa entre credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Por lo que desprendimos también las siguientes hipótesis específicas, Existe relación entre la credibilidad de la fuente de información y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020, como segunda hipótesis específica, Existe relación entre la credibilidad del mensaje y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020, como tercera hipótesis específica, Existe relación entre la credibilidad del canal y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020, por último, Existe relación entre la credibilidad del receptor y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Bocanegra (2019), tuvo como objetivo dar a conocer cuál es el desarrollo y tratamiento que se necesita para desarrollar un programa de televisión que sea relevante y genere una gran importancia hacia el público sin perder la credibilidad. Se registró un enfoque cualitativo, de diseño no experimental. Y llegó a la conclusión, que la credibilidad es la principal herramienta de un periodista y de un programa de televisión, sin la credibilidad no tendrían un apoyo y generarían el rechazo del público ya que ellos siempre buscarán un medio que brinde información de manera clara concisa y directa ante un hecho. Por otro lado, Morales (2016), tuvo como objetivo conocer la relación que debe tener un periodista con sus fuentes confiables ya que, en la actualidad con la llegada de las redes sociales la información no siempre es confiable, existiendo noticias falsas las cuales se encuentran más en las plataformas digitales como facebook y twitter. Fue un estudio no experimental, aplicativo, descriptivo, correlacional y multivariable, con una muestra de 30 periodistas del noticiero “ATV Noticias” de la Empresa Andina de Radiodifusión en Lima, Perú. Los resultados principales fueron que el internet y las redes sociales han perjudicado seriamente la producción en los contenidos audiovisuales de un noticiero, desde el contacto periodístico con las fuentes donde se obtiene la confiabilidad de una noticia, y en la retroalimentación que se genera en el ámbito virtual. Se llegó a la conclusión que con la llegada del internet las noticias se han visto afectadas para su obtención ya que, en el internet, los usuarios editan las noticias y la credibilidad del mensaje periodístico se pierde. En tal sentido, el periodista cumple un rol muy importante ya que, él y sus fuentes confiables con el primer filtro ante la recolección de información. Asimismo, Manrique Alvarado (2017), tuvo como objetivo poder comprender como es que la libertad de expresión se vincula con la ética periodística mediante el caso: Milagros Leiva – Martín Belaunde Lossio, respecto a la búsqueda y comercialización de la información en el año 2015. Su diseño de investigación fue no experimental, de tipo aplicada y nivel descriptivo-correlacional, además de comparativa, en el cual utilizó un método de investigación Inductivo, deductivo, analítico, estadístico, hermenéutico, se dirigió a una población de 100 jóvenes, con una muestra de 40 unidades, los cuales fueron alumnos del último año de taller de periodismo de multiplataforma de la Universidad San Martín de Porres, 40 profesionales de

periodismo de la casa televisora Panamericana Televisión y 40 unidades de análisis, quienes fueron profesionales de periodismo de la casa televisora Panamericana Televisión. En la cual se comprobó la hipótesis general donde la LIBERTAD DE EXPRESIÓN se vincula significativamente con la ÉTICA PERIODÍSTICA en el caso Milagros Leiva – Martín Belaunde Lossio, referente a la búsqueda y comercialización de información, año 2015. Por otra parte, Odriozola y Mendizábal (2017), tuvieron como objetivo identificar cuáles eran las actitudes entre el público y los periodistas respecto a la práctica profesional que se demanda en un periodismo de calidad, permitiendo así poder explicar el deterioro que existe por la confianza entre la audiencia y el periodismo profesional. Fue un estudio de enfoque mixto, su población de estudio fue de 1152 a la cual se le sacó una muestra de 384 personas, y a los cuales se les aplicó como instrumento de recolección de datos una encuesta nacional anual de 20 preguntas. El resultado fue que los mismos periodistas y el medio son los principales agentes que más ayudan a reforzar la credibilidad periodística. De esta manera, se examinó una primera separación entre la audiencia y la impresión de los periodistas. Además, los ciudadanos también estimaron como trascendental a la investigación, la rigidez informativa y la calidad de los contenidos al momento de decidir sobre la credibilidad de los periodistas y los medios informativos. Se concluyó que se comprueba que la credibilidad por parte de los ciudadanos a los medios y periodistas ecuatorianos se ve dañado por las diversas formas de discernir la comunicación periodística y el desarrollo de la información por parte del público y periodistas. De esta manera, iniciando de valores colectivos como la necesidad de rigor periodístico, ética profesional, veracidad, etc., la población consideró la necesidad de la presencia de otros valores como la imparcialidad o la independencia en la ejecución de un periodismo de mayor calidad que incremente la credibilidad periodística. Asimismo, Grossi y Soares dos Santos (2018), tuvieron como objetivo de investigación señalar cómo el lector se relaciona con las noticias y los medios con los que ha tenido acceso con respecto a la credibilidad y la confianza, elementos esenciales para garantizar una función real a esta práctica profesional. Fue un estudio de tipo básica y cualitativa, la población de estudio fue 143 personas de las cuales 67 respondieron online y 76 presencial, se utilizó como instrumento el cuestionario de 5 preguntas. Los resultados fueron que existe una

disparidad entre lo que sería ideal para los dos polos comunicacionales y lo que el público percibe en los productos a los que tiene acceso en su día cotidiana y en función de lo que, en consecuencia, da credibilidad a los materiales periodísticos. Esta distancia puede explicarse parcialmente a partir de la idea de que la confianza y la credibilidad son elementos que tienen, en su asignación, muchos criterios subjetivos, pero también plantea la cuestión de la calidad de conexión y diálogo entre los polos comunicacionales que constituyen el periodismo. Se concluyó que es necesario que el periodismo vuelva a conectar con su lector o al menos establecer por qué la percepción pública es que la actividad no es confiable. Por tanto, será posible realizar los cambios necesarios para que además de periodistas y el público se basen en los mismos criterios para atribución de credibilidad, estos criterios cumplen eco en la práctica periodística y en la percepción de la misma. Por otro lado, Blanco Herrero (2019), tuvo como objetivo de investigación indagar en el acondicionamiento de los códigos deontológicos a la nueva perspectiva informativa y conocer la percepción de los periodistas acerca de la eficacia de la ética en la disputa contra las noticias falsas. Fue un estudio de tipo básica con un diseño no experimental y cuantitativo, con una población de 19000 periodistas y una muestra de 383 periodistas, el instrumento fue el cuestionario con escala de Likert. Los principales resultados fueron que se podría testificar que los periodistas están más agobiados por la ética periodística que los propios medios en los que laboran; una afirmación que debe diversificarse debido a la posible respuesta del sondeo realizado, ya que parece absurdo que alguien acepte sinceramente que la ética de su profesión no le importe, pues parece racional que un periodista al que le interese la deontología trabaje en un medio en el que este factor es relevante y, a la vez, si los periodistas que laboran en un medio esten preocupados por su conducta ética, este asunto ganará validez en el grupo informativo. Se concluyó que busca incrementar el conocimiento sobre la calidad de la ética para los periodistas, algo que podrá ser empleado como base en futuros estudios sobre la aplicación de la ética profesional periodística a distintas disciplinas. Así, es incuestionable la importancia de la ética para los profesionales de la información en España. Sin embargo, la atención que los medios prestan a esta disciplina en su actividad interna es mínima. Por lo tanto, existe un terreno suscrito para promover la ética periodística, pero es posible que en la práctica se esté realizando suficiente

hincapié. La presente investigación está apoyada en la teoría de la credibilidad de Pornpitakpan (2004), en la cual se estableció que en la credibilidad se utiliza habitualmente la información, en la cual la persuasión y la credibilidad son factores determinantes para la confiabilidad de los medios de comunicación. La credibilidad periodística es un valor con el cual la información se presenta de manera veraz, que advierten Wilson y Sherrell (1993), para la difusión del mensaje, por lo que se refieren a la teoría de la credibilidad en los siguientes términos: una fuente de comunicación considera como sistemas de valores el grado de influencia que posee la credibilidad periodística ante su audiencia en el momento de informar, ya que todo mensaje emitido debe ser confiable y valioso para el periodista y la audiencia. Con esto se llegó al análisis interpretativo de que la credibilidad periodística en primera instancia debe ser confiable y válida con la información que se obtiene, para lograr llegar con la verdad y de esta manera influir en el televidente con el contenido informativo que se ha emitido. De acuerdo a esta base teórica, O'keefe (2002), definió a la variable como es qué la credibilidad periodística, se relaciona con el autor, porque la asume con el nivel de verdad de un periodista. Pornpitakpan habló de cuatro dimensiones: la fuente, el mensaje, el canal, el receptor. Las cuales permitieron estudiar la variable y sintetizar la credibilidad con tratamiento de mayor nivel dentro de los medios de comunicación. Desde la posición de Wathen y Burkell (2002) y O'keefe (2002), sostuvieron que la credibilidad periodística indica el grado específico de credibilidad entre los medios de comunicación. A su vez, Galbraith (como se citó en del Valle 1989) destacó que la credibilidad periodística tiene que generar confianza en la información que se brinda mediante los medios de comunicación, con la capacidad de persuadir al televidente con la veracidad del mensaje. A continuación, también se presentan las dimensiones desprendidas de la teoría de la credibilidad: Sánchez (2005) señaló que la credibilidad de la fuente de información en muchas oportunidades requiere tener algo a cambio de brindar alguna información sobre un tema importante que se te investigando, en la cual el periodista obtiene dicha información y la procesa para emitir la en los medios de comunicación. La fuente es aquella que confirma y puede corroborar la información al periodista colaborando así con las narraciones de acontecimiento. Mayo-Cubero (2020) se refirió que la fuente de información es la base primordial para que el contenido pueda ser confiable a través de la investigación previa que el periodista

deba hacer al momento de contrastar fuentes oficiales y no oficiales. Mompart y Sempio (2017) sostuvieron que la credibilidad periodística, es el efecto que tendrá el televidente en la información emitida de un programa de televisión, muy aparte de los principios que tenga el periodista, puesto que, las fuentes son el principal vínculo que se tiene para obtener datos exactos acerca de un determinado hecho, para luego ser publicado en los medios de comunicación. El rol del periodista se basa en corroborar que la información brindada por las fuentes sea veraz, ya que las nuevas tecnologías se han encargado de tergiversar la información con datos falsos. Mayo-Cubero (2020) comentó que la confianza en las fuentes permite que la sociedad pueda reaccionar ante el mensaje positivo brindado por los periodistas sobre el suceso de una crisis sanitaria. Berlo (1984) sostuvo que la credibilidad del mensaje es el producto en el cual se codifican signos, donde se expresa un pensamiento importante, el cual será transmitido aún público con el fin de informar sobre un acontecimiento actual, conteniendo símbolos verbales o escritos donde el emisor pueda transmitir al receptor, ya que en la codificación pueden ocurrir interrupciones y el mensaje no necesariamente logre ser el mismo. Del mismo modo, explicó que la credibilidad del receptor, es la aquella persona que recibe, interpreta, y concluye el mensaje que se emitió, en pocas palabras es donde el receptor responde a la conversación del emisor. La credibilidad del canal es el medio por el cual se va transmitir el mensaje del emisor hacia el receptor, teniendo en cuenta que no todos los canales tienen la misma capacidad para poder difundir un mensaje, estos pueden ser dos: canales formales y canales informales, usualmente el canal es el aire en la trasmisión oral y el papel en el caso de canal escrito (Berlo, 1984). La credibilidad periodística se refiere a que el periodista deba tomar en cuenta factores importantes de la fuente para que la información que maneja sea creíble ante la sociedad y pueda dar prestigio al medio de comunicación o a su propia imagen como profesional dando confianza al consumidor (Arias, 2018). Por su parte, para el estudio de la variable de ética periodística, la teoría del cultivo de George Gebner (1960) estableció como fundamentos que la idea de que los medios de comunicación, principalmente la televisión, los noticieros y programas de ficción van a crear en el público una percepción alterada de la realidad, colocando en él, creencias, representaciones e imágenes mentales, que no siempre van a corresponder con la verdad de la sociedad, esta teoría estuvo

planteada para estudiar y poder comprender las políticas, los programas y el impacto que causa la televisión; y su principal propósito es ayudar a comprender las consecuencias de crecer y vivir en un ambiente donde domina la televisión. La ética periodística es un valor fundamental en el periodismo con el que nos enfocamos en el comportamiento de un comunicador ante un tema primordial. Morán (2004), se refirió a la teoría de cultivo en los siguientes términos: La esencia de la televisión suele ser cultivada por supuestos que se basan sobre las especulaciones y no sobre la realidad, creando una ficción en el televidente el cual se basa en las conclusiones y opiniones de los hechos. Con esto se llegó al análisis interpretativo que la ética periodística presenta una ambición del periodista respecto a las normas y principios válidos para poder ejercer su profesión sin problemas que se puedan generar en un futuro. De acuerdo a esta base teórica Carrasco y Zapata (2017) definieron a la ética periodística en la televisión como la deontología que se enfoca en el comportamiento que deben tener los informadores, esto quiere decir, el correcto tratamiento informativo que se tiene que dar en las noticias tratando de llegar a la verdad, para que el ciudadano pueda tomar las mejores decisiones. Cabe resaltar que también hay otros autores que se refirieron a la deontología periodística como ética periodística, como es en el caso del colombiano Darío Restrepo, el cual sintetizó la ética periodística como un valor fundamental dentro de los medios de comunicación. La ética abarca valores fundamentales que posicionan al periodista como un profesional de calidad ante los hechos reales, determinando normas y reglas que precisen el actuar de forma responsable dentro de un medio de comunicación al momento de informar (Herrera, 2019). Se deduce que dentro de la ética periodística, una información de calidad se refiere a que un periodista pueda contrastar dos tipos de opinión diferentes, manteniéndose neutro para lograr un acuerdo entre ambas partes, teniendo en cuenta factores importantes como el valor de responsabilidad al momento de contar un hecho real de suma importancia para la sociedad (Vargas, 2018). La ética periodística para Kovach (2012), sostuvo que los periodistas deben actuar con la verdad y ser leales a los ciudadanos respecto a la búsqueda transparente y sistemática de la información brindada por la fuente. Citando a García-Borrego y Farias Batlle (2018) la ética periodística se divide en positiva y negativa, la primera tiene que ver con los valores fundamentales que el profesional debe cumplir para lograr una reputación intachable ante la sociedad

