



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Periodismo ciudadano y opinión pública en los estudiantes de ciencias de la comunicación de la universidad privada del norte, 2018

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

AUTORA:

Perez Risso, Raysa Casandra (ORCID: 0000-0002-9110-0562)

ASESOR:

Dr. Ramos Palacios, Wilder Fabio (ORCID: 0000-0002-3730-1638)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

CALLAO – PERÚ

2021

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi madre, ya que en este proyecto se refleja todo el esfuerzo, sacrificio y superación que solo ella ha sabido inculcarme.

A mi padre, que desde el cielo me reconforta para seguir adelante con mis proyectos.

A mi Tiburoncin y a las personas que a lo largo de este proceso me brindaron su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Tus esfuerzos son impresionantes, y tu amor incalculable.

Lo que soy hoy en día, así como la vida te la debo a ti.

Mi madre y amiga jamás me alcanzará la vida para agradecerte por cada enseñanza, y por cada momento en que no me dejaste caer, tus palabras fueron fundamentales para la culminación de mi tesis.

Eternamente agradecida, Rita.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
Índice de Tablas	v
Índice de Figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	11
2.1 Tipo y diseño de investigación	11
2.2 Variables y operacionalización de variables	12
2.3 Población y muestra	17
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
2.5 Procedimiento	21
2.6 Métodos de análisis de datos	21
2.7 Aspectos éticos	22
III. RESULTADOS	23
IV. DISCUSIÓN	37
V. CONCLUSIONES	41
VI. RECOMENDACIONES	42
REFERENCIAS	43
ANEXOS	17

Índice de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de Variable Periodismo Ciudadano	15
Tabla 2. Operacionalización de Variable Opinión Pública	16
Tabla 3. Distribución de la Población	17
Tabla 4. Distribución de la Muestra	19
Tabla 5. Validación del instrumento Periodismo Ciudadano	20
Tabla 6. Validación del instrumento Opinión Pública	21
Tabla 7. Confiabilidad del Instrumento	21
Tabla 8. Nivel de percepción del Periodismo Ciudadano	23
Tabla 9. Nivel de percepción de la Opinión Pública	24
Tabla 10. Nivel de percepción del Ciberactivismo	25
Tabla 11. Nivel de percepción del Hiperlocalismo	26
Tabla 12. Nivel de percepción de las características del periodismo ciudadano	27
Tabla 13. Nivel de percepción del medio de expresión	28
Tabla 14. Nivel de percepción de la temática	29
Tabla 15. Nivel de percepción de la intencionalidad	30
Tabla 16. Hipótesis General	31
Tabla 17. Hipótesis específica 1	32
Tabla 18. Hipótesis específica 2	34
Tabla 19. Hipótesis específica 3	35

Índice de Figuras

Figura 1. Nivel de percepción de periodismo ciudadano	23
Figura 2. Nivel de percepción de la opinión pública	24
Figura 3. Nivel de percepción del ciberactivismo	25
Figura 4. Nivel de percepción del hiperlocalismo	26
Figura 5. Nivel de percepción de las características del periodismo ciudadano	27
Figura 6. Nivel de percepción del medio de expresión	28
Figura 7. Nivel de percepción de la temática	29
Figura 8. Nivel de percepción de la intencionalidad	30

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general determinar la relación entre el periodismo ciudadano en la formación de la opinión pública, para ello se tomó en cuenta como población a los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Esta investigación corresponde al tipo aplicado, con enfoque cuantitativo, de nivel correlacional, con diseño no experimental y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 288 estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018. Se utilizó la técnica de la encuesta y de instrumento el cuestionario. Se usaron estadísticos descriptivos y para la prueba de hipótesis se usó el coeficiente de correlación Spearman.

Los resultados arrojan que se evidencian que el 57.99% de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018 utilizan el periodismo ciudadano como herramienta comunicacional, el 38.19% indica un nivel medio y el 3.8% nivel bajo. Igualmente, Asimismo, se observa que el nivel de significancia es menor que la significancia de investigación 0.05 ($p=0.000<0.05$), seguidamente se concluye que según la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Así mismo, podemos concluir que sí existe relación notablemente significativa entre el periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Palabras clave: Periodismo ciudadano, ciberactivismo, hiperlocalismo, opinión pública.

Abstract

The general objective of this research is to determine the relationship between citizen journalism in the formation of public opinion, for this the students of the Communication Sciences career of the Universidad Privada del Norte, 2018 were taken into account as a population.

This research corresponds to the applied type, with a quantitative approach, at a correlational level, with a non-experimental and cross-sectional design. The sample consisted of 288 students from the Communication Sciences career at the Universidad Privada del Norte, 2018. The survey technique and the questionnaire instrument were used. Descriptive statistics were used and the Spearman correlation coefficient was used for hypothesis testing.

The results show that it is evidenced that 57.99% of Communication Sciences students of the Universidad Privada del Norte, 2018 use citizen journalism as a communication tool, 38.19% indicate a medium level and 3.8% low level. Likewise, it is also observed that the level of significance is less than the research significance 0.05 ($p = 0.000 < 0.05$), then it is concluded that according to the decision rule the null hypothesis is rejected and the research hypothesis is accepted. Likewise, we can conclude that there is a remarkably significant relationship between citizen journalism and public opinion in students of the communication sciences career of the Universidad Privada del Norte, 2018.

Keywords: Citizen journalism, cyberactivism, hyperlocalism, public opinion.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente ser parte del desarrollo tecnológico significa estar asociado a una red social, en caso de estudio, negocios, trabajos e incluso en la vida personal que de alguna manera se encuentra vinculada al internet y todo aquello que ha traído consigo esta nueva era.

Para los millennials – aquellos jóvenes que nacieron entre 1980 y 2000- que se caracterizan por haberse criado y crecido en un entorno tecnológico, es imprescindible ser participe en las actividades de las redes sociales existentes en la actualidad.

Las principales redes permiten llegar a más gente que, al estar conectado desde un ordenador o Smartphone se pueden crear lazos de comunicación e incluso ir fortaleciéndolos a lo largo del tiempo, ya que estos medios están en constante actualización adecuándose a las necesidades de los consumidores, cabe resaltar que la importancia de estas plataformas dependerá de las preferencias y lo que se busque lograr a través de ellas individualmente. Facebook, por ejemplo, es una red social que conecta y ayuda a ponerte en contacto con gente alrededor del mundo; Instagram es una red social utilizada para expresar ideas a través de imágenes; Twitter hoy en día ha adquirido poder y postura como una fuente de información fiable para los mismos usuarios y periodistas en general; y desde luego WhatsApp que en cada Android o Smartphone es indispensable hoy en día, entre otras tantas plataformas.

Según la información de Digital in 2018, elaborado por las plataformas Hootsuite y We are Social sobre la población total por la que está conformada nuestro País, las personas que utilizan activamente las redes sociales en general alcanzan los 22 millones, de los cuales 20.1 millones son únicos usuarios mediante un Smartphone para acceder a un social media. Por otro lado, se debe resaltar que Facebook es la red social con más usuarios activos en la actualidad, teniendo a un 45% de mujeres y un 55% de hombres conformando esta utilidad, posterior a ello se encuentra Instagram con el 53% de usuarios mujeres y el 47% hombres, le siguen YouTube, Twitter, WhatsApp entre las más conocidas, ya que existen otras tantas como LinkedIn, FourSquare, Pinterest, entre otras.

Precisamente, entre las acciones más realizadas por la población al hacer uso de estas plataformas digitales, se encuentra la acción compartir información y la interacción que se logra a partir de ello que es en lo que se basa parte principal de este tema, ya que, a raíz de este gusto por los usuarios por difundir información en tiempo real es que nace el denominado periodismo ciudadano también conocido como “público”, “democrático”, “participativo”, hasta incluso “callejero” o “guerrillero” y es que se denomina así a aquellos ciudadanos que realizan un papel activo en la sociedad al momento de registrar, recopilar y difundir información de interés social o local, es decir un hecho noticioso.

Cabe resaltar que, en la actualidad estas plataformas digitales han tomado un espacio significativo en la sociedad convirtiéndose en el medio más efectivo para compartir información de manera inmediata y lograr a la vez una difusión masiva de esta misma en corto tiempo, es así como supone nace el denominado periodismo ciudadano con todas y cada una de las personas que realizan la labor de un periodista profesional pero de manera aislada y desde luego sin preparación previa, sin embargo toma importancia cuando se realiza de manera activa al punto de llegar a determinado grupo de gente en el cual se pueda causar impacto.

Dentro de este marco, el ciudadano como supuesta labor reconocida en la sociedad, y es verdad que todo ciudadano puede opinar y difundir información mientras se encuentre dentro de la veracidad correspondiente y, sobre todo, pueda sentir libre de realizar la difusión de algún tipo de información, más no olvidemos que una noticia veraz pasa por un proceso de investigación, análisis, y redacción, previo a la publicación y posterior difusión de esta misma, y pese a ello esta acción está tomando espacio en la sociedad adquiriendo gran importancia al momento de desarrollar una opinión.

La realización espontánea de esta labor favorece de cierta manera a aquellos empresarios que deseen compartir información y generar participación con sus clientes, pero los afecta en otro tanto por ciento, ya que, si la información difundida se realiza de manera inadecuada, puede afectar directamente al prestigio de lo que se dice.