actuando bien y respetando a los demás, sin embargo, la ética negativa, es todo lo contrario, cuestiona el buen comportamiento sobre el cual debería basarse para lograr cumplir con la deontología captada durante su formación como profesional, pasando por alto los buenos valores que definen a un profesional afectando su imagen. Desde la perspectiva de Restrepo et. al (1991), la ética periodística puede ser investigada, en la cual se establecen cuatro dimensiones las cuales permitirán respetar los valores de veracidad, secreto profesional, responsabilidad y objetividad, para que el mensaje pueda ser entendido por las masas. Para muchos la ética periodística es un valor primordial para su labor profesional en el día a día, en que identifica lo bueno de lo malo; ante poniendo el respeto de la verdad como compromiso ético en su Carrera profesional (Blázquez, 2000). En tal sentido, se presentarán las dimensiones que se desprenden de la teoría el análisis del cultivo respecto a la variable Ética Periodística: Para CAIXA (2012), La Responsabilidad periodística, asume consecuencias de los actos cometidos por cada persona, de manera intencionada, en la cual se puede beneficiar o no con la influencia de la decisión tomada por uno mismo. Mayo-Cubero (2020) sostuvo que la responsabilidad informativa dentro del periodismo en situaciones de riesgo debe de ayudar a la comunidad en casos de crisis sanitarias para que estos puedan actuar de manera rápida evitando se agrande la tragedia en la sociedad. Mendelevich (2005) aludió que el secreto profesional o el Off the record, permite mantener reservada la identidad de la fuente, el cual garantiza la protección total sobre el acceso público a los datos personales, ya que el periodista no siempre está obligado a revelar de dónde saca la información en un caso de suma confidencialidad. Rodríguez (1998) Planteó que la objetividad se presenta como un ideal de la labor periodística con la que se le permite ser parcial ante un hecho u opinión que pueda generar dentro de un tema específico en los medios de comunicación. Desde la posición de Admin. (2014), la veracidad se refiere al principio de la ética con el que el profesional puede reflejar perfectamente los sucesos en donde se pueda identificar lo bueno lo malo de una acción.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación fue básica. De acuerdo a Alvitres (2000) este tipo de investigación buscará describir, explicar, y predecir el beneficio de la investigación a largo plazo.

Concorde a este autor, la investigación básica fue aquella que logró obtener información relevante y fidedigna, la cual nos permitió verificar y aplicar el conocimiento dentro de nuestra investigación.

3.1.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación que se realizó fue no experimental, transaccional y correlacional. De acuerdo a Martens (citado por Hernández et al. 2014), fue un diseño apropiado para las variables debido a que no pueden ser alteradas o resulta difícil hacerlo. En la investigación no se manipuló ninguna variable, por lo que se analizó la relación entre credibilidad y ética periodística midiendo el efecto que tienen los mensajes emitidos por el programa televisivo “Cuarto Poder”.

3.2. Variables y operacionalización

3.2.1. Credibilidad Periodística

Definición conceptual: Se basó en los valores de honradez y honestidad, no solamente como ser humano sino como profesional, mostrando versatilidad en los diferentes campos del periodismo, respetando la credibilidad periodística (Burgeño, 2010). Según lo mencionado con el autor Burgueño, se definió a la credibilidad como la suma de la valentía, decencia y honestidad que pueda tener un periodista cuando emite un mensaje hacia la sociedad. Deber estar más que nunca al servicio de los ciudadanos, en algunas ocasiones el periodista llega a perder la credibilidad en temas económicos y también se ha visto manchado por partidos políticos.

Definición operacional: El análisis de la credibilidad se llevó a cabo a través de la habilidad y honestidad de la fuente que proporciona una información, según Metzger (2007), señaló que la credibilidad se basa en el juicio objetivo del

periodista, brindando una información de calidad y obteniendo fuentes confiables que respalden el mensaje periodístico.

3.2.2. Ética Periodística

Definición conceptual: La ética periodística es la práctica moral en donde el periodista cumple con su responsabilidad ética que es primordial para buscar y difundir informaciones periodísticas en los medios de comunicación (Restrepo, 2005). De acuerdo con el autor, todo periodista debe de cumplir con la ética ya que, debe dar información exacta según lo que dice su fuente, por lo que primero debe corroborar que los datos sean verídicos para recién brindar dicha información en los medios de comunicación.

Definición operacional: El análisis de la ética periodística fue de acuerdo a la práctica moral de Kovach (2012), que sostuvo que los periodistas deben actuar con la verdad y ser leales a los ciudadanos respecto a la búsqueda transparente y sistemática de la información brindada por la fuente.

Indicadores: Credibilidad Periodística: Credibilidad de la fuente de información, confiables, Transparentes, Manejo responsable de la información, Credibilidad del mensaje, Informativo, Por lenguaje, Credibilidad del receptor, Credibilidad del canal, Ascendente, Descendentes.

Ética Periodística: Relato comprensivo y real visión de realidad, Secreto profesional, Calificado, Objetividad, Sentimiento, Afinidad, Veracidad, Principio de veracidad.

Escala de medición:

Dentro del nivel de medición se utilizó la escala Ordinal, que, para Hernández et al. (2014), esta escala se refiere a que identifica el rango de variables, en la cual se miden atributos no numéricos como frecuencias, satisfacciones, etc

3.3. Población

Como señala Lepkowski (citado por Hernández et al. 2014), la población es el conjunto total de estudio, en la cual se quiere dar a conocer la importancia de las similitudes de las características de los individuos para obtener un beneficio. En esta investigación, se determinó como población censal a 150 jóvenes adultos que forman parte de los vecinos de fundo Oyague en el distrito de Jesús María. En tal sentido, se optó por utilizar una población censal a la cual, Quispe (2017) señaló

que una población censal es aquella muestra total que logra representar a la totalidad de la población estudiada.

3.3.1. Criterios de inclusión y exclusión

La población de esta investigación se basó en los siguientes criterios de inclusión y exclusión. A juicio de Ruiz y Monillo (2014), el criterio de inclusión se refirió a definir las características específicas de un conjunto de personas para su estudio, así mismo, el criterio de exclusión, es aquella que deberá ser retirada del grupo de inclusión por no cumplir con todos los requisitos solicitados para el estudio del caso. Véase en la siguiente tabla N°1.

Tabla 1

Criterios de inclusión y exclusión

Criterio de inclusión	Criterios de exclusión
1) Se considerarán residentes que vivan dentro de la organización Fundo Oyague en el distrito de Jesús María.	1) Se desestiman personas que no vivan en el distrito de Jesús María, ya que no pertenecen como miembros de la unidad de análisis que la investigación está enfocada en vecinos
2) Se considerarán jóvenes adultos que cuyas edades fluctúan entre los 20 a 30 años, en esta unidad de análisis, en razón a que son los más críticos respecto a temas de coyuntura social.	que vivan dentro de la organización fundo y agua del distrito de Jesús María.
Según la junta vecinal y la Municipalidad de Jesús María los jóvenes entre 20 y 30 años tienen más participación política en el distrito	2) Se desestiman jóvenes adultos de esta unidad de análisis, cuyas edades fluctúan entre los 20 a 30 años, en razón a que mientras menos edad tengan no le toman importancia a temas de coyuntura social y a más edad ya tienen otras prioridades.

Fuente: Elaboración propia

3.3.2. Unidad de análisis

Se seleccionó jóvenes adultos de ambos sexos que fluctúan entre los 20 y 30 años de edad y que residen en la urbanización fundo Oyague dentro del distrito de Jesús María.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica

En nuestra presente investigación utilizamos la encuesta como técnica de procedimiento para obtener información. López y Fachelli (2015) expresó que la técnica es la capacidad de precisar de manera sistemática el proceso de recolección de datos para obtener información sobre un problema dentro de nuestras variables de estudio.

3.4.2. Instrumento de recolección de datos

Se aplicó el cuestionario como instrumento de recolección de datos a los vecinos fundo Oyague del distrito de Jesús María, utilizando el programa SPSS como procesador de datos. Galán (2009) se refirió al cuestionario como el proceso en el que se recolecta información a través de preguntas respecto al objetivo de estudio de esta investigación.

3.4.2.1. Validez y confiabilidad

Esta investigación fue validada por juicio de tres expertos que según la página web de SUNEDU (Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria) registran grados y títulos de los expertos como Magister en periodismo, Comunicación Social y Relaciones Públicas e Imagen Corporativa. Véase tabla N°2.

Tabla 2

Validadores del instrumento de recolección de datos

Validador	Grado Académico	Universidad de Egreso
1) Pérez Terrones, José Del Carmen	Mg. En Periodismo	Egresado de la Universidad San Martín de Porres

2) Moreno López, Wilder Emilio	Mg.En Comunicación Social	Egresado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
3) Fasanando Lescano, Kilver Manuel*	Mg. En Relaciones Públicas e imagen Corporativa.	Egresado de la Universidad César Vallejo

(*)

Director de Prensa Filial Trujillo Panamericana Televisión (2013 – 2020)
 Jefe de Prensa Antena Norte (Trujillo) (2012 – 2013)
 Jefe de Prensa UPAO TV Trujillo (2011 – 2012)
 Jefe de Prensa SOL TV Trujillo (2005 – 2011)
 Corresponsal Nacional Panamericana Tv en Trujillo (1998 – 2005)
 Reportero Global Tv Trujillo (1993 – 1998)

Fuente: Grados y Títulos de SUNEDU.

Citando a Hernández et al. (2014), la validez de contenido representó el dominio de cada ítem representado en el instrumento de recolección de datos, con el cual se pudo decir que son adecuados para someterlos en el trabajo de campo para nuestra investigación. Para determinar la validez del instrumento, se sometió a la opinión de tres expertos quienes evaluaron el constructo de los ítems, mediante una rúbrica de evaluación compuesta por 11 ítems. La sumatoria de dichas valoraciones fue procesada mediante el coeficiente V de Aikeen, obteniendo un porcentaje de 91% de validez. Asimismo, junto a las evidencias de validez, se presentó la confiabilidad del instrumento, que a opinión de Hernández et al. (2014), definió como el instrumento elabora resultados similares respecto a los ítems para mantener un constructo firme que sirva para recaudar la información necesaria dentro de la investigación. Además, George y Mallery (2003), identificaron las escalas de confiabilidad con Alfa de Cronbach, donde indicaron que mayor a 9 resulta ser un excelente grado de confiabilidad y mientras más cerca al 0 resulta ser un error de medición. Véase en la tabla N°3.

Tabla 3*Escalas de Confiabilidad*

Rangos de Alfa	Magnitud
>.9	es excelente
>.8	es bueno
>.7	es aceptable
>.6	es cuestionable
>.5	es pobre
<.5	es inaceptable

Fuente: George y Mallery (2003) citado en Hernández et al. 2014

Para la confiabilidad del instrumento validado, se llevó a cabo una prueba piloto con 10 personas de la población, conformada por vecinos fundo Oyague del distrito de Jesús María, a partir de lo cual se codificaron sus respuestas en una matriz de datos en Excel para ser procesadas mediante el paquete estadístico SPSS versión 25, obteniendo un nivel de confiabilidad de 0,943, lo cual constituye un EXCELENTE nivel de confiabilidad para su aplicación.

3.4.3. Escala de Likert

De acuerdo con Hernández et al. (2014), la escala de Likert es un conjunto de Ítems con preguntas definidas, que medirá la reacción del sujeto con cinco categorías interpretadas por métodos estadísticos. Nos ayudó para conocer y medir la credibilidad y ética periodística del programa televisivo “Cuarto Poder” bajo la perspectiva de los vecinos de fundo Oyague en Jesús María, la cual fue aplicada de manera anónima.

3.5. Procedimiento

Se aplicó una encuesta virtual el día 22 de septiembre a nuestra población de estudio la cual fue hecha por el siguiente cuestionario de Google <https://forms.gle/qDfbLXJH1qufeddY8> y se logró obtener un resultado representativo que fue procesado mediante la matriz de datos y el SPSS.

3.6. Método de análisis de datos

A juicio de Hernández et al. (2014), la Chi cuadrada dentro de un análisis No paramétrico, nos permitió evaluar la hipótesis mediante una prueba estadística entre dos variables dentro de una investigación correlacional. En la presente investigación utilizamos el programa SPSS, en donde se procedió a ingresar los datos codificados respecto a las variables de estudios, para luego ser interpretados en tablas y así describir los resultados obtenidos respecto a las dos variables de estudio: la credibilidad y ética periodística dentro de nuestra investigación. Además, se utilizó el cálculo estadístico Rho de Spearman y Tau-b Kendall para poder hallar la correlacional entre dos cantidades medibles en la asociación o interdependencia de dos variables.

3.7. Aspectos éticos

El proceso de esta investigación se cumplió con los principios éticos del perfil de un profesional de comunicaciones, que se ha venido desarrollando en el marco legal vigente. Se ha considerado que esta investigación desde un inicio se vino manejando de manera ordenada, responsable y seria. Por consiguiente, toda información presentada es confiable y veraz, respetando cada teoría e información recolectada con su autor y de la misma forma la autenticidad de este trabajo basados en los siguientes valores:

Aparisi (2010) señala que la No-maleficencia es la capacidad de no dañar a una tercera persona de manera intencional respecto al tema abordado en la investigación.

De la misma manera, se refirió a la Beneficencia como el acto que beneficia o corrige algún daño que se haya causado con la finalidad de ayudar a los demás (Aparisi, 2010).

Así también, Aparisi (2010) comentó que la Justicia es el deber que se tiene para impartir igualdad equitativa dentro de una sociedad distribuyendo algún interés de manera individual o colectiva que contribuya favorablemente a la sociedad.

Sumado a esto, la autonomía se refiere a que de una u otra manera se actuó de manera independiente respecto al tema tratado sin necesidad de que terceros influyan en el trabajo de investigación (Aparisi, 2010).

IV. RESULTADOS

Para nuestra investigación sobre credibilidad y ética periodística se buscó conocer la existencia de una relación o independencia entre ambas variables, cuyos resultados fueron obtenidos mediante la metadata SPSS versión 25, obteniendo la prueba de normalidad con los siguientes resultados. Véase en la tabla N°4.

Tabla 4

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Credibilidad Periodística	,119	150	,000	,945	150	,000
Ética Periodística	,090	150	,005	,958	150	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS

Interpretación:

Con una probabilidad del valor máxima de p del 20% por corrección de significación de Lilliefors, mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov, se concluye que, la variable credibilidad periodística, tiene un valor de $p=0,000$, mientras que la variable ética periodística tiene un valor de $p=0,005$, que son menores al límite de $p=0,05$.

El objetivo general de la presente investigación fue, determinar la relación que existe entre credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020, cuyos resultados se aprecian en la tabla N°05.

Tabla 5*Tabla cruzada Credibilidad Periodística / Ética Periodística*

			En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Credibilidad Periodística	En desacuerdo	Recuento	0	3	0	0	3
		esperado	,0	,6	2,2	,1	3,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	2	9	14	0	25
		esperado	,3	5,2	18,7	,8	25,0
	De acuerdo	Recuento	0	19	96	2	117
		esperado	1,6	24,2	87,4	3,9	117,0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	2	3	5
		esperado	,1	1,0	3,7	,2	5,0
	Total	Recuento	2	31	112	5	150
		esperado	2,0	31,0	112,0	5,0	150,0
% del total		1,3%	20,7%	74,7%	3,3%	100,0%	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Fuente: SPSS

Interpretación:

Según los resultados obtenidos en la tabla N° 05 para el objetivo general, se obtuvo como resultado que el 74,7% de la población encuestada respondió mostrarse de acuerdo, un 3,3% totalmente de acuerdo, un 1,3% en desacuerdo, un 20,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 0% totalmente en desacuerdo. Concluyendo así que, la población encuestada considera que se muestra de acuerdo en afirmar que existe relación entre credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19.

El primer objetivo específico de la presente investigación fue, determinar la relación que existe entre la credibilidad de la fuente de información y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020, cuyos resultados se aprecian en la tabla N°06.

Tabla 6

Tabla cruzada Credibilidad de la fuente de información / Ética Periodística

			En	Ni de acuerdo ni	De	Totalmente	Total
			desacuerdo	en desacuerdo	acuerdo	de acuerdo	
Credibilidad de la Fuente de información	En desacuerdo	Recuento	1	1	1	0	3
		Recuento esperado	,0	,6	2,2	,1	3,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	11	29	0	40
		Recuento esperado	,5	8,3	29,9	1,3	40,0
	De acuerdo	Recuento	1	19	77	5	102
		Recuento esperado	1,4	21,1	76,2	3,4	102,0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	5	0	5
		Recuento esperado	,1	1,0	3,7	,2	5,0
	Total	Recuento	2	31	112	5	150
		Recuento esperado	2,0	31,0	112,0	5,0	150,0
% del total		1,3%	20,7%	74,7%	3,3%	100,0%	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Fuente:SPSS

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla N° 06, se obtuvo como resultado que el 74,7% de las personas encuestadas respondieron mostrarse de acuerdo, un 3,3% totalmente de acuerdo, un 1,3% en desacuerdo, un 20,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 0% totalmente en desacuerdo. Se concluyó así que, la población encuestada considera que se muestra de acuerdo en afirmar que existe

relación entre la credibilidad de la fuente de información y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19.

El segundo objetivo específico de nuestra investigación fue, determinar la relación que existe entre la credibilidad del mensaje y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020, cuyos resultados se aprecian en la tabla N°07.

Tabla 7

Tabla cruzada Credibilidad del mensaje / Ética periodística

		Ni de acuerdo			Totalmente	Total	
		En	ni en	De	de acuerdo		
		desacuerdo	desacuerdo	acuerdo			
Credibilidad del Mensaje	En desacuerdo	Recuento	0	3	0	0	3
		Recuento esperado	,0	,6	2,2	,1	3,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	1	9	25	0	35
		Recuento esperado	,5	7,2	26,1	1,2	35,0
	De acuerdo	Recuento	1	19	77	3	100
		Recuento esperado	1,3	20,7	74,7	3,3	100,0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	10	2	12
		Recuento esperado	,2	2,5	9,0	,4	12,0
	Total	Recuento	2	31	112	5	150
		Recuento esperado	2,0	31,0	112,0	5,0	150,0
		% del total	1,3%	20,7%	74,7%	3,3%	100,0%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Fuente: SPSS

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el segundo objetivo específico, se obtuvo como resultado que el 74,7% de los encuestados respondieron mostrarse de acuerdo, un 3,3% totalmente de acuerdo, un 1,3% en desacuerdo, un 20,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 0% totalmente en desacuerdo. Se concluyó así que, la población encuestada considera que se muestra de acuerdo en afirmar que existe relación entre la credibilidad del mensaje y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19.

El tercer objetivo específico de la presente investigación fue, determinar la relación que existe entre la credibilidad del canal y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020, cuyos resultados se aprecian en la tabla N°08.

Tabla 8

Tabla cruzada Credibilidad del Canal / Ética Periodística

			En	Ni de acuerdo ni	De	Totalmente	
			desacuerdo	en desacuerdo	acuerdo	de acuerdo	Total
Credibilidad del Canal	En	Recuento	1	4	2	0	7
	desacuerdo	Recuento esperado	,1	1,4	5,2	,2	7,0
	Ni de acuerdo	Recuento	1	8	25	0	34
	ni en	Recuento esperado	,5	7,0	25,4	1,1	34,0
	desacuerdo	Recuento	0	17	71	3	91
	De acuerdo	Recuento esperado	1,2	18,8	67,9	3,0	91,0
	Totalmente de	Recuento	0	2	14	2	18
	acuerdo	Recuento esperado	,2	3,7	13,4	,6	18,0
	Total	Recuento	2	31	112	5	150
		Recuento esperado	2,0	31,0	112,0	5,0	150,0
	% del total	1,3%	20,7%	74,7%	3,3%	100,0%	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Fuente: SPSS

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el tercer objetivo específico, se obtuvo como resultado que el 74,7% de los encuestados respondieron mostrarse “de acuerdo”, un 3,3% totalmente de acuerdo, un 1,3% en desacuerdo, un 20,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 0% totalmente en desacuerdo. Se concluyó así que, la población encuestada considera que se muestra de acuerdo en afirmar que existe relación entre la credibilidad del canal y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19.

El cuarto objetivo específico de la presente investigación fue, determinar la relación que existe entre la credibilidad del receptor y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020, cuyos resultados se aprecian en la tabla N°09.

Tabla 9

Tabla cruzada Credibilidad del Receptor / Ética Periodística

			En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Credibilidad del Receptor	Totalmente	Recuento	1	1	1	0	3
	en	Recuento	,0	,6	2,2	,1	3,0
	desacuerdo	esperado					
	En	Recuento	0	2	5	0	7
	desacuerdo	Recuento	,1	1,4	5,2	,2	7,0
		esperado					
	Ni de	Recuento	1	10	20	0	31
	acuerdo ni	Recuento	,4	6,4	23,1	1,0	31,0
	en	esperado					
	desacuerdo						
De acuerdo	Recuento	0	17	67	3	87	
	Recuento	1,2	18,0	65,0	2,9	87,0	
	esperado						
Totalmente	Recuento	0	1	19	2	22	
de acuerdo	Recuento	,3	4,5	16,4	,7	22,0	
	esperado						

Total	Recuento	2	31	112	5	150
	Recuento esperado	2,0	31,0	112,0	5,0	150,0
	% del total	1,3%	20,7%	74,7%	3,3%	100,0%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Fuente: SPSS

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el cuarto objetivo específico, se obtuvo como resultado que el 74,7% de los encuestados respondieron mostrarse “de acuerdo”, un 3,3% totalmente de acuerdo, un 1,3% en desacuerdo, un 20,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 0% totalmente en desacuerdo. Se concluyó así que, la población encuestada considera que se muestra de acuerdo en afirmar que existe relación entre la credibilidad del receptor y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19.

Gracias a la prueba de normalidad se pudo obtener el valor para la hipótesis, es así que, se rechaza la H_0 y se acepta la H_a .

Hipótesis General:

H_a : Existe relación entre credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020.

H_0 : No existe relación entre credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020

Tabla 10*Pruebas de Chi-cuadrado Hipótesis General*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	79,215 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	39,682	9	,000
Asociación lineal por lineal	29,517	1	,000
N de casos válidos	150		

a. 12 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.

Fuente: SPSS

Interpretación:

La tabla N°10 muestra que el valor de calculado es 79,215 referente al Chi-cuadrado y el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) con una razón de verosimilitud de 39,682 y 9 grados de libertad de 150 casos válidos. En tal sentido, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_a), concluyendo que existe relación entre las variables credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020.

Tabla 11*Pruebas de Chi-cuadrado Hipótesis Específica 1*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	29,614 ^a	9	,001
Razón de verosimilitud	14,262	9	,113
Asociación lineal por lineal	6,631	1	,010
N de casos válidos	150		

a. 12 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.

Fuente: SPSS

Interpretación:

La tabla N°11 muestra que el valor de Chi-cuadrado calculado es 29,614 y el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) con una razón de verosimilitud de 14,262 y 9 grados de libertad de 150 casos válidos. Concluyendo que existe relación entre las variables de credibilidad de la fuente de información y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020.

Tabla 12

Pruebas Chi-cuadrado Hipótesis Específica 2

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	23,258 ^a	9	,006
Razón de verosimilitud	21,671	9	,010
Asociación lineal por lineal	12,796	1	,000
N de casos válidos	150		

a. 11 casillas (68,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.

Fuente: SPSS

Interpretación:

La tabla N°12 muestra que el valor de Chi-cuadrado calculado es 23,258 y el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) con una razón de verosimilitud de 21,671 y 9 grados de libertad de 150 casos válidos. Concluyendo que existe relación entre las variables de credibilidad del mensaje y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020.

Tabla 13*Pruebas de Chi-cuadrado Hipótesis Específica 3*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	23,322 ^a	9	,006
Razón de verosimilitud	18,146	9	,034
Asociación lineal por lineal	13,565	1	,000
N de casos válidos	150		

a. 10 casillas (62,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,09.

Fuente: SPSS

Interpretación:

La tabla N°13 muestra que el valor de Chi-cuadrado calculado es 23,322 y el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) con una razón de verosimilitud de 18,146 y 9 grados de libertad de 150 casos válidos. Concluyendo que existe relación entre las variables de credibilidad del canal y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020.

Tabla 14*Pruebas de Chi-cuadrado Hipótesis Específica 4*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	35,849 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	20,416	12	,060
Asociación lineal por lineal	14,888	1	,000
N de casos válidos	150		

a. 14 casillas (70,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.

Fuente: SPSS

Interpretación:

La tabla N^o14 muestra que el valor de Chi-cuadrado calculado es 35,849 y el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) con una razón de verosimilitud de 20,416 y 9 grados de libertad de 150 casos válidos. Concluyendo que existe relación entre las variables de credibilidad del receptor y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020.