En caso de que la información que se da a conocer no cumpla con las características adecuadas para ser considerada una primicia o como fuente de investigación, lo recomendable sería no realizar difusión alguna, ya que se distorsionaría la información y la

imagen difusora perdería credibilidad. Y es justamente esto lo que se ha presentado muchas veces con diferentes autodenominados periodistas ciudadanos que participan en diferentes portales y al no cumplir con las características necesarias traen como consecuencia la desaparición de los mismos en las redes, generando además un gran daño a la sociedad.

Publicar una noticia errónea genera la formación de ideas erróneas en la sociedad, en aquellos jóvenes que adquieren información a través de las plataformas digitales, ya que, al ser esta una forma más rápida de difundir información se propaga de manera inmediata y genera reacciones en los lectores.

En el mejor de los casos esto se puede corregir, sin embargo, hay gente que ya no volverá a percibir la noticia de la misma manera y genera su propia opinión a partir de la experiencia ocurrida con la difusión de una noticia equívoca.

Por consiguiente, la investigación busca dar respuesta a la siguiente problemática: ¿De qué manera el periodismo ciudadano tiene relación con la formación de la opinión pública en estudiantes universitarios de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018?

La justificación del presente estudio consiste en dar a conocer de manera más completa lo que es el periodismo ciudadano y la formación de opinión en los estudiantes de comunicaciones de la Universidad Privada del Norte, esto se logrará realizando una profunda y exhaustiva investigación, aplicando diferentes teorías y definiciones que se encuentran en las redes relacionadas a las dos variables con las que se está desarrollando esta investigación. El poder contar con toda esta información nos permitirá contrastar las diferentes realidades y posiciones que se adquieren ante estos temas y llegar a una conclusión final.

El objetivo general del presente estudio consiste en determinar de qué manera el periodismo ciudadano se relaciona con la formación de la opinión pública en estudiantes universitarios de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018. Así mismo los objetivos específicos son dar a conocer de qué manera se relaciona el ciberactivismo, el hiperlocalismo y las características del periodismo ciudadano en la formación de la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018. Por otro lado, la hipótesis general

consiste en que el periodismo ciudadano tiene relación con la formación de la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018. Por último las hipótesis específicas consisten en que el ciberactivismo, el hiperlocalismo y las características del periodismo ciudadano tienen relación con la formación de la opinión pública en estudiantes universitarios de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Existen diferentes investigaciones que se relacionan con el presente tema expuesto, para ello se ha considerado lo siguiente:

El periodismo ciudadano es visto de manera formal nivel internacional, este acto es mucho más común en otros países y por ende es tomado con la seriedad correspondiente, a continuación, algunos trabajos realizados sobre el Periodismo Ciudadano

Soto (2009) presentó la tesis titulada "Periodismo Ciudadano en Chile: una nueva era en la información". En ella, lo que expresa es que el periodismo ciudadano se ha convertido en la nueva era de información, y esto es gracias a la tecnología ya que esta nos da la oportunidad de estar informados de lo que sucede alrededor del mundo y seguir compartiendo y difundiendo información con más personas en diferentes países, es decir, se vuelve una cadena comunicativa con la instantaneidad adecuada que no solo se grafica hoy en día en la radio o televisión si no en un medio mucho más masivo como es el internet y que además ha tomado importancia hoy en día considerándose la mayor fuente de información del mundo, concluyendo que todo lo que se busca se puede encontrar, contando así con más usuarios día a día que no solo se limitan a leer determinada información sino también a interactuar con ella, y generar opiniones de estas misma.

Doallo (2014). Con su tesis "El periodismo ciudadano en la prensa: el caso de 20 minutos". Realizado en la Universidad de Vigo para la obtención del título profesional de Doctorado. La autora tiene como objetivo general, describir la actitud del periódico de cara al fomento del periodismo ciudadano. Asimismo, la metodología que se utilizó en la investigación de Doallo es de enfoque cuantitativo, ya que busca determinar si el rol del ciudadano es empírico o no. El instrumento que se utilizó fue la ficha de registro y el cuestionario para obtener información para el respectivo análisis del estudio. Llega a la siguiente conclusión, que la manera en que influye la llegada de las nuevas tecnologías ha

logrado que se transforme de una manera distinta a los receptores y a los emisores de las personas que transmiten el mensaje. Además de resaltar que los comunicadores ya no son parte de la difusión y contenido de lo que sucede diariamente.

Alfonso de la Cruz y Edgardo Bolaños (2013). En su tesis titulada “El uso que le dan los estudiantes de la carrera Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la carrera de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica a la red social Facebook como medio de comunicación social”. Realizado en la Universidad de El Salvador para la obtención de Licenciatura en Periodismo. Los autores tienen como objetivo general, analizar los usos que los estudiantes del Departamento de Periodismo y la Universidad Tecnológica le dan a red social Facebook. Asimismo, utilizó la técnica de la encuesta a través de la ficha de registro de los grupos focales, la cual es parte del análisis cualitativo para realizar la descripción respectiva del estudio, además de la forma circular y como instrumento se usó el cuestionario para el grupo focal de forma general buscó encontrar la razón que los lleva a los estudiantes a utilizar de una manera específica el Facebook. Llega a la conclusión que, los estudiantes tanto de la Universidad de El Salvador como los de la Universidad Tecnológica no usan la red social Facebook como un medio de comunicación social, simplemente lo utilizan para entretenerse y comunicarse con familiares y amigos.

Juana Nolasco, Amanda Rodas y Celina Sandoval (2012). En su tesis titulada “El uso de la red social Twitter como herramienta periodística en la sección “deportes” del diario de Hoy”. Realizado en la Universidad de El Salvador para la obtención del título de Licenciatura en Periodismo. Los autores tienen como objetivo general dar a conocer la forma en que se utiliza el Twitter en la actualidad, pero de una forma en el ámbito del periodismo a través de las secciones de deporte del mencionado diario. El método usado consiste en el enfoque cualitativo con un nivel descriptivo, el instrumento que utilizaron los autores para recopilar información sobre la variable del estudio consistió en la técnica de la entrevista semi profunda que tiene como objetivo recopilar toda la información pertinente para hallar los resultados esperados. con un instrumento de cuestionario a todos los individuos que desarrollan dicha acción dentro de la sección deportes. La conclusión de la investigación consiste en que los comunicadores que desarrollan sus funciones dentro del diario no utilizan

los principales factores que conlleva a profesionalizar el periodismo, no utilizan una coherente ortografía ni utilizan un filtro en el momento esperado de subir el contenido a la plataforma del Twitter. Por todo ello, es preocupante que no se hagan dichos elementos que perjudica la reputación del diario y de los periodistas.

Arapa y Mendoza (2017). Con su tesis “El Periodismo Ciudadanos e cibermedios de Universidad Facebook frase corta y HBA noticias de Arequipa, tercer trimestre del 2017”. Realizado en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa para la obtención del Título Profesional de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación. Las autoras presentan como objetivo general, dar a conocer la forma en que participa el periodista de la ciudad en los medios Frase Corta y HBA en el departamento de Arequipa para la difusión de la información en toda la ciudad y para el alcance de todos los ciudadanos. La metodología utilizada consiste en un enfoque cuantitativo de alcance correlacional. El instrumento que se utilizó fue el cuestionario y la técnica fue la encuesta, los investigadores utilizan una escala de Likert para medir las percepciones de los encuestados y realizar el diagnóstico correspondiente. Se concluye que la participación de la ciudadanía es de vital importancia en todos los medios que aparecen en el internet, puesto que; son ellos mismos quienes retroalimentan a través de toda la información que obtienen todos los sitios web y redes en el internet. De tal aspecto, los autores indican que actualmente los periodistas ya no se encuentran en todo lugar, por ello es importante la participación de los ciudadanos para brindar información que sea útil en cualquier momento del día.

Aquino (2017). Con su tesis titulada “El periodismo digital y su relación con el consumo de información en los estudiantes del 5 ° de secundario del colegio Gustavo Ríos 2017 - Trujillo. Realizado en la Universidad Cesar Vallejo para la obtención del título profesional de Licencia en Ciencias de la Comunicación. El autor presenta como objetivo general dar a conocer qué relación existe entre el periodismo de internet y el consumo de los contenidos que desarrollan los estudiantes del I.E Gustavo Ries. La metodología utilizada consiste en el enfoque cuantitativo de alcance correlacional-causal y un diseño no experimenta. Por otro lado, la técnica que se utilizó consiste en la encuesta que se desarrolló a través de cuestionarios y fichas de registro para la obtención de toda la información requerida para desarrollar los resultados a través de los análisis. La conclusión del estudio

consiste en que dicho análisis obtenidos por las encuestas lograron identificar que los factores y elementos de todo periodismo digital generan que los estudiantes de la Institución Educativa consuman mucho más contenido en el internet a través de diversas herramientas que le permitan interactuar, conocer, dialogar, compartir y crear todo tipo de contenido para su respectiva difusión en todas las redes y medios que ellos crean necesarios.

Muñoz (2017). Con su tesis “Las Redes Sociales y su influencia en la decisión de compra en estudiantes de una Universidad Privada del Cono Norte, Lima 2017”, que se realizó en la Sede de Lima Norte para el grado de Licenciada. El objetivo general de la investigación consiste en dar a conocer la manera y el grado de influencia que obtienen las principales redes sociales en la decisión de compra que los estudiantes tienen para determinada situación de su vida cotidiana. La metodología utilizada consiste en un enfoque cuantitativo de nivel correlacional. El instrumento utilizado consistió en la ficha de registro y el cuestionario para la obtención de información para el análisis correspondiente. Se concluyó que las redes sociales si sin influyentes en las decisiones de compra y en la fidelización de todos los estudiantes.