Tabla 15*Correlación de Hipótesis General*

			Credibilidad Periodística (Agrupada)	Ética Periodística (Agrupada)
Tau_b de Kendall	Credibilidad Periodística (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,382**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Ética Periodística (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,382**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150
Rho de Spearman	Credibilidad Periodística (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,424**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Ética Periodística (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,424**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

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

Fuente: SPSS

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos para el objetivo general, se determinó hallar el grado de correlación entre las variables Credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder”, aplicando el coeficiente de correlación de Tau-b de Kendall y Rho de Spearman. De este modo se obtuvo un valor correlacional de 0,382 (T.K) y 0,424 en (R.S), que constituye que la primera variable presenta un grado de correlación positiva baja y la segunda un grado de correlación positiva moderada. Así mismo el nivel de significancia es menor a 0,05 con lo cual rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa: Existe relación significativa entre Credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por Covid-19 en vecinos de fundo Oyague, Jesús María, 2020.

Tabla 16*Correlación de Hipótesis Específica 1*

			Credibilidad de la Fuente de información (Agrupada)	Ética Periodística (Agrupada)
Tau_b de	Credibilidad de la Fuente	Coefficiente de correlación	1,000	,246**
Kendall	de información (Agrupada)	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Ética Periodística	Coefficiente de correlación	,246**	1,000
	(Agrupada)	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150
Rho de	Credibilidad de la Fuente	Coefficiente de correlación	1,000	,285**
Spearman	de información (Agrupada)	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Ética Periodística	Coefficiente de correlación	,285**	1,000
	(Agrupada)	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

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

Fuente: SPSS

Interpretación:

Según los resultados que obtuvimos para los objetivos específicos, se dispuso hallar el grado de correlación entre la dimensión Credibilidad de la fuente información y la variable ética periodística de “Cuarto Poder”, aplicando el coeficiente de correlación de Tau-b de Kendall y Rho de Spearman. De esta manera se obtuvo un valor correlacional de 0,246 (T.K) y 0,285 (R.S), que establece que la dimensión número 1 con nuestra variable 2 presenta un grado de correlación positiva baja. Nuestro nivel de significancia es menor a 0,05 lo cual rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa: Existe relación significativa entre Credibilidad de la fuente de información y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por Covid-19 en vecinos de fundo Oyague, Jesús María, 2020.

Tabla 17*Correlación de Hipótesis Específica 2*

			Credibilidad del Mensaje (Agrupada)	Ética Periodística (Agrupada)
Tau_b de Kendall	Credibilidad del Mensaje (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,315**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Ética Periodística (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,315**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150
Rho de Spearman	Credibilidad del Mensaje (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,357**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Ética Periodística (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,357**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

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

Fuente: SPSS

Interpretación:

El resultado que se adquirió para los objetivos específicos, se ordenó hallar el grado de correlación entre la dimensión Credibilidad del mensaje y la variable Ética Periodística de “Cuarto Poder”, aplicando el coeficiente de correlación de Tau-b de Kendall y Rho de Spearman. Su valor correlacional de 0,315 (T.K) y 0,357 en (R.S), se fija que la dimensión número 2 con nuestra variable 2 muestra un grado de correlación positiva baja. El nivel de significancia es menor a 0,05 lo cual rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa: Existe relación significativa entre Credibilidad del mensaje y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por Covid-19 en vecinos de fundo Oyague, Jesús María, 2020.

Tabla 18*Correlación de Hipótesis Específica 3*

			Credibilidad del Canal (Agrupada)	Ética Periodística (Agrupada)
Tau_b de Kendall	Credibilidad del Canal (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,211**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	150	150
Rho de Spearman	Ética Periodística (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,211**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	150	150
Tau_b de Kendall	Credibilidad del Canal (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,238**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	150	150
Rho de Spearman	Ética Periodística (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,238**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	150	150

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

Fuente: SPSS

Interpretación:

El resultado que se alcanzó para los objetivos específicos, se halló el grado de correlación entre la dimensión Credibilidad del canal y la variable Ética Periodística de “Cuarto Poder”, fijando el coeficiente de correlación de Tau-b de Kendall y Rho de Spearman. El valor correlacional de 0,211 (T.K) y 0,238 en (R.S), decimos que la dimensión número 3 con nuestra variable 2 arroja un grado de correlación positiva baja. Su nivel de significancia es menor a 0,05 entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa: Existe relación significativa entre Credibilidad del canal y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por Covid-19 en vecinos de fundo Oyague, Jesús María, 2020.

Tabla 19*Correlación de Hipótesis Específica 4*

			Credibilidad del Receptor (Agrupada)	Ética Periodística (Agrupada)
Tau_b de Kendall	Credibilidad del Receptor (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,245**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	150	150
	Ética Periodística (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,245**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	150	150
Rho de Spearman	Credibilidad del Receptor (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,277**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	150	150
	Ética Periodística (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,277**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	150	150

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

Fuente: SPSS

Interpretación:

El resultado que se adquirió para los objetivos específicos, se ordenó hallar el grado de correlación entre la dimensión Credibilidad del receptor y la variable ética periodística de “Cuarto Poder”, aplicando el coeficiente de correlación de Tau-b de Kendall y Rho de Spearman. Su valor correlacional de 0,245 (T.K) y 0,277 en (R.S), afirmamos que la dimensión número 4 con nuestra variable 2 se expone un grado de correlación positiva baja. El nivel de significancia es menor a 0,05 lo cual rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa: Existe relación significativa entre Credibilidad del receptor y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por Covid-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020.

V. Discusión

En base a los resultados obtenidos mediante el programa estadístico SPSS versión 25, el cual nos ayudó para codificar las respuestas que se recolectaron a través de la encuesta realizada a los vecinos de fundo Oyague, que fluctúan entre los 20 y 30 años de edad, residentes del distrito de Jesús María, los antecedentes y teorías aplicados para el desarrollo de nuestra investigación, se logró obtener que el reactivo con mayor aceptación por parte de los encuestados fue estar de acuerdo con lo plasmado en nuestra investigación.

Concerniente a la hipótesis general, se obtuvo como resultado gracias a la correlación Rho de Spearman un 0,424 y Tau-b de Kendall un 0,382, esto significa que existe relación entre la Credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Además, para la obtención de resultados de las variables y objetivo general, se logró demostrar que para los vecinos de fundo Oyague, la credibilidad y ética periodística presenta un alto nivel estadístico, donde se comprobó que el 74,7% de la población encuestada respondió mostrarse de acuerdo con la credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder”, un 3,3% totalmente de acuerdo, un 1,3% en desacuerdo, un 20,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 0% totalmente en desacuerdo.

Haciendo referencia al trabajo hecho por Odriozola-Chéné y Mendizábal (2017), cuyo trabajo de enfoque mixto fue con una población de 1152 personas, la cual aplicó una encuesta nacional anual de 20 preguntas. Dicha investigación tuvo como propósito medir la credibilidad del periodista y del medio en la cual laboran sobre las notas informativas que se emiten, hallando una ruptura entre los periodistas y la audiencia por el tipo de información que se recibe. Ahora uno como televidente lo que busca es poder informarse acerca de sucesos importantes con datos creíbles, si un medio de comunicación no logra imponer la credibilidad como elemento primordial, la audiencia buscara algún otro medio por la cual informarse, es ahí donde las Fake news juegan un papel importante desorientando a las

personas y en donde uno como periodista debe de reforzarse para luchar día a día con las noticias falsas que mayormente se dan en las redes sociales acaparando la atención de los cibernautas.

La ética periodística analizada desde la perspectiva de Blanco Herrero (2019), plasmó en su trabajo una investigación básica/cuantitativa, de 19000 periodistas como población y 383 periodistas como muestra, usando un cuestionario, el cual permito conocer los códigos deontológicos respecto a la aplicación de estos como profesional reafirmando la ética periodística ante las noticias falsas que afectan al periodismo de hoy en día. La ética es primordial en el campo periodístico puesto que ayuda a que la información contenga información que rige bajo criterios especializados por el periodista para el buen desempeño profesional ante la sociedad.

Para comprender mejor lo manifestado, Pornpitakpan (2004) en su teoría titulada Teoría de la credibilidad, se mencionó cuatro procesos los cuales nos permitió entender y desarrollar el nivel de la variable dentro de los medios de comunicación, dividiéndolas en la credibilidad de la fuente de la información, credibilidad del mensaje, credibilidad del canal y credibilidad del receptor. Por la que el autor tuvo como finalidad poder entender el proceso de credibilidad en cada una de estas debido a que son muy importante en el proceso de comunicación.

Asimismo, George Gebner (1960) en su teoría titulada Teoría del cultivo, estableció que los medios de comunicación imponen ideas en los televidentes creando así una idea distorsionada de la realidad en la sociedad. Por otro lado, Restrepo et. al (1991), nos indicó cuatro etapas que nos permitió gestionar la deontología como valores dentro de la ética periodística como veracidad, secreto profesional, responsabilidad y objetividad. Con estos valores, el autor nos permitió poder entender la importancia de la ética periodística para que se logre obtener un trabajo profesional donde se logre respetar la profesión y a la sociedad respecto a los mensajes emitidos dentro de una nota informativa.

De acuerdo a la primera hipótesis específica, se logró comprobar que existe un grado de correlación positiva baja entre la credibilidad de la fuente de información y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020, donde se obtuvo un coeficiente de 0,246 Tau-b de Kendall y Rho de Spearman de 0,285. La cual obtuvo datos específicos mediante la encuesta realizada donde se demostró como resultado que el 74,7% de las personas se mostraron de acuerdo con la credibilidad de la fuente de información y la ética periodística de “Cuarto Poder”, un 3,3% totalmente de acuerdo, un 1,3% en desacuerdo, un 20,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 0% totalmente en desacuerdo.

Según Morales (2016) en su investigación, habló sobre la relación que se debe tener entre el periodista y sus fuentes, ya que con la llegada de las redes sociales, se han incrementado las noticias no confiables. Fue de estudio no experimental con una muestra de 30 periodistas del noticiero ATV Noticias, donde se demostró de que el internet es el causante de que la credibilidad de la información afecta el proceso periodístico, y que para obtener una fuente confiable debe de investigarse a fondo la información que está brinda al periodista. Los encuestados de esta presente investigación demostraron que el programa dominical “Cuarto Poder” otorga credibilidad a la información periodística respecto a los mensajes emitidos por la emergencia nacional por COVID-19.

Ahora para la segunda hipótesis específica, se logró obtener un grado de correlación positiva baja entre la credibilidad del mensaje y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020, obteniendo un coeficiente de 0,315 Tau-b de Kendall y 0,357 en Rho de Spearman, esto quiere decir que si existe un grado significativo de correlación. Mediante resultados estadísticos que se realizó a través de la encuesta se obtuvo que el 74,7% de los encuestados respondieron mostrarse de acuerdo con la credibilidad del mensaje y ética periodística de “Cuarto poder”, un 3,3% totalmente de acuerdo, un 1,3% en desacuerdo, un 20,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 0% totalmente en desacuerdo

Según Bocanegra (2019), en su investigación habló sobre cómo es que un programa periodístico de investigación logra impactar en su mensaje hacia el público, puesto que este debe basarse en la credibilidad del contenido para que logre ser importante y generar relevancia manteniéndose en una misma línea de tratamiento periodístico mediante un estudio cualitativo. La credibilidad es importante porque logra que su información ayude a que la gente sepa sobre temas de importancia con datos reales y este no pierda la aceptación de la audiencia. Gracias a la encuesta realizada se pudo demostrar que los mensajes emitidos por el programa dominical tienen credibilidad respecto a los datos que se brindan por la emergencia nacional por COVID-19.

En tanto a la tercera hipótesis específica se logró obtener una correlación positiva baja entre la credibilidad del canal y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Se obtuvo un coeficiente de $0,211$ en Tau-b de Kendall y $0,238$ en Rho de Spearman. Los resultados obtenidos mediante la encuesta aplicada demostraron que el 74,7% de los encuestados están “de acuerdo” con la credibilidad del canal y ética periodística de “Cuarto Poder”, un 3,3% totalmente de acuerdo, un 1,3% en desacuerdo, un 20,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 0% totalmente en desacuerdo.

Según Manrique Alvarado (2017), en su investigación comentó sobre el impacto que se puede generar con una información mediante los valores que un periodista pueda aplicar para generar interés en la nota. Fue un estudio descriptivo-correlacional con una población de 100 alumnos de periodismo, quienes se sometieron a un estudio hermenéutico. Es así como el periodista debió de cumplir con los valores que se rigen durante los años de preparación, y así lograr que su profesión sea valorada y respetada ante la sociedad, cuidando su imagen y el canal por el cual se transmite, ya que si este logra perder credibilidad, pierde el respaldo de la audiencia.

Para la cuarta hipótesis específica se pudo obtener una correlación positiva baja entre la credibilidad del receptor y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la

emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Donde se obtuvo un coeficiente de 0,245 en Tau-b de Kendall y 0,277 en Rho de Spearman. Mediante la encuesta aplicada se obtuvieron datos estadístico donde el 74,7% de los encuestados respondieron mostrarse “de acuerdo” a que existe credibilidad del receptor y ética periodística de “Cuarto Poder”, un 3,3% totalmente de acuerdo, un 1,3% en desacuerdo, un 20,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 0% totalmente en desacuerdo

Según Grossi y Soares dos Santos (2018), en su investigación plasmó sobre la relación de las noticias y el lector respecto a la credibilidad y confianza que un medio de comunicación puede brindar garantizando su buena práctica profesional. El estudio fue básico y cualitativo con una población de 143 personas, quienes respondieron un cuestionario, donde se demostró que la credibilidad y la ética son fundamentales en el ejercicio periodístico, ya que ayudan a que la información logre ser de calidad para la sociedad. Logrando responder en nuestra investigación que los jóvenes se sintieron óptimos con el programa dominical y con la información brindada por los periodistas sobre la eventual pandemia de COVID-19.

VI. Conclusiones

Primero: De acorde con el objetivo principal de esta investigación, se concluyó que el 74,7% de la población encuestada alude que existe relación significativa entre credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Este resultado fue respaldado por los valores menores a $p=0,05$ y el nivel de correlación de $\rho=,424$ y $\tau=,382$ respectivamente.

Segundo: De acorde al primer objetivo específico de esta investigación, se concluyó que el 74,7% de la población encuestada alude que existe relación significativa entre credibilidad de la fuente de información y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Este resultado fue respaldado por el nivel de correlación de coeficiente de Tau-b de Kendall = ,246 y $\rho = ,285$. Es decir, que la fuente de información debe de pasar por un profundo análisis previo antes de poder tomarlo en cuenta o poder difundir hacia el resto acerca de la información que acabamos de tomar, toda información de diversas fuentes que se encuentran navegando por el internet no son del todo confiables, allí viene el rol del periodista en manejar la información de sus fuentes confiables que son aquellas fuentes que se obtiene de primera mano, esto quiere decir del propio investigador, ya sea por medio de contactos netamente confiables, el periodista puede alimentar un número ilimitado de fuentes de diferentes tipos lo cual pueden ir variando, aquí es donde juega un papel clave e importante que el periodista debe destacar la información será veraz.

Tercero: De acorde al segundo objetivo específico de esta investigación, se concluyó que el 74,7% de la población encuestada alude que existe relación significativa entre credibilidad del mensaje y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Este resultado fue respaldado por el nivel de correlación de coeficiente con valores de Tau-b de Kendall = ,315 y $\rho=,357$. Llegamos a la conclusión que cuando hablamos de la credibilidad del mensaje nos referimos, a que un mensaje emitido por un el periodista debe ser claro y conciso, además tiene que contener datos reales para informar a la población ya que en la codificación pueden

ocurrir interrupciones y el mensaje no necesariamente logre ser el mismo, ya que el mensaje es muy importante cuando el periodista va a difundir una noticia e información, puesto que es el primer paso para poder generar un vínculo de confianza con el receptor, para que así sea nuestro usuario confiable.

Cuarto: De acuerdo al tercer objetivo específico de esta investigación, se concluyó que el 74,7% de la población encuestada alude que existe relación significativa entre credibilidad del canal y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Este resultado fue respaldado por el nivel de correlación de coeficiente con valores de Tau-b de Kendall = ,211 y Rho= ,238. Además, se concluye que la credibilidad del canal es el medio principal por el cual se va a difundir masivamente el mensaje del emisor hacia el receptor, considerando que no todos los canales tienen la misma idoneidad para poder difundir un mensaje claro.

Quinto: De acuerdo al cuarto objetivo específico de esta investigación, se concluyó que el 74,7% de la población encuestada alude que existe relación significativa entre credibilidad del receptor y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos fundo Oyague, Jesús María, 2020. Este resultado fue respaldado por el nivel de correlación de coeficiente con valores de ,245 en Tau-b de Kendall y rho= ,277. Esto quiere decir que el periodista emite un mensaje y espera sea recibido de forma correcta, sobre todo que se pueda entender el mensaje y este sea aceptado de forma positiva generando confianza entre el periodista y la audiencia, ya que este es quien determina la credibilidad de la fuente o de un mensaje.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda a futuras investigaciones relacionadas sobre el estudio de credibilidad y ética periodística abordar situaciones en las cuales uno como comunicador logre relacionar ambas variables respecto a la significancia que estas puedan tener dentro de un contexto específico como se planteó en la hipótesis general.

Segunda: Se recomienda que para lograr la credibilidad periodística dentro de un programa televisivo y/o medio de comunicación se debe tener en cuenta la objetividad y el correcto uso de las fuentes de información, mensaje periodístico y canal para que el receptor logre comprender la situación actual que se está viviendo con un correcto informe verídico.

Tercera: También se recomienda que para poder obtener una adecuada ética periodística se debe cumplir rigurosamente los aspectos de veracidad, secreto profesional, objetividad y responsabilidad periodística para que el profesional en periodismo logre respetar la línea de carrera y a la sociedad que son el principal receptor de las notas informativas a las que se dirigen.

Cuarta: Además se recomienda a los medios de comunicación y/o comunicadores que se debe anteponer primero la deontología profesional antes de algún interés externo para lograr que las audiencias sigan creyendo en su mensaje y que así no busquen otro medio de información que contemple notas falsas desestabilizando el objetivo central de la nota.

Quinta: Se recomienda a los periodistas que seleccionen mejor el canal de información, ya que si un medio de comunicación no logra aplicar la credibilidad de manera principal, la audiencia buscará otro medio para seguir manteniéndose informado sin importar si dicen o no la verdad, dando lugar a “Las noticias falsas” que juegan un papel importante en las redes sociales engañando al público y es ahí donde uno como periodista debe combatirlas para mantener a la sociedad con información de calidad.

Referencias

- Admi. (20 de 03 de 2014). Valores éticos fundamentales.
<http://quesonlosvaloreseticos.com/valores-eticos-fundamentales-libertad-justicia-responsabilidad-y-verdad/>.
- Alsina, R. (2019). Periodismo, Ética y Posverdad.
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2019000100225&lng=es&nrm=iso.
- Alvitres, V. (2000). Método Científico, planificación de la investigación, Editorial Ciencia.
https://books.google.com.pe/books/about/M%C3%A9todo_cient%C3%ADfico.html?id=6CfstAEACAAJ&redir_esc=y
- Amado, A. (2008). Deontología Periodística Argentina: en busca de una ética. Sala de Prensa.
<http://www.saladeprensa.org/art771.htm>.
- Andrade, H & Mariuxi, T. (2016). El valor de la Ética y el ejercicio Periodístico.
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/11953>.
- Aparisi, J. (2010). Los principios de la bioética y el surgimiento de una bioética intercultural. Veritas, 1(22), 121-157.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/veritas/n22/art06.pdf>.
- Arévalo Van, T. (2017). Ética y televisión sensacionalista (Tesis de licenciado)
file:///C:/Users/HP/Downloads/arevalo_vt.pdf.
- Arias-Robles, F. Septiembre (2018). La credibilidad de los contenidos informativos en internet para los 'nativos digitales': estudio de caso. 875-894. DOI: 10.5294/pacla.2014.17.3.13. <http://193.147.134.18/bitstream/11000/4565/1/33-La%20credibilidad%20de%20los%20contenidos%20informativos%20en%20internet%20para%20los%20nativos%20digitales.pdf>

Berlo, D, K (1984). Redes sociales de comunicación, Editorial Norma.
<https://bibliopopulares.files.wordpress.com/2012/12/el-proceso-de-la-comunicacion-david-k-berlo-301-1-b-514.pdf>.

Blanco Herrero, D. (2019). Percepciones de los periodistas españoles sobre la utilidad de la deontología periodística para enfrentarse a las noticias falsas. IC: Revista Científica de Información y Comunicación, 16, 549–577.
<https://doi.org/10.12795/IC.2019.i19.17>

Blázquez, N. (2000). El desafío ético de la información España. San Esteban.
[https://books.google.com.pe/books?id=pfHRM9aWEtC&printsec=frontcover&dq=Bl%C3%A1zquez,+N.+\(2000\).+El+desaf%C3%ADo+%C3%A9tico+de+la+informaci%C3%B3n+Espa%C3%B1a.+San+Esteban.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjZ4r7Lus3pAhWEC9QKH1JCeQQ6AEIJTAA#v=onepage&q=Bl%C3%A1zquez%2C%20N.%20\(2000\).%20El%20desaf%C3%ADo%20%C3%A9tico%20de%20la%20informaci%C3%B3n%20Espa%C3%B1a.%20San%20Esteban.&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=pfHRM9aWEtC&printsec=frontcover&dq=Bl%C3%A1zquez,+N.+(2000).+El+desaf%C3%ADo+%C3%A9tico+de+la+informaci%C3%B3n+Espa%C3%B1a.+San+Esteban.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjZ4r7Lus3pAhWEC9QKH1JCeQQ6AEIJTAA#v=onepage&q=Bl%C3%A1zquez%2C%20N.%20(2000).%20El%20desaf%C3%ADo%20%C3%A9tico%20de%20la%20informaci%C3%B3n%20Espa%C3%B1a.%20San%20Esteban.&f=false)

Bocanegra, M. (2019). La producción periodística de un programa dominical: Caso Cuarto Poder.
<http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/4721>.

Burgueño, José Manuel (2010): "Cuestión de confianza. La credibilidad, el último reducto del periodismo del siglo XXI.". Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 17(1), 243-244.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/36956>.

CAIXA, F(03 de 2012), Responsabilidad. Obtenido de fundación Confranc.
<http://www.fundacionconfrac.org/wp-content/uploads/2012/03/-tema-10-RESPONSABILIDAD>.

De la Cruz M, Carvajal J. (2011). El código de ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas político, provincia Santa Elena 2010-2011. (Tesis de titulación).

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/440/1/TESIS%20DE%20JEN%20NIFER%20CARVAJAL%20PERERO.pdf>.

Dávalos, I. (2009). La credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: Reflejo de un periodismo de calidad. Ecuador, Quito: Centro de Investigaciones de Comunicación y Opinión Pública (CICOP).

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5896200.pdf&ved=2ahUKEwj_zOqExs3pAhUtlbkGHbUHAhMQFjAAegQIABAB&usq=AOvVaw1DbhgywYsinGI-kv_BGZsN.

De la cruz Tigrero, J. (2011) el código de ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas político, provincia Santa Elena 2010- 2011.

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/440/1/TESIS%20DE%20JEN%20NIFER%20CARVAJAL%20PERERO.pdf>.

Del Valle del Peral, R. 1989. Líderes de opinión, grupos de presión y prensa en Guerrero.

<https://www.google.com.pe/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://eprints.ucm.es/47825/1/T39971.pdf&ved=2ahUKEwjZ4rey6s3pAhVblbkGHba5BXkQFjAAegQIABAB&usq=AOvVaw1QIGOZdAuEUczZauSudRqF>.

Dominical: caso cuarto poder (tesis para licenciado).

file:///C:/Users/HP/Downloads/JAIMES_BM.pdf.

García-Borrego, M & Farias Batlle, P (2018). Ética positiva y ética negativa: una propuesta metodológica para el estudio de la cultura periodística. Universidad de Málaga, 29010, Málaga, España. Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação Iberian Journal of Information Systems and

Technologies. RISTI, N.º E16, 11/2018.

https://www.researchgate.net/profile/Fernando_Casado_Gutierrez/publication/340564741_Logros_y_desafios_de_los_medios_comunitarios_en_Venezuela_durante_la_Revolucion_Bolivariana/links/5e93be6ca6fdcca78911a826/Logros-y-desafios-de-los-medios-comunitarios-en-Venezuela-durante-la-Revolucion-Bolivariana.pdf#page=215

Gerbner. G. (2002): Teoría del Cultivo.

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/lara_r_k/capitulo3.pdf&ved=2ahUKEwi5-beUys3pAhUIC9QKHZaGC0IQFjAAegQIBBAB&usg=AOvVaw1YHb7IOaJH0zx0RhIq0_7b.

Grossi, A.M. y Soares dos Santos, G. (2018). Jornalismo e credibilidade: Uma percepção do público. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 42, 40-54. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6632660>.

Hernán, María Teresa y Restrepo, Javier Darío (1991) *Ética para periodistas*.

Editorial Tercer Mundo Editores.

[https://books.google.com.pe/books?id=CpTGDwAAQBAJ&pg=PA153&dq=Hern%C3%A1n,+Mar%C3%ADa+Teresa,+Restrepo,+Javier+Dar%C3%ADo+\(1991\)+%C3%89tica+para+periodistas.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwia3sPxy83pAhXtGbkGHVxWBG8Q6AEIJTAA#v=onepage&q=Hern%C3%A1n%2C%20Mar%C3%ADa%20Teresa%2C%20Restrepo%2C%20Javier%20Dar%C3%ADo%20\(1991\)%20%C3%89tica%20para%20periodistas.&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=CpTGDwAAQBAJ&pg=PA153&dq=Hern%C3%A1n,+Mar%C3%ADa+Teresa,+Restrepo,+Javier+Dar%C3%ADo+(1991)+%C3%89tica+para+periodistas.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwia3sPxy83pAhXtGbkGHVxWBG8Q6AEIJTAA#v=onepage&q=Hern%C3%A1n%2C%20Mar%C3%ADa%20Teresa%2C%20Restrepo%2C%20Javier%20Dar%C3%ADo%20(1991)%20%C3%89tica%20para%20periodistas.&f=false).