Previo a la explicación sobre las diferentes teorías que sostienen diversos autores, expresemos con claridad la definición de periodismo ciudadano.

Rehingold (2009) sostiene que el “periodismo ciudadano es mucho más que democratizar el acceso a la información ya que es tan imperfecto como la información que los medios tradicionales transmiten también. (web)”

Espiritusanto (2011) cita a Gillmor (2010) quién recalca la tarea pendiente para los periodistas «aprender a escuchar a su audiencia», y destacaba:

I have learned in Silicon Valley that my readers knew more than me, this is the best opportunity for many to become journalistic entrepreneurs and we must go further to ask the audience to help us with our journalism but we must know that even if not we ask it, the public will do it anyway. (p.23)

Como indica Gillmor, el periodismo ya no solo es difundir información si no también que esta misma sea retribuida y tener a la audiencia de manera activa, ya que ahora con el fácil acceso que tiene a las redes, la interacción online ya no es un problema.

Para García-Alonso (2006) existen 3 tipos de periodismo y los distingue de acuerdo a la evolución que ha ido tomando con el paso del tiempo.

El periodismo 1.0 lo define como la transcripción exacta de los que se expresaba en los medios tradicionales a la prensa escrita; el periodismo 2.0 que trae consigo el uso de nuevas herramientas como links, referencias, interactividad entre otras características y el periodismo 3.0 en donde influye ampliamente la sociedad y los hacen partícipes de la creación de las noticias (p.252)

El periodismo ciudadano se entendería como lo que es el periodismo 3.0, también como periodismo digital, ya que involucra a la sociedad de una manera activa haciendo que estos también participen, creando una nueva forma de comunicar e interactuar en redes

En base a estos conceptos se ha considerado tomar en cuenta que la *Agenda Setting* es de vital importancia para reforzar los principales conceptos del presente estudio, en este aspecto, el autor Cohen (1963) indica que para los medios tradicionales no ha funcionado decirles a sus consumidores qué tienen que pensar sobre determinado tema expuesto, pero sí les funciona darles el tema sobre el que quieren que opinen. (p.13)

La teoría de la Agenda-Setting según Dearing y Rogers (1996) explica por qué las informaciones sobre determinados temas impactan de tal manera en el público que hace que estos tomen acciones a partir del interés que les causa, estas pueden ser acciones políticas o sociales. (p. 2).

La relación de la variable x con la teoría de la agenda setting es que muchas veces los medios tradicionales nos dan los temas sobre los cuales quieren que opinen y los exponen de tal manera que manipulan la forma en que se formula la opinión del público sobre el tema expresado, ocasionando que las personas reaccionen ante ello.

Por consiguiente, la importancia de la *teoría de usos y gratificaciones* es un factor determinante en el presente estudio, ya que permite conocer de qué manera la audiencia responde ante los medios de comunicación. En principio esta teoría fue usada para estudiar la relación de la televisión en la audiencia, hoy en día se ha ido autoajustando a los cambios tecnológicos, considerando a internet no solo como un medio de comunicación sino también como un espacio comunicativo en donde se elige que necesidades se desea satisfacer.

Katz (2005) resumen 5 puntos de gran importancia para este estudio de acuerdo a la teoría. La audiencia usa los medios con un propósito, depende de la misma audiencia la forma de gratificar su necesidad ya que son conscientes del uso que les dan a los medios. (p.255).

Para Katz, Gurevitch y Hass, (1973) se determina como una teoría de necesidad en donde la audiencia busca satisfacer diferentes tipos de necesidades como integrarse dentro de una sociedad o escapar de ella, informarse o simplemente reforzar carencias emocionales (p.356).

Esta teoría propone la actividad e interacción de la audiencia con los medios, ya que las personas tienen el poder de elegir que medios y que contenidos desean usar para obtener las gratificaciones deseadas. Por ello es importante recalcar el uso de la teoría de la influencia personal, en esta se resalta que los mensajes de los medios se transmiten a través de líderes de opinión, es decir no llegan directamente a la sociedad, pero logran el objetivo a través de estos líderes.

Katz y Lazarsfeld (2006) indican que esta teoría es una nueva forma de estrategia comunicativa, ya que refuta la teoría de que los medios inyectan información causando reacciones en la sociedad, y demuestra que el interés de la audiencia depende de los canales de información (pag.34)

La manera en que esta teoría trata la información es que los mensajes de los medios lleguen a determinadas personas con la preparación necesaria o líderes de opinión las cuales van a transmitir la información a los grupos primarios dentro de la sociedad.

Y debido a que no toda la información será percibida de la misma manera y esto dependerá del contexto social en que se ubique cada receptor, es que se tiene en consideración *la teoría de los estudios culturales*.

Díaz (2012) manifiesta que, en la teoría de los estudios culturales, la audiencia no percibe el mensaje de la misma manera, y la importancia que le darán a dicho mensaje dependerá de la afinidad que se tengas por la información expuesta. (p.47)

Al publicar una noticia vía redes sociales no todo aquel individuo que recepcione la noticia la tomará como tal, es decir, le dará el sentido que desea de acuerdo al entorno al que pertenezca, las cuales se pueden reflejar en acciones o simple desinterés.

Al concluir las teorías de diversos autores podemos decir que el periodismo ciudadano ha tomado un rol importante en la sociedad en cuanto a la parte comunicativa y de difusión se refiere, ya que es una forma de obtener información con más rapidez utilizando las herramientas que hoy en día son fundamentales para el desarrollo en la sociedad, es decir, las redes sociales. Se hacen presentes conceptos y definiciones que tienen diversos autores relacionados al tema de opinión pública, esta información es recolectada de diferentes fuentes tales como libros, documentos online, blogs, entre otros que medios que existen en la actualidad.

Según Gonzales (2001) indica que actualmente se observa distintas características dentro del entorno, un factor importante es el crecimiento de todos los modelos que aparecen en el internet y la manera en que los usuarios pueden opinar a través de todos los contenidos e información que observan en los principales medios. Cabe resaltar que, los medios conocidos han permitido adoptar distintos formatos innovadores para llegar a un público más amplio y no quedarse en el declive.

Al respecto, Young (1999) agrega que en una importante tesis sobre la opinión pública se habla sobre si la opinión que emite el hombre es racional y objetivo, ya que se emite sin emociones ni sentimientos. Sin embargo, un punto de vista contrario sostiene que el hombre es irracional y emotivo. (p.25 - 26)

El autor Díaz (2010) menciona que desde el año 1995 se ha realizado una transformación impresionante en el periodismo y, sobre todo, la forma y manera en que las personas se comunican y recepción la cantidad de información para generar una retroalimentación entre ellos y otros usuarios. (p.45).

Una opinión pública, sea de manera individual o colectivamente es autónoma y con vida propia, quien la realice tiene libertad de pensamiento, expresión y de organización, esta modalidad es extremadamente usada por grupos políticos y pequeñas sociedades políticas quienes se rigen a estas libertades y se hacen llamar clubes de opinión.

Para Sartori G. (2009) La opinión pública debe ser formada libremente. Un segmento de personas que no sean capaces de tener opiniones propias, no tiene propiamente nada que decir, cuentan como pueblo soberano cuando crean opiniones apoyándose de la democracia. (p.56-57).

Siguiendo con Sartori G. (2009) La opinión pública se emite a partir de un grupo de personas interesadas en “algo público”. Se le llama opinión pública no solos por ser expresada de esta forma, sino porque implica factores de interés social y bien masivo.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

Para la presente investigación se hace uso del tipo de estudio **BASICA** ya que como indica Carrasco (2007) a diferencia de la básica, la investigación aplicada cuenta propósito de cambio, es decir, en una investigación básica se realizan estudios los cuales quedan como antecedentes y ayuda para unas próximas investigaciones, mas no con la intención de realizar cambios o transformación en la problemática hallada.” (p. 43).

Se usó en esta investigación el diseño **CUANTITATIVO** ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “Se hace uso de la recolección de información brindada y/o recolectada para probar las hipótesis planteadas, basado en mediciones numéricas y estadísticas, ya que posterior a ello se establecen patrones y se puede probar o negar lo planteado.” (p.4).

Estas mediciones y estadísticas se obtienen a través de un proceso, en el cual se realiza un estudio previo a la recolección de datos, ya que se debe tener en cuenta que datos se requiere para llegar al objetivo fijado.

El método de investigación requerido y usado para este tipo de investigación **HIPOTÉTICO DEDUCTIVO**, según Bernal (2013), “Consiste en construir supuestos fundamentales para un tema, para que posteriormente se busque refutar, falsear o afirmar dichos fundamentos en base a lo que se está investigando” (p.60).

El nivel **CORRELACIONAL** de la investigación según Hernández, Fernández y Baptista (2010), es que el objetivo del trabajo es analizar si existe relación entre dos o más

variables, temas, o conceptos, dentro de un solo contexto. Se estudia de manera individual y grupal desarrollando el grado de relación que puede existir entre ambas. (p.121).

Esta correlación depende de las variables que hayan sido elegidas y el contexto en que se encuentren, ya que si bien se puede encontrar relación entre dos ítems si no se plantea bien la situación en la que se desea desarrollar, no se obtendrán resultados que te permitan seguir desarrollando un tema.

El DISEÑO NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL es el diseño usado en la presente investigación y tal como indica Behar (2008) en este diseño se observan los acontecimientos en su máxima naturaleza, es decir, tal cual como suceden normalmente, sin intervenir ni perjudicar su desarrollo natural. (p. 19).

Este tipo de diseño se utiliza para realizar y medir acontecimientos reales, que han pasado o que están a punto de acontecer en un determinado momento, también si ocurren de manera constante, siempre y cuando no esté alejado de la realidad

2.2 Variables y operacionalización de variables

Variable 1: Periodismo Ciudadano

Definición Conceptual: según Goicolea (2014), El periodismo ciudadano o también conocido como periodismo web tiene como carácter principal hacer partícipe a la población de la redacción, edición y posterior difusión de noticias.

Definición Operacional: según Bowman y Willis (2003) agregan que este fenómeno denominado hasta ahora como periodismo ciudadano asume que el ciberactivismo y el hiperlocalismo aseguran el cumplimiento de las características del periodismo convirtiendo a los participantes activos en la creación y diseminación de noticias e información.

Dimensión Ciberactivismo: según Bowman y Willis (2003) el ciberactivismo es la capacidad que tiene todo ciudadano para realizar buen uso de las nuevas tecnologías y dar

aportes significativos, la accesibilidad a las redes toma gran rol en esta definición, ya que, el objetivo es manejar y transmitir mensajes al público. (p.47).

Dimensión Hiperlocalismo: según Bowman y Willis (2003) define hiperlocalismo como toda aquella información que sea producida y difundida en torno a una localidad, barrio, distrito, comunidad o región, y que es de interés de los propios residentes. (p.56).

Dimensión Características: según Bowman y Willis (2003) agrega que una característica es un rasgo que te permite identificar o diferenciar a algo o alguien de diferentes semejantes, estos rasgos pueden estar ligados a la personalidad de una persona, forma de trabajo de una empresa, hasta algún aspecto físico. (p.66).

Variable 2: Opinión Pública

Definición Conceptual: Wilcox, Cameron y Xifra (2012) sostienen que: La opinión pública es la expresión masiva de la opinión de un grupo reducido, integrados entre sí por afinidad en sus intereses e ideales comunes.

Definición Operacional: según Rubio (2009) la “Opinión pública consiste en un fenómeno de la sociedad que ha causado repercusión por su importancia comunicativa dentro de un contexto sociocultural. Además, que, depende de los medios de expresión y que son guiados por una temática e intencionalidad de acuerdo al contexto en que viven los individuos y, sobre todo, los intereses de personas dentro del ámbito político y económico.

Dimensión Medio de Expresión: según Rubio (2009) La difusión información noticiosa o también denominada “hechos noticiables”, se vuelven trascendentes en la medida en que el interés social aumente y los mismos ciudadanos se sientan identificados a estos hechos públicos.

Es decir, sentirse identificado con lo que sucede en el día a día mide la forma en la que se realiza la difusión de una noticia, otros factores influyen también como: edad, género, sector social.

Dimensión Temática: según Rubio (2009) afirma que la tecnología ha contribuido con la ampliación de nuevas temáticas noticiosas, ya que la información que se transmite actualmente no solo se basa en hechos que están tipificados como delictivos ni policiales.

Dimensión Intencionalidad: según Rubio (2009) afirma que son capacidades biológicas que se emiten de manera primitiva, es decir, como la sed, el grito, las lágrimas y también de manera complejas, tal como las cosas que se den, lo que cree, la opinión que se realiza a partir de algo.

Tabla 1. Operacionalización de Variable Periodismo Ciudadano

Dimensiones	Indicadores	Items	Escala y valores	Niveles y Rangos
Ciberactivismo	<ul style="list-style-type: none"> • Usas las plataformas digitales como fuente de información. • Con qué frecuencia participas compartiendo información en redes sociales. • Consideras que las noticias publicadas en redes sociales son creíbles. 	1,2,3	Nunca (1)	Bajo (22 al 44)
			Casi Nunca (2)	Medio (45 al 66)
Hiperlocalismo	<ul style="list-style-type: none"> • Cuentas con fuentes que informen noticias y se enfoquen solo tu localidad. • Suelas leer noticias online • Con qué frecuencia revisas tus plataformas digitales 	4,5,6	A veces (3)	Alto (87 al 110)
			Casi Siempre (4)	
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Consideras importante el uso del hipertexto en las noticias online • Consideras importante la interactividad en redes a partir de la publicación de una noticia • Consideras importante el uso de contenido multimedia en las noticias online. 	7,8,9	Siempre (5)	

Tabla 2. Operacionalización de Variable Opinión Pública

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y Rangos
Medio de expresión	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando expresas tu opinión sobre una información haces uso solo de texto • Cuando compartes información consideras indispensable el uso de imágenes • Utilizas videos al momento de expresar tu opinión sobre una información 	10,11,12	Nunca (1)	Bajo (22 al 44)
			Casi Nunca (2)	Medio (45 al 66)
Temática	<ul style="list-style-type: none"> • Con qué frecuencia compartes noticias sociales • Con qué frecuencia compartes noticias policiales • Con qué frecuencia compartes noticias de deportes 	13,14,15	A veces (3)	Alto (87 al 110)
			Casi Siempre (4)	
Intencionalidad	<ul style="list-style-type: none"> • En tu participación en redes sociales buscar la confrontación de ideas • Buscas llegar a un consenso después de haber debatido una noticia • Tienes como objetivo la aprobación de tus ideas al compartir una noticia 	16,17,18	Siempre (5)	

2.3 Población y muestra

Población

Borda (2013), “en conceptos de investigación, la población, se define como un grupo de personas, animales o cosas con determinadas características en común sobre quienes se desea obtener respuestas.” (p.169)

Para obtener estas respuestas se debe apuntar hacia un mismo objetivo al momento de realizar las preguntas y hacia quienes se realiza, para que de esta manera no existan complicaciones de desconocimiento o entendimiento en lo que las preguntas expresan. Por ello:

Se decidió, realizar el siguiente estudio en la Facultad de Ciencias de la Comunicación y considerando las 4 especialidades existentes en las Sedes de Breña y Lima Norte de la Universidad Privada del Norte ya que, es especialmente en este lugar en donde las personas tienen mayor conocimiento sobre las preguntas realizadas.

Por lo cual, se tomó en cuenta a la población constituida por estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de ambas sedes para los resultados de esta investigación.

A continuación, se detalla la población en la siguiente tabla:

Tabla 3. Distribución de la Población

	Total
Estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte – Sedes Lima Norte y Breña	1200
Total	1200

Fuente: Registros Académicos Universidad Privada del Norte

Muestra

Galindo (2006) lo define como un subconjunto de la población, la cual se elige con el mismo fin de investigación, pero con presupuesto reducido, el investigador realiza los mismos procedimientos de investigación, pero en este caso a un pequeño sector de su población real. (p.149).

Pequeño conjunto de la población, la cual se elige con el mismo fin de investigación, pero con presupuesto reducido, el investigador realiza los mismos procedimientos de investigación, pero en este caso a un pequeño sector de su población real.

La técnica del muestreo que se utilizó es **probabilístico aleatorio simple** según Webster (1998) esta técnica es la que se obtiene como resultado después de haber realizado un estudio en el cual un determinado tamaño de personas elegidas tenga la misma probabilidad de respuesta que el grupo elegido como muestra (p. 324).

Esto quiere decir, que al momento de realizar una prueba aleatoria simple no se realiza a la población general de este proyecto de investigación, sino a un pequeño conjunto de esta, con el fin que se obtenga los mismos resultados, pero en menor proporción.

Fórmula empleada:

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

La muestra total para esta investigación está conformada por 288 alumnos de la Universidad Privada del Norte, facultad de Ciencias de la Comunicación.

Además, es de suma importancia acotar lo siguiente:

Unidad de análisis: Son todos los alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Criterios de inclusión: Todo el alumnado de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Criterios de exclusión: No se considerará en la encuesta a los universitarios de otras carreras u otras universidades.

El tipo de muestreo utilizado fue el probabilístico aleatorio simple, los estudiantes serán elegidos al azar y todos tienen la probabilidad de ser parte del estudio.

Tabla 4. Distribución de la Muestra

	Contribuyentes
Estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte – Sedes Lima Norte y Breña	288
TOTAL	288

Fuente: Registros Académicos Universidad Privada del Norte

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica empleada para la realización de obtención de datos en la presente investigación es la encuesta, ya que a través de ella se puede obtener directamente las respuestas antes las interrogantes realiza por el propio investigador.

Kuznik, Hurtado & Espinal (2010) definen la encuesta como una técnica que recoge datos de forma práctica, particular y concreta ante un procedimiento, ya que te brinda herramientas como accesibilidad y rapidez. [...]” (p.317).

Instrumentos de recolección de datos

Lo empleado para este proyecto fue el **CUESTIONARIO**, este instrumento mide y analiza detalladamente la relación entre las variables elegidas.

Según Alfaro, Hernández & Alarcón (2010) es un proceso de estructuración de preguntas que tienes factores importantes los cuales se fusionan para crear ya recolección de datos” (p.233).