Herrera, M (2016). Percepción del periodismo de investigación en el Programa televisivo “panorama” en estudiantes de una universidad privada, 2016. (Tesis

para obtener el título e licenciado).

file:///C:/Users/HP/Downloads/Orcada_HMY.pdf.

Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación.

(6°. Ed.). <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>.

Herrera Miller, k (2019), ÉTICA PERIODÍSTICA. CONCEPTOS Y PRÁCTICAS DESDE SUS ACTORES. Editorial Centro de Competencia en Comunicación C3.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63044891/Etica_periodistica_Conceptos_practicas_desde_sus_actores20200421-126258-1lgb4rj.pdf?1587521637=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTitulo_ETICA_PERIODISTICA_CONCEPTOS_Y_PR.pdf&Expires=1599367321&Signature=e8bBoZf9jU9U1sNizzn53X44wFPMR-BrRaHkiiFE1lrCQFMPrgu3SLzkQsLuKx7VF-CyaFIVf9jta~oMKVPu9W-erUSa1oDE6UTcuSLvniu2lvRp2jXYpGLOEBMoLJUTSBUTdcRKpSOk7qPBn-Lil~CWWwXbPbVFqZmMJ9AawU8ZX3T67XhXUvyaINzYWqY5G-3gwgtsbQt8k93GYQJLF6TEcJzHaC1lrniWwIEsaVP5JPKbew-oskUHCE0nNSpcSVMwDVz1Crcl-7S8vhGUOSrW-LHF1qflm16m28P2yuxnckPg1-bzAyUAsR~5LfumJlBkW4Q9hG0rLhSNF7XLrw &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- Jiménez, R. (2018) Factores que mellan el tratamiento de la noticia programa periodístico: “90 segundos” de frecuencia latina. (2011-2016), (Tesis para licenciado). file:///C:/Users/HP/Downloads/bedoya_jvr.pdf .
- Julia Bordonado Bermejo y Del Mar López Talavera. (2005). Telebasura, ética y derecho: límites a la información de sociedad en televisión. Editorial Esic-Universidad Rey Juan Carlos. [file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-TelebasuraEticaYDerecho-2539878%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-TelebasuraEticaYDerecho-2539878%20(1).pdf).
- Kovach, B. (2012). Los elementos del periodismo. Editorial El país. https://books.google.com.pe/books?id=NXQx364hD9YC&pg=PT3&source=gs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false.
- Mayo-Cubero, Marcos (2020). “News sections, journalists and information sources in the journalistic coverage of crises and emergencies in Spain”. El profesional de la información, v. 29, n. 2, e290211. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.11>
- Mendelevich, P. (2005). Ética Periodística en la Argentina y en el mundo. Konrad Adonaver Stiftung. <https://www.fopea.org/wp-content/uploads/2019/01/240844622-Etica-Periodistica.pdf>
- Metzger, M.J & Flanagin, A.J (2008). Digital media, youth, and credibility, Mit press. Micó-Sanz, Josep-Lluís & Canavilhas, João & Masip, Pere & Caballero, Carles. (2008). La ética en el ejercicio del periodismo: Credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet. Editorial Estudos em Comunicação. 15-39. <file:///C:/Users/HP/Downloads/7897.pdf>.
- Morales Blanco, E. (2016). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. ISSN

Universidad de San Martín de Porres 2304-2265 DOI:
<https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.08.>

López, P. y Fachelli, S. (2015). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA. Editorial Universidad Autónoma de Barcelona.
https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf.

Odrizola-Chéné, Javier, & Rodrigo-Mendizábal, Iván. (2017). Hacia un periodismo de calidad en Ecuador: perspectivas de periodistas y audiencia. Cuadernos.info, (41), 175-192. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2017000200175&script=sci_arttext

O'Keefe, D. J. (2016). Persuasion: Theory and Research. (3rd ed.) Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
https://www.academia.edu/27764470/The_Persuasiveness_of_Source_Credibility_A_Critical_Review_of_Five_Decades_Evidence?auto=download.

Pornpitakpan, C. (2004). The persuasiveness of source credibility: A critical review of five decades' evidence. Journal of applied social psychology 34(2):249-281.
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/diversitas/article/view/99/126>.

Quispe V. (2017). Calidad de vida en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Privada Religiosa de Huaraz, 2016 (Tesis de licenciatura). Universidad San Pedro, Huaraz, Perú.
http://publicaciones.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/9038/Tesis_59686.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Restrepo, J. (2005). Ética para periodistas. Editorial Norma.
[https://books.google.com.pe/books?id=CQUvAAAAYAAJ&q=restrepo,+j.+\(2005\).+etica+para+periodistas.+bogota+,+colombia,+grupo+editorial+norma.&dq=restrepo,+j.+\(2005\).+etica+para+periodistas.+bogota+,+colombia,+grupo+](https://books.google.com.pe/books?id=CQUvAAAAYAAJ&q=restrepo,+j.+(2005).+etica+para+periodistas.+bogota+,+colombia,+grupo+editorial+norma.&dq=restrepo,+j.+(2005).+etica+para+periodistas.+bogota+,+colombia,+grupo+)

editorial+norma.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjssa-I0M3pAhU7K7kGHeXcC1YQ6AEIKTAB.

Rodriguez Borges, Rodrigo (1998). La objetividad periodística, un mito persistente. Revista Latina de comunicación Social.02. <http://www.revistalatinacs.org/z8/febrero.98.rodrico.htm>.

Rojas, V. (2011). *Metodología de la investigación* (p, 34). <http://roa.ult.edu.cu/bitstream/123456789/3243/1/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION%20DISENO%20Y%20EJECUCION.pdf>.

Ruiz San Miguel, F.J. y Estrella Tutivén, I.V. (2016). La credibilidad: el valor agregado-indicador, que ayudará a los informativos de las empresas mediáticas ecuatorianas a sobrevivir frente a los nuevos retos. Editorial Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicracia y desarrollo social (57-80), Editorial Egregius. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/50423/Pages%20from%20978-84-945243-2-51-4.pdf?sequence=4&isAllowed=y>.

Sampio Palau, D y Gómez Mompert, J. (2017) Calidad y credibilidad, un binomio inexorable para el futuro de los medios. <file:///C:/Users/HP/Downloads/321204-Text%20de%20l'article-457197-1-10-20170427.pdf>

Salgado, A. (2007). Credibilidad del presentador de programas informativos en la televisión, Definición y cualidades constitutivas. Comunicación y sociedad, XX, 145-18. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8383/1/20090630144211.pdf>.

Sanchez, J.M. (2005). Fuentes de información y credibilidad periodística. Editorial Universidad Complutense de Madrid.

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110093A/124>

[46](#)

Vargas Chávez, A. (2018). Actividad periodística en UCV satelital – TV Cosmos en La Libertad. Editorial Biblioteca de Educación y Ciencias de la comunicación – UNT.

<http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/12012/VARGAS%20HAVEZ%20ANDRES%20MANUEL.pdf?sequence=3&isAllowed=y>.

Vivar, J. (26 de febrero 2018) La credibilidad del periodismo...y del periodista [Madrid+Blogs].

<https://www.madrimasd.org/blogs/culturadered/la-credibilidad-del-periodismo-y-del-periodista/>.

Wathen, N. & Burkell, J. (2002). Believe it or not, factors American Society for information Science and Technology.

[https://books.google.com.pe/books?id=pLyGDAAAQBAJ&pg=PA211&dq=Wathen,+N.+%26+Burkell,+J.+\(2002\).+Believe+it+or+not,+factors+American+Society+for+information+Science+and+Technology.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiyt73U7M3pAhXWK7kGHcW6B6QQ6wEIJzAA#v=onepage&q=Wathen%2C%20N.%20%26%20Burkell%2C%20J.%20\(2002\).%20Believe%20it%20or%20not%2C%20factors%20American%20Society%20for%20information%20Science%20and%20Technology.&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=pLyGDAAAQBAJ&pg=PA211&dq=Wathen,+N.+%26+Burkell,+J.+(2002).+Believe+it+or+not,+factors+American+Society+for+information+Science+and+Technology.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiyt73U7M3pAhXWK7kGHcW6B6QQ6wEIJzAA#v=onepage&q=Wathen%2C%20N.%20%26%20Burkell%2C%20J.%20(2002).%20Believe%20it%20or%20not%2C%20factors%20American%20Society%20for%20information%20Science%20and%20Technology.&f=false).

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA Y MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Credibilidad y Ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020.

Autores: Quilcate Aquije Rodrigo Rafael / Valdivieso Moreno Kevin Arturo

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	MÉTODO	INSTRUMENTO
¿Qué relación existe entre credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020?	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar la relación que existe entre credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020.</p>	<p>HIPÓTESIS PRINCIPAL:</p> <p>Existe una relación significativa entre credibilidad y ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020.</p>	<p>Enfoque cuantitativo, tipo de investigación básico, nivel de investigación correlacional y diseño de investigación no experimental/ Transaccional</p>	<p>Cuestionario, aplicand o escala LIKERT.</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS:	OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:		
¿Qué relación existe entre la credibilidad de la fuente de información y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020?	<p>Determinar la relación que existe entre la credibilidad de la fuente de información y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020.</p>	<p>Existe una relación significativa entre la credibilidad de la fuente de información y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020.</p>		
¿Qué relación existe entre la credibilidad del mensaje y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020?	<p>Determinar la relación que existe entre la credibilidad del mensaje y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020.</p>	<p>Existe una relación significativa entre la credibilidad del mensaje y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020.</p>		
¿Qué relación existe entre la credibilidad del canal y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020?	<p>Determinar la relación que existe entre la credibilidad del canal y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020.</p>	<p>Existe una relación significativa entre la credibilidad del canal y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020.</p>		
¿Qué relación existe entre la credibilidad del receptor y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020?	<p>Determinar la relación que existe entre la credibilidad del receptor y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020.</p>	<p>Existe una relación significativa entre la credibilidad del receptor y la ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020.</p>		

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumento
V1: Credibilidad Periodística	La credibilidad periodística, y la persuasión se ha identificado como factores determinantes de la credibilidad a la experticia y a la confiabilidad atribuible al medio. (Pornpitakpan.2004)	De acuerdo a la definición de Credibilidad Periodística, Según Pornpitakpan (2004), esta variable Considera las siguientes dimensiones: Credibilidad de la Fuente de información, mensaje, receptor, canal	Credibilidad de la Fuente de información	Confiables	Escala ordinal	Cuestionario
				Transparentes		
				Manejo responsable de la información		
			Credibilidad del Mensaje	Informativo		
				Audiovisual		
			Credibilidad del Receptor	Recibe el Mensaje		
				Interpreta el Mensaje		
			Credibilidad del Canal	Personal		
				Masivo		
			V2: Ética Periodística	La ética periodística es la práctica moral en donde el periodista cumple con su responsabilidad ética que es primordial para buscar y difundir informaciones periodísticas en los medios de comunicación. (Restrepo, 2005)		
Proyecta la realidad de la sociedad						
Secreto profesional	Guarda la identidad de su fuente					
	Integridad corporal de las personas					
	Deja de ser un secreto cuando afecta el bien público					
Objetividad	Controlar las emociones ante un suceso					
	Amistades o familiares					
Veracidad	Principio de veracidad					
	Presunción de veracidad					

ANEXO 6

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Credibilidad y Ética periodística de “Cuarto Poder” sobre la emergencia nacional por COVID-19 en vecinos Fundo Oyague, Jesús María, 2020.

CUESTIONARIO

La presente encuesta tiene por finalidad ayudar a obtener resultados que respalden la investigación que se enfocará en estudiar la credibilidad y ética periodística del programa televisivo "Cuarto Poder" respecto a la información emitida sobre el estado de emergencia por Covid-19. Por consiguiente, se le solicita responder de manera veraz para lograr que el resultado sea confiable y certero.

N°	ÍTEM	5				
		1	2	3	4	5
		Totalmente de acuerdo				
		4 De acuerdo				
		3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo				
		2 En desacuerdo				
		1 Totalmente en desacuerdo				
1	El programa periodístico “Cuarto Poder” emite la información necesaria para informar sobre temas importantes					
2	El programa periodístico “Cuarto Poder” emite su información de manera confiable acerca del covid-19.					
3	Se aborda temas de suma importancia en programa periodístico “Cuarto Poder”.					
4	La información periodística del programa “Cuarto Poder” es de manera transparente en sus contenidos.					
5	Se siente completamente informado con el programa periodístico “Cuarto Poder”.					
6	La información del programa periodístico “Cuarto Poder” es manejada responsablemente ante el estado de emergencia por Covid-19.					
7	Logra informarse y/o entender los mensajes que emite el programa periodístico “Cuarto Poder”.					
8	El programa periodístico “Cuarto Poder” emite sus mensajes de manera objetiva y concreta sobre el estado de emergencia por Covid-19.					
9	El programa periodístico “Cuarto Poder” utiliza un lenguaje adecuado para que su información sea entendible.					
10	El programa periodístico “Cuarto Poder” utiliza palabras claras y concisas para abordar temas respecto al Covid-19.					
11	El programa periodístico “Cuarto Poder” cambio su manera de pensar y actuar al recibir información sobre el estado de emergencia por covid-19.					
12	Los reportajes periodísticos sobre el estado de emergencia por covid-19 en el programa “Cuarto Poder”, cumplen con la credibilidad periodística.					
13	Los periodistas del programa “Cuarto Poder” respetan la credibilidad dentro de sus informes periodísticos.					
14	Los mensajes que se emiten en la televisión son más confiables que los boletines informativos.					
15	Los periodistas del programa “Cuarto Poder” reflejan un mensaje claro y no distorsionan la información al momento de transmitirla.					
16	El programa “Cuarto Poder” relata hechos y cifras reales sobre el Covid-19.					
17	El programa periodístico “Cuarto Poder” protege la identidad de quien le facilita la información.					
18	Si un periodista del programa “Cuarto Poder” revela información que afecte la integridad personal de su fuente debe ser sancionado.					
19	Un periodista no debería de anteponer sus sentimientos frente a un acontecimiento de escala mayor.					
20	Es una falta de ética profesional, que un periodista mezcle sus relaciones personales con un suceso periodístico.					
21	Es ético que los periodistas del programa “Cuarto Poder” corroboren su información antes de ser emitido en un reportaje periodístico.					