Dicho cuestionario está conformado por 18 preguntas; 9 preguntas para la variable 1 (Periodismo Ciudadano) y 9 para la variable 2 (Opinión Pública), el cuestionario está dirigido a los alumnos de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte,2018.

Validez y confiabilidad del instrumento:

Hernández (2010) “lo define como el grado de credibilidad que se le da al instrumento utilizado, ya sea al medir las variables, ítems, encuesta u otros métodos utilizados para obtener resultados” p. 201).

El cuestionario utilizado para esta investigación ha sido estrictamente sometido a una evaluación por parte de expertos especializados en el tema en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo, ellos son:

- a) Mg. Pedro Uriarte
- b) Mg. Máximo Valverde Vásquez
- c) Dra. Mary Bellodas Hurtado

Tabla 5. Validación del instrumento: Periodismo Ciudadano

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Total
Coherencia	Si	Si	Si	Si
Pertinencia	Si	Si	Si	Si
Relevancia	Si	Si	Si	Si

Tabla 6. Validación del instrumento: Opinión Pública

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Total
Coherencia	Si	Si	Si	Si
Pertinencia	Si	Si	Si	Si
Relevancia	Si	Si	Si	Si

Confiabilidad:

Tabla 7. Confiabilidad del Instrumento

	Nº de ítems	Alfa de Cronbach
Periodismo ciudadano	9	0,637
Opinión Pública	9	0,468

Al ejecutarse la confiabilidad del instrumento, indica que la prueba es confiable.

2.5 Procedimiento

Se procedió a elaborar ítems de acuerdo a los niveles de las dimensiones en correlación de las variables, teniendo como resultado 18 preguntas que fueron aplicadas en la población de estudio compuesta por estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

2.6 Métodos de análisis de datos

Se ejecutará para el análisis inferencial la encuesta realizada a la población en el programa IBM SPSS 23 para determinar el grado de relación de las variables a través del Rho de Spearman y de esa manera se identificará el grado de relación y si es que existe relación alta o baja.

Para el análisis descriptivo se desarrollará el análisis en el programa IBM SPSS 23 a través de los niveles planteados en la operacionalización de variables para determinar el grado de nivel de los estudiantes a través de las variables y dimensiones. Por otro lado, será interpretado a través de tablas y figuras, respectivamente.

2.7 Aspectos éticos

Dentro de lo planteado y obtenido sobre la información hallada: Se respeta la identificación de las personas encuestadas. Por lo consiguiente, se declina cualquier uso externo con la información adquirida.

Con respecto a la parte social, se debe señalar que los individuos que fueron parte de la muestra ejecutada, no se les obligo en ningún momento del estudio a ser parte de la encuesta realizada. Los mismos participantes decidieron ser parte del análisis de estudio por voluntad y determinación propia.

El experto acata la responsabilidad por el desarrollo y la ejecución del estudio de forma leal y correcta para no ser participe a situaciones que lo comprometan a falsedades de la investigación. Además, dicho estudio cumple con citar a todos los autores utilizados dentro del desarrollo del contenido.

Al realizar el instrumento del estudio fue una pieza importante la participación de tres expertos de la materia para poder evaluar y reforzar dicha elaboración para un mayor soporte en el trabajo de investigación.

III. RESULTADOS

a. Análisis descriptivo

Tabla 8. Nivel de percepción del Periodismo Ciudadano

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Bajo	11	3.8
	Medio	110	38.2
	Alto	167	58.0
	Total	288	100,0

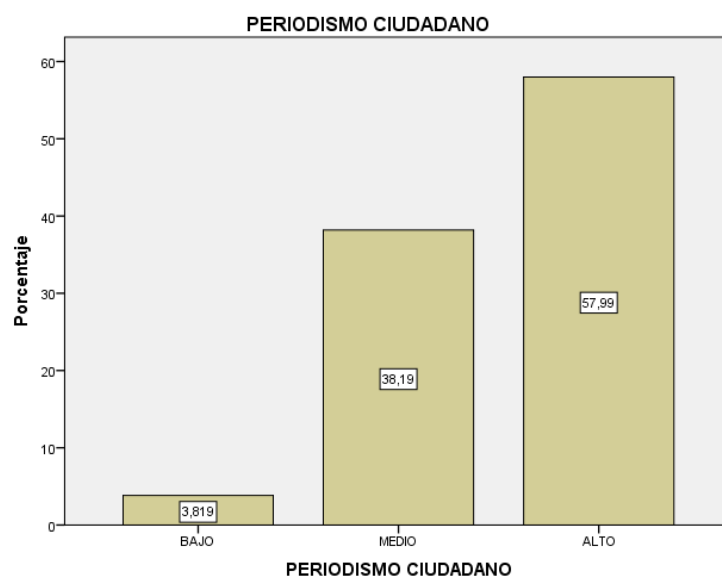


Figura 1. Nivel de percepción de periodismo ciudadano

En la tabla 8 y figura 1 es evidente que el 57.99% de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018 utilizan el periodismo ciudadano como herramienta comunicacional, el 38.19% indica un nivel medio y el 3.8% nivel bajo.

Tabla 9. Nivel de percepción de la Opinión Pública

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Bajo	11	3.8
	Medio	71	24.7
	Alto	206	71.5
	Total	288	100,0

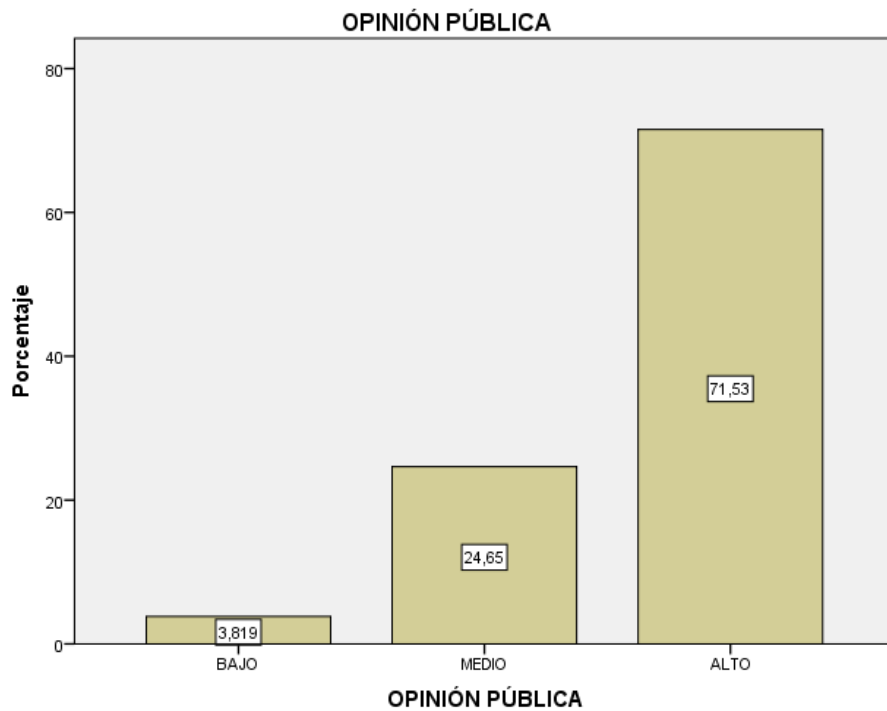


Figura 2. Nivel de percepción de la opinión pública

En la tabla 9 y figura 2 se evidencia que el 71.5% de los estudiantes de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018 consideran importante la opinión pública.

Tabla 10. Nivel de percepción del Ciberactivismo

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Bajo	25	8.7
	Medio	116	40.3
	Alto	147	51.0
	Total	288	100,0

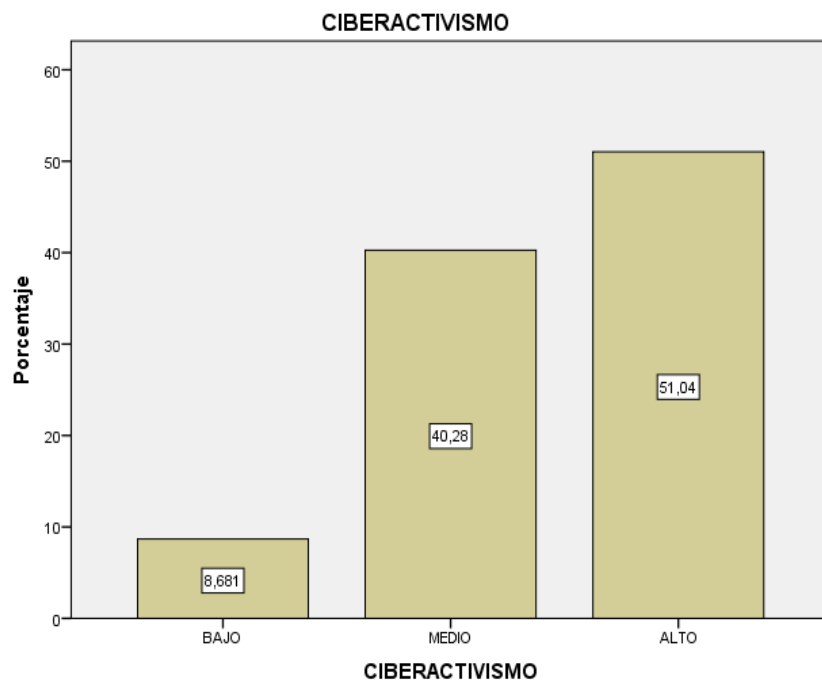


Figura 3. Nivel de percepción del ciberactivismo

En la tabla 10 y figura 3 se evidencia un nivel alto de 51.04% el grado de ciberactivismo en los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, un nivel medio 40.28% y un nivel bajo 8.68%.

Tabla 11. Nivel de percepción del Hiperlocalismo

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Bajo	22	7.6
	Medio	114	39.6
	Alto	152	52.8
	Total	288	100,0

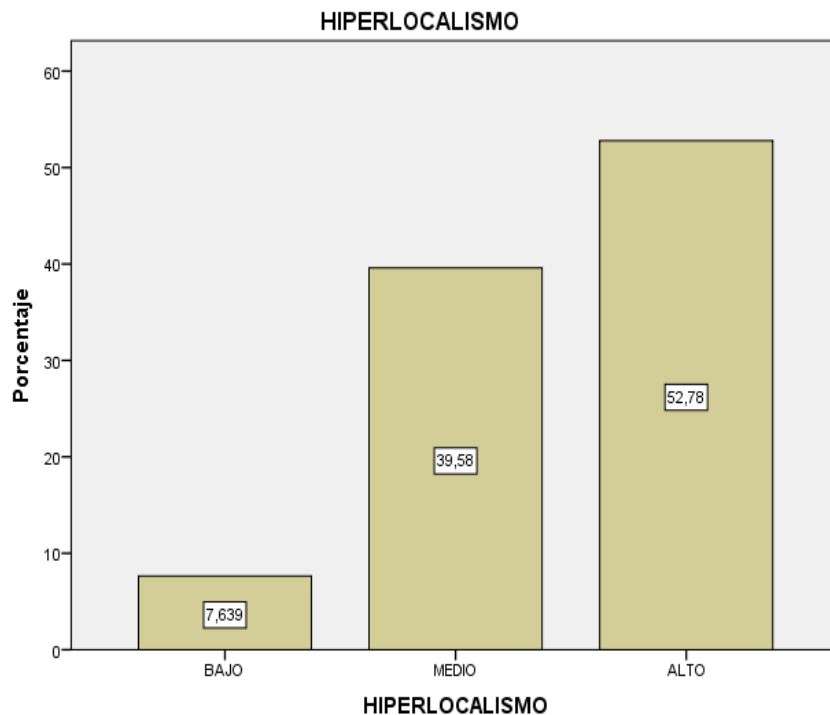


Figura 4. Nivel de percepción del hiperlocalismo

En la tabla 11 y figura 4 se evidencia que los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte perciben en un nivel alto de 52.78% de la importancia del hiperlocalismo en su entorno social, nivel medio de 39.6% y nivel bajo de 7.6%.

Tabla 12. Nivel de percepción de las características del periodismo ciudadano

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Bajo	22	7.6
	Medio	103	35.8
	Alto	163	56.6
	Total	288	100,0

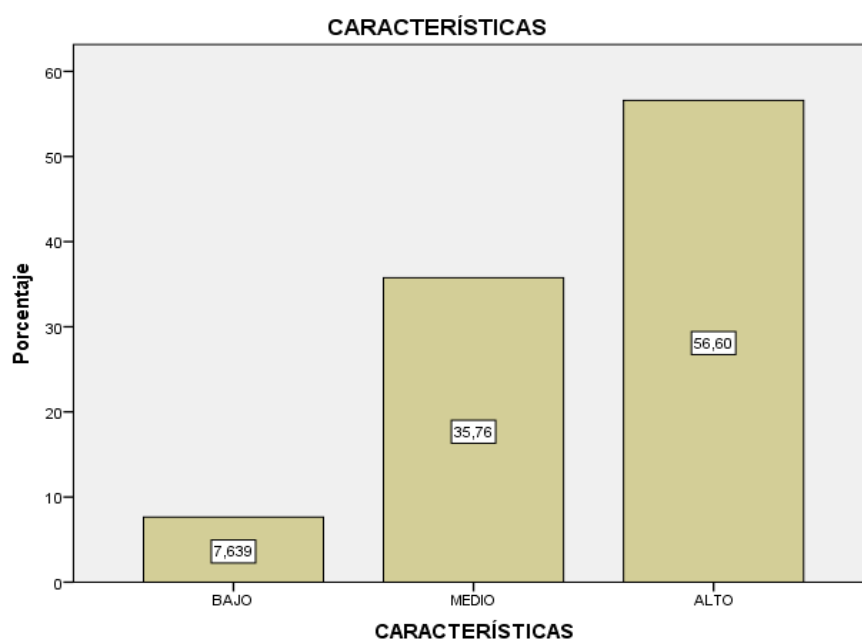


Figura 5. Nivel de percepción de las características del periodismo ciudadano

En la tabla 12 y figura 5 se evidencia un nivel alto de 56.60% de importancia en el cumplimiento de las características del periodismo para los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, nivel medio de 35.76% y nivel bajo de 7.6%.

Tabla 13. Nivel de percepción del medio de expresión

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Bajo	12	4.2
	Medio	79	27.4
	Alto	197	68.4
	Total	288	100,0

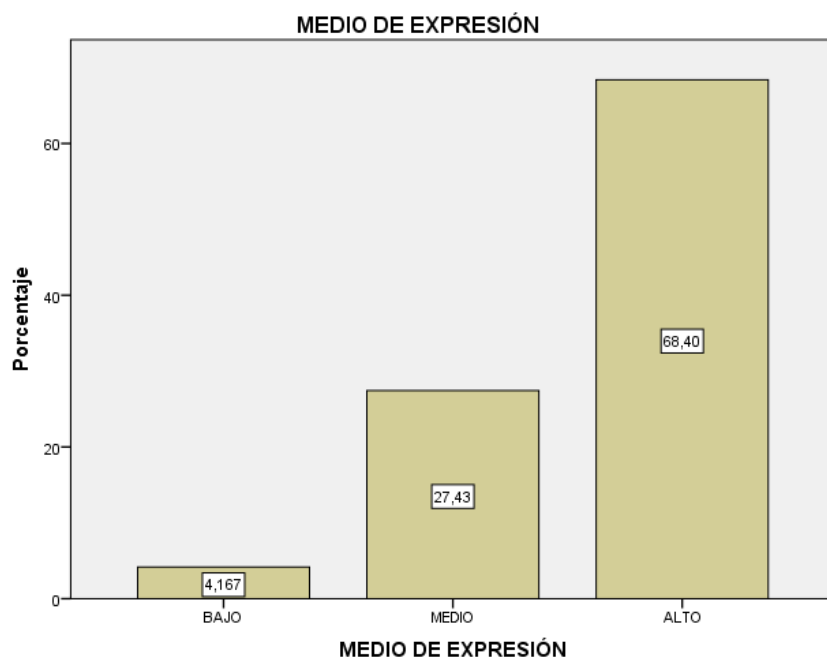


Figura 6. Nivel de percepción del medio de expresión

En la tabla 13 y figura 6 se evidencia que los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte perciben en un nivel alto de 68.40% en el uso de los medios de expresión para la difusión de una noticia, nivel medio de 27.43% y nivel bajo de 4.1%.

Tabla 14. Nivel de percepción de la temática

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Bajo	14	4.9
	Medio	80	27.8
	Alto	194	67.4
	Total	288	100,0

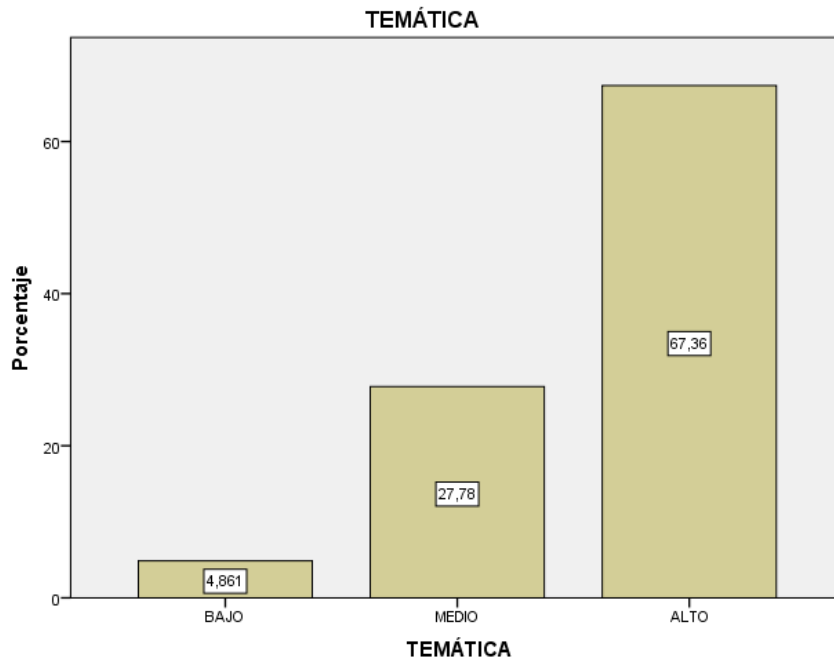


Figura 7. Nivel de percepción de la temática

En la tabla 14 y figura 7 se evidencia los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, perciben en un nivel alto de 67.36% la importancia de la temática en la interacción de una noticia, un nivel medio de 27.78% y nivel bajo de 4.8%.