ANEXOS COMPLEMENTARIOS

Validación y confiabilidad.

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN

Cuantitativo

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

- COEFICIENTE DE V DE AIKEN

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

Siendo:

S = la suma de si

S_i = valor asignado por el juez i

n = número de jueces

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

Confiabilidad de Alfa de Cronbach

Resumen de procesamiento de casos

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

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,943	21

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Fasanando Lescano Kilver Manuel

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 14 /09/2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
CREDIBILIDAD Y ÉTICA PERIODÍSTICA DE "CUARTO PODER" SOBRE EL ESTADO DE EMERGENCIA POR COVID-19 EN VECINOS FUNDO OYAGÜE, JESÚS MARÍA, 2020.

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

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

SUGERENCIAS: Las preguntas 12 y 13 son similares y pueden confundir al encuestado. Se sugiere establecer la diferencia entre ambas para mejorar su redacción, caso contrario obviar una de ellas.

Firma del experto:



 Mg/ Kilver Fasanando Lescano
 DNI 18149021

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Pérez Terrones José

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: UCV

Fecha: 12-09-20

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

CREDIBILIDAD Y ÉTICA PERIODÍSTICA DE "CUARTO PODER" SOBRE EL ESTADO DE EMERGENCIA POR COVID-19 EN VECINOS FUNDO OYAGÜE, JESÚS MARÍA, 2020.

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

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

SUGERENCIAS:-----

Firma del experto:

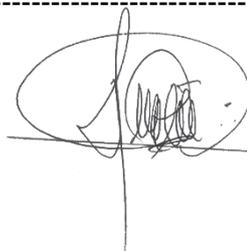


TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Moreno López, Wilder Emilio

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: UCV - UNFV

Fecha: 15-09-2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

CREDIBILIDAD Y ÉTICA PERIODÍSTICA DE "CUARTO PODER" SOBRE EL ESTADO DE EMERGENCIA POR COVID-19 EN VECINOS FUNDO OYAGÜE, JESÚS MARÍA, 2020.

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

SUGERENCIAS:-----

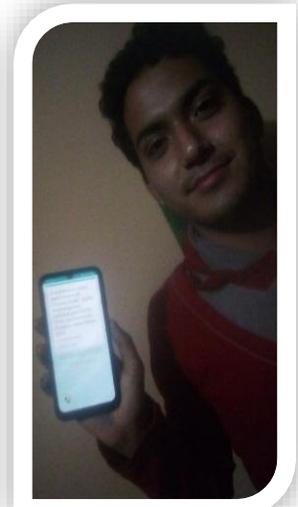
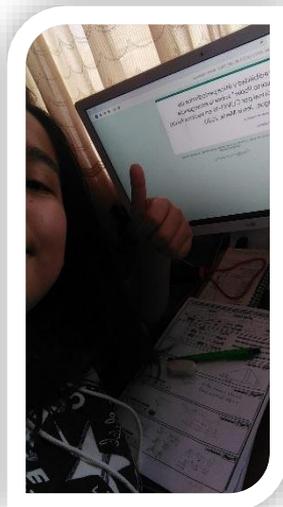
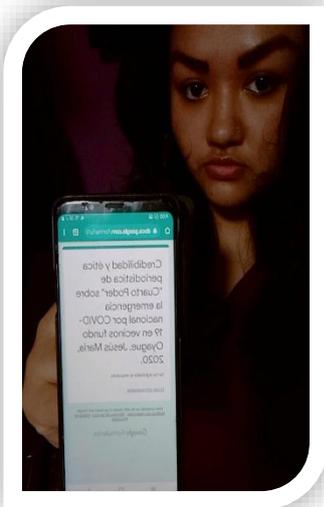
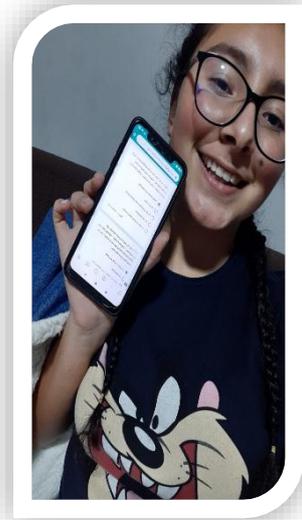
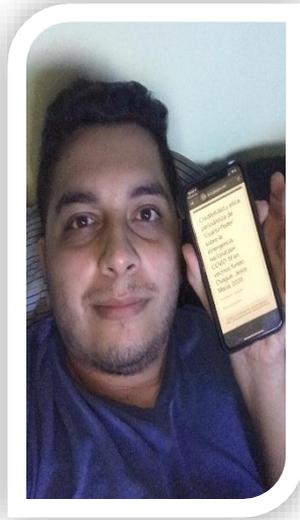
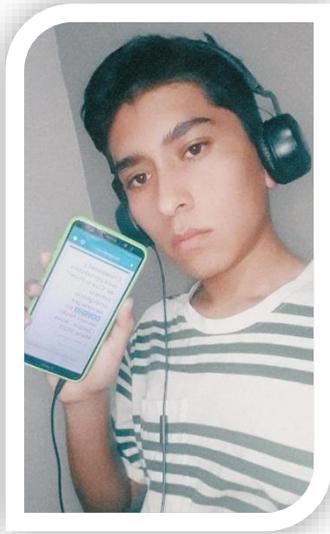
Firma del experto:

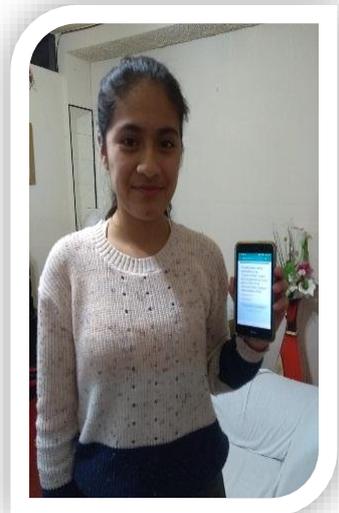
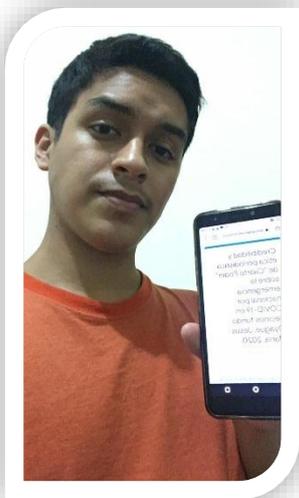
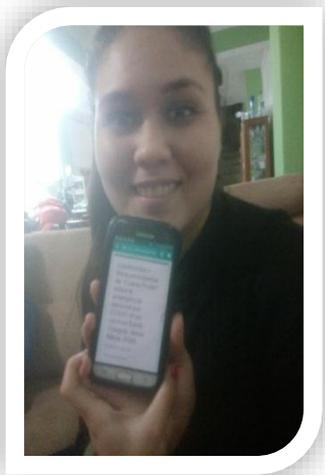
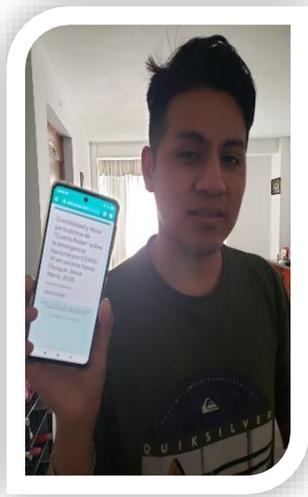
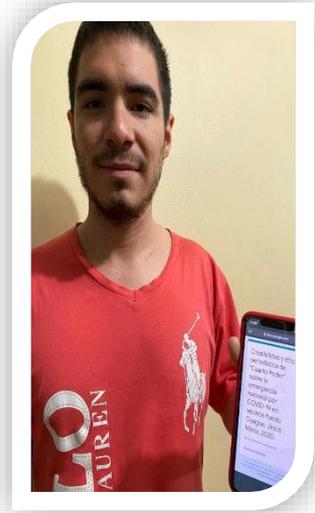
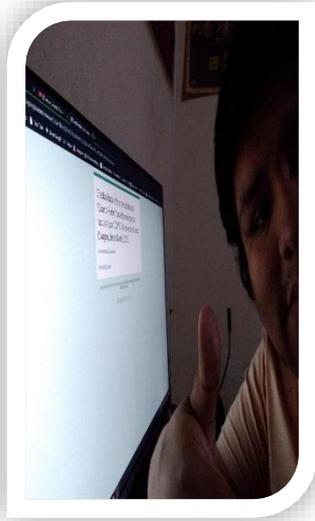
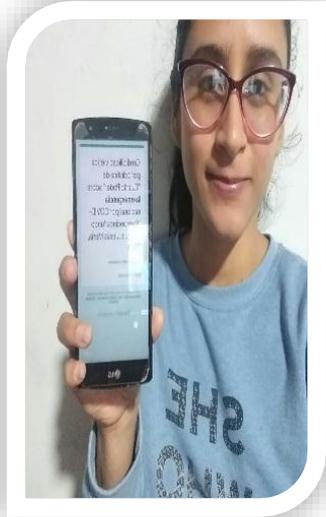


Wilder Emilio Moreno López

EVIDENCIAS DE ENCUESTADOS

- Se encuestó de manera virtual el 22 de Septiembre del 2020.
- Jovenes entre los 20 y 30 años de edad.
- Vecinos de la Urb. fundo Oyague Jesús María.





Matriz de Datos

- Aquí se encuentran los puntajes hallados de la encuesta.

VARIABLE 1										
	D1			D2				D3		D4
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	2	4	5	1	3	4	3	3	3
2	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5
3	5	5	4	5	5	3	2	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4
6	1	2	4	5	1	2	2	1	3	2
7	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
8	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3
9	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5
10	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4
11	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
12	1	2	5	1	1	2	3	1	3	3
13	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4
14	3	3	5	3	3	3	4	3	4	4
15	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
16	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4
17	3	3	3	3	2	3	3	3	5	5
18	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3
19	4	5	5	5	4	3	3	4	2	2
20	5	3	5	5	3	4	4	3	4	3
21	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4
22	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3
23	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3
24	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
25	4	3	1	4	3	3	4	4	5	5
26	3	4	4	4	3	3	5	3	5	5
27	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4
28	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4
29	3	5	5	5	5	4	3	5	5	5
30	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3
31	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5
32	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
33	4	5	4	5	5	3	5	5	4	3
34	5	4	4	4	3	5	3	3	5	5
35	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5
36	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4

37	5	4	4	4	3	5	3	4	5	5
38	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
39	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4
40	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
41	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4
42	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
43	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
44	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3
45	4	4	4	4	2	3	2	3	4	4
46	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4
47	4	4	2	5	4	2	4	2	4	4
48	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4
49	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3
50	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3
51	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
52	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
54	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
55	3	4	1	3	4	4	4	4	4	4
56	3	2	4	4	3	4	4	4	4	5
57	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4
58	4	4	4	3	5	4	5	3	4	4
59	4	4	3	4	3	5	4	3	4	4
60	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3
61	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4
62	5	3	4	4	3	3	4	3	4	4
63	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
64	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3
65	3	4	5	4	3	3	3	3	4	4
66	4	4	4	3	5	3	5	3	4	4
67	3	4	4	3	2	5	4	3	4	5
68	4	4	3	3	3	2	5	5	5	4
69	3	5	4	5	5	5	4	2	5	5
70	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
71	2	3	4	5	4	5	5	5	4	4
72	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3
73	4	4	4	5	2	4	3	4	4	4
74	4	4	2	3	5	1	4	5	5	4
75	4	4	2	4	4	4	4	2	4	3
76	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
77	2	5	3	4	4	4	4	4	2	2
78	5	4	3	5	2	4	2	4	4	4
79	5	5	4	5	3	2	4	4	2	1
80	4	4	4	4	4	2	5	5	2	2
81	4	5	4	2	1	3	1	2	4	4
82	2	4	3	4	4	1	4	5	4	4