Tabla 15. Nivel de percepción de la intencionalidad

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Bajo	22	7.6
	Medio	68	23.6
	Alto	198	68.8
	Total	288	100,0

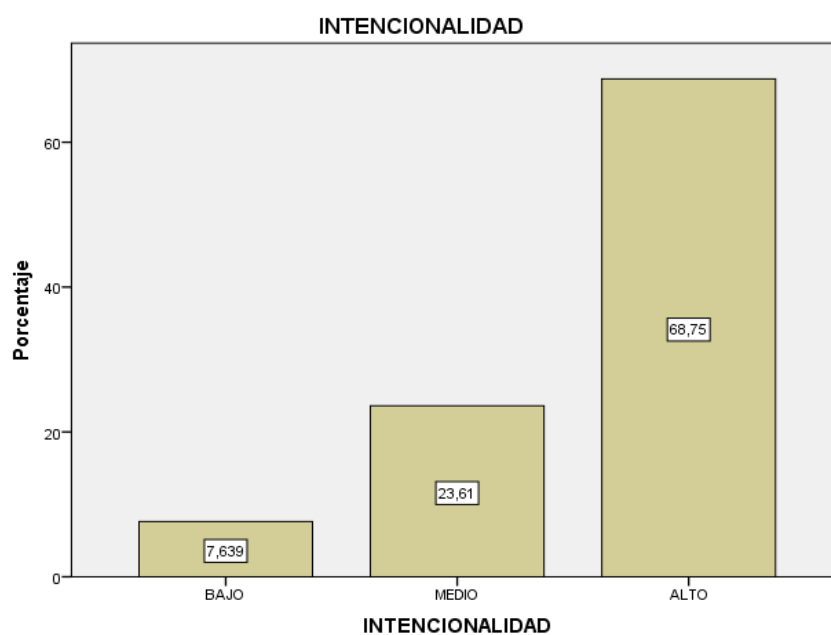


Figura 8. Nivel de percepción de la intencionalidad

En la tabla 15 y figura 8 se evidencia un nivel alto de 68.75% de la importancia en la intencionalidad de una noticia para los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, nivel medio de 23.61% y nivel bajo de 7.6%.

b. Análisis inferencial

Contrastación de hipótesis

Hipótesis general:

Existe notablemente una relación significativa entre el periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte,2018

Hipótesis Nula (H0):

No existe relación notablemente significativa entre el periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte,2018

Hipótesis de Investigación (H1):

Sí existe relación notablemente significativa entre el periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte,2018

Tabla 16.Hipótesis General

			Periodismo Ciudadano	Opinión Pública
Rho de Spearman	de Periodismo Ciudadano	Coefficiente de correlación	de 1.000	0.618
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	288	288
	Opinión Pública	Coefficiente de correlación	de 0.618	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.

Interpretación:

Como se puede evidenciar en la tabla N° 16 el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.618 y de acuerdo con el baremo de la correlación de Spearman existe una correlación positiva moderada. Asimismo, se observa que el nivel de significancia es menor que la significancia de investigación 0.05 ($p=0.000<0.05$), seguidamente se concluye que según la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Así mismo, podemos concluir que sí existe relación notablemente significativa entre el periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Hipótesis específica 1:

Existe relación significativa entre el ciberactivismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Hipótesis Nula (H0):

No existe relación significativa entre el ciberactivismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Hipótesis de Investigación (H1):

Sí existe relación significativa entre el ciberactivismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Tabla 17. Hipótesis específica 1

	Ciberactivism	Opinión
	o	Pública

Rho de Spearman	Ciberactivismo	Coefficiente de correlación	de 1.000	0.538
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	288	288
Opinión Pública		Coefficiente de correlación	de 0.538	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	288	288

Interpretación:

Como podemos observar en la tabla N° 17 el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.538 y de acuerdo con el baremo de la correlación de Spearman existe una correlación positiva moderada. Asimismo, se observa que el nivel de significancia es menor que la significancia de investigación 0.05 ($p=0.000 < 0.05$), seguidamente se concluye que según la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Así mismo, podemos concluir que sí existe relación notablemente significativa entre el ciberactivismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Hipótesis específica 2:

Existe relación significativa entre el hiperlocalismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Hipótesis Nula (H0):

No existe relación significativa entre el hiperlocalismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Hipótesis de Investigación (H1):

Sí existe relación significativa entre el hiperlocalismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018

Tabla 18. Hipótesis específica 2

		Hiperlocalism	Opinión
		o	Pública
Rho de Spearman de Hiperlocalismo	Coefficiente de correlación	1.000	0.542
	Sig. (bilateral)	.	0.000
	N	288	288
Opinión Pública	Coefficiente de correlación	0.542	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	.
	N	288	288

Interpretación:

Como se observa en la tabla N° 18 se obtiene 0.542 como resultado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman evidenciando que existe una correlación positiva moderada de acuerdo con el baremo de la correlación de Spearman. Asimismo, se observa que el nivel de significancia es menor que la significancia de investigación 0.05 ($p=0.000<0.05$), por lo cual se concluye que según la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Así mismo, podemos concluir que sí existe relación notablemente significativa entre el hiperlocalismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Hipótesis específica 3:

Existe relación significativa entre las características del periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Hipótesis Nula (H0):

La relación significativa entre las características del periodismo ciudadano y la opinión pública no existe en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

Hipótesis de Investigación (H1):

Se evidencia la existencia de una relación significativa entre las características del periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018

Tabla 19. Hipótesis específica 3

		Opinión Pública	
		Características	
Rho de Spearman	de Características	Coeficiente de correlación	de 1.000
		Sig. (bilateral)	.
		N	288
Opinión Pública		Coeficiente de correlación	de 0.566
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	288

Interpretación:

En la tabla N° 19 se observa que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.566 por lo cual se confirma que existe una correlación positiva moderada de acuerdo con el baremo de la correlación de Spearman. Asimismo, se observa que el nivel de significancia es menor que la significancia de investigación 0.05 ($p=0.000<0.05$), seguidamente se concluye que según la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Por lo cual, se concluye la existencia de una relación notablemente significativa entre las características del periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018.

IV. DISCUSIÓN

Objetivo e Hipótesis General:

Interpretación:

Como objetivo general se planteó determinar la relación entre el periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018. Mediante los resultados estadísticos se demostró que existe un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir $0.0000 < 0.05$, por lo tanto, el presente estudio tiene una distribución normal, Según los resultados obtenidos, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, indicando que el periodismo ciudadano si se relaciona significativamente con la opinión pública de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018. Además, existe una correlación de 0.618%, lo cual indica una correlación positiva moderada.

Cohen (1963) sostiene la teoría de la Agenda Setting anteriormente no funcionaba con eficacia decirles a sus consumidores qué es lo que se tiene que opinar sobre un determinado tema, sin embargo, si podían exponer el tema sobre el cual se opinaba. Así mismo, Verónica Soto (2009) en la tesis titulada "Periodismo Ciudadano en Chile: una nueva era en la información" indica que todo aquello sobre lo que los usuarios quieren opinar se puede encontrar, y además de ello se puede interactuar con información generando opiniones entre usuarios, por ello en el presente objetivo general se concluye que, el periodismo ciudadano influye considerablemente sobre las opiniones que se forman a partir de una noticia, ya que a pesar de no brindar un patrón sobre cómo opinar, se puede orientar la noticia en mención.

Objetivo e Hipótesis Específica 1:

Interpretación:

Como objetivo específico se requiere determinar si existe relación alguna entre el ciberactivismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018. Ya que al obtener los resultados estadísticos quedó demostrado el nivel de significancia (bilateral) es menor a 0.05, es decir $0.0000 < 0.05$, por lo tanto, el presente estudio tiene una distribución normal, Según los resultados obtenidos, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, indicando que el ciberactivismo si se relaciona significativamente con la opinión pública de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018. Además, existe una correlación de 0.536%, lo cual indica una correlación positiva moderada.

Katz (2005) indica que en la teoría de usos y gratificaciones la audiencia utiliza los medios para satisfacer necesidades, siendo conscientes en su totalidad saben con qué propósito usan los medios de comunicación, y específicamente como usarlos de acuerdo a la necesidad de cada individuo, Por ello, Alfonso de la Cruz y Edgardo Bolaños (2013). En su tesis titulada “El uso que le dan los estudiantes de la carrera Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la carrera de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica a la red social Facebook como medio de comunicación social”. Menciona que, de acuerdo al estudio realizado los estudiantes de dicha universidad no usan la red social Facebook como un medio de comunicación social, sino más bien como medio de entretenimiento y conexión con familiares y amigos, siendo este un claro ejemplo en el presente objetivo específico se expone qué existen variedades de medios de comunicación para satisfacer a la audiencia de acuerdo a las necesidades que tenga.

Objetivo e Hipótesis Específica 2:

Interpretación:

Se requiere como objetivo específico determinar si existe relación entre el hiperlocalismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018. Al obtener los resultados estadísticos se evidenció la existencia de un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir $0.0000 < 0.05$, por lo tanto, el presente estudio tiene una distribución normal, Según los resultados obtenidos, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, indicando que el hiperlocalismo si se relaciona significativamente con la opinión pública de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018. Además, existe una correlación de 0.542%, lo cual indica una correlación positiva moderada.