83	4	4	3	4	4	4	4	1	3	3
84	4	3	4	1	4	4	4	4	5	4
85	1	4	4	4	5	4	5	4	5	4
86	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4
87	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4
88	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5
89	5	2	4	4	3	4	4	3	4	4
90	4	4	5	5	4	3	4	2	4	4
91	5	4	4	4	2	3	4	4	4	4
92	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
93	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4
95	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3
96	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4
97	2	4	4	4	4	4	4	5	3	4
98	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4
99	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
100	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
101	2	4	2	4	5	4	4	3	3	3
102	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1
103	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4
104	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
105	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4
106	2	5	5	2	4	4	4	4	4	3
107	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2
108	3	3	2	4	2	2	2	3	5	3
109	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
110	3	3	5	4	4	4	4	4	1	1
111	2	3	5	4	1	1	1	1	2	2
112	3	4	3	4	2	3	3	2	4	4
113	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
114	4	4	4	1	3	3	3	2	4	4
115	1	3	4	2	2	4	4	3	4	2
116	3	4	4	3	2	4	4	2	4	4
117	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
118	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4
119	2	1	2	4	4	4	5	4	5	5
120	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5
121	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
122	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4
123	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4
124	5	4	4	5	3	4	3	4	4	4
125	5	4	4	4	3	3	4	2	4	4
126	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
128	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4

129	3	5	5	4	3	4	3	4	4	4
130	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4
131	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4
132	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4
133	4	3	3	2	3	4	4	3	4	3
134	3	4	2	2	3	3	4	4	5	4
135	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4
136	4	3	4	3	3	5	4	4	5	5
137	3	4	4	3	5	4	3	5	4	4
138	5	4	3	4	3	3	5	3	3	3
139	4	4	5	4	3	5	3	3	5	4
140	3	4	2	4	4	3	4	4	3	3
141	4	3	5	3	3	3	4	4	5	4
142	4	4	5	3	5	4	4	3	4	3
143	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
144	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4
145	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
146	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4
147	5	3	3	4	3	4	3	3	4	5
148	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
149	4	4	4	5	3	3	4	4	3	3
150	3	3	4	4	2	4	4	5	4	4

VARIABLE 2										
D1		D2			D3				D4	
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
2	2	1	2	2	1	1	1	4	4	4
4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
2	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
4	4	4	5	4	2	4	5	4	5	5
3	2	4	4	4	5	4	4	3	4	4
2	4	1	2	2	3	3	4	5	5	4
2	2	4	3	4	3	3	5	3	4	5
4	5	2	3	2	2	2	4	4	4	4
3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5
2	4	2	4	3	4	4	5	5	5	5
3	2	1	2	2	2	5	5	4	4	4
3	3	3	3	3	2	3	4	5	5	4
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3

4	3	3	2	3	3	4	3	5	5	4
3	3	4	4	3	3	2	5	4	4	5
4	4	3	3	3	3	3	4	2	5	5
4	4	4	4	4	3	4	3	2	5	5
3	3	3	3	4	4	3	4	5	5	5
4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4
3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	5
3	4	5	5	3	4	4	5	3	4	3
3	3	4	3	3	3	3	3	5	4	4
3	3	4	4	4	4	3	4	5	5	3
4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	3
5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	5	3	3	3	4	5	5	5	5
4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5
4	5	3	3	5	4	5	5	3	5	4
5	5	5	3	4	3	4	4	5	5	5
3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5
4	5	4	3	3	3	4	4	3	3	5
5	4	4	3	2	4	3	3	5	5	5
3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5
5	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4
4	5	4	3	4	3	4	3	4	5	5
2	4	4	5	3	3	5	5	5	5	5
4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	2	4	4	2	4	5	3	4	5
4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
5	4	3	3	4	3	5	5	5	5	4
4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	1
4	4	4	3	5	5	4	4	2	4	5
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
4	2	4	2	4	5	4	5	4	5	5
3	3	3	2	4	5	4	5	4	5	4
3	4	4	4	5	4	3	4	3	2	5
3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5
2	4	2	4	5	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	4	5	3	4	5	5	4
3	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4
3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5
4	4	2	3	3	4	4	5	3	1	5
4	4	5	5	4	3	2	4	5	5	4
4	3	3	2	4	3	4	4	5	5	4
3	4	5	4	4	3	5	5	3	5	5
3	5	4	4	2	2	3	5	4	5	3
3	3	5	5	3	3	4	5	3	3	5
3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	5

4	3	4	4	3	3	3	5	3	3	5
3	3	3	3	4	3	4	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5
3	5	4	4	4	2	4	5	5	5	5
4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	3
4	4	2	2	4	2	3	3	4	4	3
3	4	4	2	3	3	4	5	2	5	5
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
3	3	3	4	4	3	5	5	3	5	4
3	4	1	1	3	3	5	5	4	4	4
4	2	4	3	3	3	4	5	3	4	5
4	4	4	2	4	2	4	4	5	5	5
5	4	4	4	4	3	3	1	5	3	5
3	4	4	3	2	3	5	4	4	4	4
4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	5
2	2	2	3	2	3	4	3	5	5	5
3	4	4	5	3	4	2	4	4	3	4
1	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4
2	1	4	4	4	4	3	5	3	3	4
3	4	4	4	4	3	1	4	4	4	5
4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4
4	5	3	5	4	3	4	5	4	5	5
4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5
4	4	3	4	2	2	3	5	3	3	5
3	4	3	3	3	3	4	4	3	1	3
5	4	3	3	2	4	4	5	4	4	3
4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5
3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5
3	4	4	5	3	4	3	3	3	1	5
4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5
3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5
5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4
4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	5
4	4	4	1	2	4	3	4	4	5	4
2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	5
3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	5
3	2	3	3	3	3	4	4	5	4	5
2	3	3	3	4	5	4	1	3	3	1
4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	1	1	4	4	4	3	5
3	3	3	4	4	3	4	5	5	5	4
3	4	4	3	3	3	2	3	1	1	3
4	2	5	5	4	4	4	2	3	4	3

4	4	4	3	2	2	3	3	5	5	5
4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
1	1	1	1	1	2	1	1	5	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	1
4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	3
3	3	2	3	3	3	3	5	3	3	4
4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	5
4	4	5	5	3	2	4	5	5	5	4
4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	5	1	1	2	5	3	3	5
5	5	3	4	3	3	5	5	4	4	5
4	5	4	5	2	2	4	5	5	5	4
4	4	4	4	3	2	4	4	4	5	5
4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	2	2	3	5	3	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
4	3	4	3	5	5	3	3	4	4	4
3	3	3	3	4	3	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
3	3	3	4	5	4	4	4	5	5	3
3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3
4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4
4	3	4	4	2	4	4	5	4	4	5
4	5	4	2	3	2	4	5	3	3	5
4	4	3	3	4	3	3	5	5	5	5
2	3	3	2	4	5	4	5	4	4	5
4	4	4	2	3	3	4	5	5	5	4
3	3	4	2	4	4	3	4	5	5	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	3
4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5
4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4
3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
4	4	3	4	4	4	3	5	5	5	5
4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	1	4	5	5	4	5
4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4
5	4	2	3	2	3	3	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5
4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5

Sumas agrupadas						
Prueba de normalidad						
Pun. V1	Pun. V2	V1D1	V1D2	V1D3	V1D4	
29	24	7	13	6	3	
45	51	13	17	10	5	
43	48	14	15	9	5	
40	46	12	16	8	4	
41	41	12	16	9	4	
23	35	7	10	4	2	
37	38	11	14	8	4	
26	36	8	10	5	3	
46	50	13	18	10	5	
39	43	12	15	8	4	
32	34	11	12	6	3	
22	38	8	7	4	3	
35	35	10	14	7	4	
35	33	11	13	7	4	
33	37	9	13	7	4	
38	39	13	14	7	4	
33	40	9	11	8	5	
32	39	11	13	5	3	
37	42	14	15	6	2	
39	42	13	16	7	3	
39	45	11	15	9	4	
32	36	9	14	6	3	
32	43	9	13	7	3	
42	38	12	15	7	4	
36	42	8	14	9	5	
39	43	11	15	8	5	
35	40	11	13	7	4	
38	46	10	16	8	4	
45	48	13	17	10	5	
41	46	14	16	8	3	
42	48	13	15	9	5	
44	45	12	18	9	5	
43	41	13	18	9	3	
41	43	13	15	8	5	
44	44	10	19	10	5	
42	47	11	18	9	4	
42	44	13	15	9	5	
47	46	12	20	10	5	
42	44	13	16	9	4	
39	41	10	17	8	4	
39	50	11	16	8	4	

40	46	12	15	9	4
42	36	13	17	8	4
38	44	11	17	7	3
34	49	12	11	7	4
39	44	11	15	9	4
35	42	10	15	6	4
35	41	11	12	8	4
35	44	10	14	8	3
33	38	10	14	6	3
38	45	12	14	8	4
38	38	12	14	8	4
38	40	12	15	7	4
38	45	11	16	7	4
35	38	8	15	8	4
37	45	9	15	8	5
36	41	10	15	7	4
40	46	12	17	7	4
38	40	11	16	7	4
38	42	12	14	9	3
37	40	11	14	8	4
37	40	12	14	7	4
36	43	11	16	6	3
35	38	11	14	7	3
36	47	12	13	7	4
39	46	12	16	7	4
37	44	11	14	7	5
38	35	11	13	10	4
43	40	12	19	7	5
45	53	13	19	9	4
41	42	9	19	9	4
36	37	10	15	8	3
38	40	12	14	8	4
37	43	10	13	10	4
35	41	10	16	6	3
37	40	11	14	8	4
34	45	10	16	6	2
37	36	12	13	8	4
35	40	14	14	6	1
36	45	12	15	7	2
30	37	13	7	6	4
35	40	9	13	9	4
34	44	11	16	4	3
37	45	11	13	9	4
40	47	9	18	9	4
40	47	13	16	7	4
42	38	12	17	9	4
43	34	12	16	10	5
37	41	11	15	7	4

39	42	13	16	6	4
38	44	13	13	8	4
37	38	12	13	8	4
39	45	11	16	8	4
37	42	12	13	8	4
39	43	13	15	8	3
39	41	12	15	8	4
38	39	10	16	8	4
36	39	10	16	6	4
34	38	10	14	7	3
37	41	12	13	8	4
34	39	8	17	6	3
32	32	12	13	6	1
37	39	12	13	8	4
36	39	10	14	8	4
40	43	13	15	8	4
37	30	12	14	8	3
36	40	12	14	8	2
29	40	8	10	8	3
37	41	12	13	8	4
33	23	11	16	5	1
22	34	10	7	3	2
32	41	10	12	6	4
39	35	12	15	8	4
32	41	12	10	6	4
29	46	8	12	7	2
34	45	11	13	6	4
42	47	12	16	9	5
40	37	11	16	9	4
36	46	5	17	9	5
43	45	9	19	10	5
40	43	11	16	9	4
40	45	12	16	8	4
37	40	9	16	8	4
40	38	13	15	8	4
37	42	13	14	6	4
41	42	13	16	8	4
35	47	11	15	6	3
39	43	12	15	8	4
39	43	13	14	8	4
40	46	14	14	8	4
37	43	12	13	8	4
37	40	10	15	8	4
33	44	10	13	7	3
34	41	9	12	9	4
41	43	12	15	10	4
40	41	11	15	9	5
39	38	11	15	9	4

36	41	12	15	6	3
40	48	13	15	8	4
34	38	9	15	7	3
38	46	12	13	9	4
39	45	13	16	7	3
41	53	12	16	9	4
41	40	12	16	9	4
43	43	13	17	9	4
41	44	12	18	7	4
37	42	11	14	7	5
35	45	12	13	7	3
37	45	12	15	7	3
37	47	10	14	9	4
5604	6254				

PROMEDIOS					
V1	V2	D1	D2	D3	D4
3	2	2	3	3	3
5	5	4	4	5	5
4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
2	3	2	3	2	2
4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3
2	3	3	2	2	3
4	3	3	4	4	4
4	3	4	3	4	4
3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	5
3	4	4	3	3	3
4	4	5	4	3	2
4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3
3	4	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4
4	4	3	4	5	5
4	4	4	4	4	5

4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	4
5	4	4	4	5	5
4	4	5	4	4	3
4	4	4	4	5	5
4	4	4	5	5	5
4	4	4	5	4	3
4	4	4	4	4	5
4	4	3	5	5	5
4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	5	5
5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4
4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3
3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4
4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	3
3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3
4	3	4	4	3	3
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5
4	3	4	3	5	4
4	4	4	5	4	5
5	5	4	5	4	4
4	4	3	5	4	4
4	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	5	4

4	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	2
4	3	4	3	4	4
4	4	5	4	2	1
4	4	4	4	3	2
3	3	4	2	3	4
4	4	3	3	4	4
3	4	4	4	2	3
4	4	4	3	4	4
4	4	3	5	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4
4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4
4	4	3	4	3	4
3	3	3	4	3	3
4	4	4	3	4	4
3	4	3	4	3	3
3	3	4	3	2	1
4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	3	2
3	4	3	3	4	3
4	4	4	3	4	4
3	2	4	4	2	1
2	3	3	2	2	2
3	4	3	3	3	4
4	3	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4
3	4	3	3	3	2
3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	5	5
4	3	4	4	4	4
4	4	2	4	5	5
4	4	3	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4

4	4	3	4	4	4
4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	4
3	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4
4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	5
4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3
4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5
4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	3
4	4	3	4	4	4