Katz y Lazarsfeld (2006) indica que la teoría de la influencia personal es una nueva forma de comunicarse, ya que esta comunicación no se da de manera directa de medios a audiencia sino de medios a líderes y posteriormente a la audiencia a la cual se desea llegar, Por ello, Juana Nolasco, Amanda Rodas y Celina Sandoval (2012). En su tesis titulada “El uso de la red social Twitter como herramienta periodística en la sección “deportes” del diario de Hoy”. Concluye que, los periodistas adquieren nuevos métodos y dejan de lado elementos básicos del Periodismo como la ortografía, podrían reemplazar palabras con signos y esto no distorsionaría la información que quieren expresar, ya que se han posicionado de tal manera en la audiencia que su forma de comunicación no se ve afectada por estos factores. Teniendo en cuenta todo ello, el presente objetivo específico reafirma que, la información que los medios expresan es mejor entendida y direccionada si se da a través de estos líderes de opinión que a su vez transmiten la informa tal y como se quiere y al segmento de personas deseadas.

Objetivo e Hipótesis Específica 3:

Interpretación:

Se propuso como objetivo específico resolver la relación entre las características del periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018. Mediante los resultados estadísticos se obtuvo que existe un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir $0.0000 < 0.05$, por lo cual, el presente estudio tiene una distribución normal, Según los resultados obtenidos, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, indicando que las características del periodismo ciudadano si se relaciona significativamente con la opinión pública de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018. Además, existe una correlación de 0.566%, lo cual indica una correlación positiva moderada.

Díaz (2012) sostiene en a la teoría de los estudios culturales que la audiencia no siempre percibe la noticia de igual forma, y esto es debido al contexto social en que se encuentran y de ello también dependerá la importancia que le den a dicha noticia. Sin embargo, Aquino (2017). Con su tesis titulada “El periodismo digital y su relación con el consumo de información en los estudiantes del 5 ° de secundario del colegio Gustavo Ries 2017 - Trujillo. Llega a la siguiente conclusión, la investigación intensifica las características del periodismo digital y entre ellas se tiene la multimedialidad, interactividad, e hipertextualidad, lo cual ayuda a la mejor comprensión de las noticias y con ello incrementa el interés y consumo de información vía online, es por ellos que en este objetivo específico lo que se expresa es el complemento se obtiene a partir de las características del periodismo ciudadano hacia la teoría de estudios culturales, brindándoles herramientas de comprensión en las noticias.

V. CONCLUSIONES

1. Se estableció que, si existe relación significativa entre el periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018, ya que existe una correlación de 0.618 el cual indica correlación positiva moderada.
2. De acuerdo a la resolución de los estudios, existe relación significativa entre el ciberactivismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018, ya que existe una correlación positiva moderada de 0.536 entre la dimensión “ciberactivismo” y la variable “opinión pública”.
3. Se precisó la existencia de una relación significativa entre el hiperlocalismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018, ya que se comprobó una correlación positiva moderada de 0.542.
4. Se evidencia que existe relación con significado notable entre las características del periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte, 2018, dado que se obtuvo una correlación positiva moderada de 0.566.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere a la población tener conciencia al momento de difundir noticias mediante las redes sociales, ya que estas pueden repercutir la formación de una opinión pública en la audiencia de manera positiva o negativa, esta última ocasionaría la distorsión de dicha información.
2. A los estudiantes de la Universidad Privada del Norte, se les recomienda tomar con responsabilidad el uso de las diferentes plataformas digitales y orientarlas más al buen uso y difusión de estas mismas como futuros comunicadores con gran responsabilidad en la sociedad.
3. Se recomienda tomar iniciativa para informar en sus localidades, de esta manera se podrán potenciar como comunicadores, ejerciendo y aprendiendo de la carrera, teniendo en cuenta el sacrificio y la responsabilidad que tendrán en la sociedad.
4. A los estudiantes de la Universidad Privada del Norte, se recomienda prestar más atención a las características del periodismo ciudadano ya que ello ayudara a la comprensión de las noticias, y a su vez mejor difusión de ellas.

REFERENCIAS

- Arias-Robles, F. (2014). *La credibilidad de los contenidos informativos en internet para los 'nativos digitales': estudio de caso*. Universidad de La Sabana. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/280245307_La_credibilidad_de_los_contenidos_informativos_en_Internet_para_los_'nativos_digitales'_estudio_de_caso
- Arapa y Mendoza (2017). “*El Periodismo Ciudadanos e cibermedios de Universidad Facebook frase corta y HBA noticias de Arequipa, tercer trimestre del 2017*”. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Aquino (2017). “*El periodismo digital y su relación con el consumo de información en los estudiantes del 5 ° de secundario del colegio Gustavo Ries 2017 - Trujillo*”. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11123/huaman_aa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- De la Cruz, A. & Bolaños, E. (2013). “*El uso que le dan los estudiantes de la carrera Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la carrera de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica a la red social Facebook como medio de comunicación social*”. Universidad de El Salvador.
- Bernal, C (2010). *Metodología de la Investigación*. Tercera Edición. Pearson Educación: Colombia. Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bowman, S. y Willis, C. (2003). *We Media. How audiences are shaping the future of news and information (Thinking paper)*, The Media Center at the American Press Institute.
- Cohen, B. (1963), *The press and foreign policy*. Princeton, NJ, Princeton University Press.
- Dearing J. y Rogers E. (1996), *Communication Concepts 6: Agenda-setting*.

- Doallo, L. (2014). *“El periodismo ciudadano en la prensa: el caso de 20 minutos”*.
Universidad de Vigo
- Dan Gillmor (2006). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*.
O’Reilly Media.
- García, Alfaro, Hernández & Alarcón (2010). *Diseño de cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones*.
- García-Alonso Montoya, P. (2006). *“Periodismo digital y periodismo ciudadano*.
- Howard Rheingold, *Multitudes Inteligentes: La próxima revolución social (Smart Mobs)*
- Díaz, J. (2010). *Online Journalism*.
- Joan-Tomás P. (2008) *Más allá de lo escrito: la hipertextualidad y la multimedialidad en los blogs como estrategias discursivas de la comunicación digital*. España. Madrid.
- Nolasco, J. Rodas, A. y Sandoval, C. (2012). “El uso de la red social twitter como herramienta periodística en la sección “deportes” del diario de Hoy”. Universidad de El Salvador.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. *American Sociological Review*.
- Katz, Elihu, y Lazarsfeld, Paul (2006). *Personal influence*.
- McQuail, Denis 2000 *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*.
- Muñoz, P. (2017). *“Las Redes Sociales y su influencia en la decisión de compra en estudiantes de una Universidad Privada del Cono Norte, Lima 2017”*. Universidad Cesar Vallejo.
- Minervini, (2004). *El protagonismo de la imagen en la prensa*. Revista Latina de Comunicación Social.
- Oliva Marañón, C. (2014). *El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento*. Aposta. Revista de Ciencias Sociales

- Oviedo, G. (2000). *Interactividad e Interacción*. Revista Interuniversitaria de Tecnología Educativa.
- Rojas Prieto, J. (2013). *Libertad de expresión, Internet y comunicación política en México*. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco Distrito Federal, México.
- Rodríguez, R. (2005). *La información de sucesos*. Temática en prensa escrita
- Rubio, J. (2009). *Opinión pública y medios de comunicación*. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología*, 25(1), pp. 2. Recuperado de: http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html
- Ortelles, B. (2016). *Vídeos de producción propia en la prensa digital: buscando el equilibrio entre la calidad y la inmediatez*. Revista Latina de Comunicación Social
- Sartori G. (2009). La democracia en 30 lecciones.
- Trigos Carrillo, Lina Marcela (2010). *Significado e Intencionalidad*. Universidad Nacional de Colombia Bogotá, Colombia.
- Soto, V. (2009) “*Periodismo Ciudadano en Chile: una nueva era en la información*”. Recuperado de: https://issuu.com/mariapastora/docs/periodismo_ciudadano_en_chile
- Young, K. (1986). *La opinión pública y la propaganda*, Barcelona: Paidós.

ANEXOS

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES		
<p>Problema general</p> <p>¿De qué manera el periodismo ciudadano tiene relación con la formación de la opinión pública en estudiantes universitarios de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte en el año 2018?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿De qué manera el ciberactivismo se relaciona con la formación de la opinión pública en estudiantes de la Universidad Privada del Norte en el año 2018?</p> <p>¿De qué manera la geolocalización se relaciona con la formación de la opinión pública en estudiantes de la Universidad</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre el periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte,2018</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar la relación entre el ciberactivismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte,2018.</p> <p>Determinar la relación entre el hiperlocalismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Hi: Sí existe relación notablemente significativa entre el periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte,2018</p> <p>Ho: No existe relación notablemente significativa entre el periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte,2018</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>Existe relación significativa entre el ciberactivismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la</p>	Variable 1: Periodismo Ciudadano		
			Dimensiones	Indicadores	ESCALA DE MEDICION
			Ciberactivismo	<ul style="list-style-type: none"> • Usas las plataformas digitales como fuente de información. • Con qué frecuencia participas compartiendo información en redes sociales. • Consideras que las noticias publicadas en redes sociales son creíbles. 	Escala de Likert
			Hiperlocalismo	<ul style="list-style-type: none"> • Cuentas con fuentes que informen noticias y se enfoquen solo tu localidad. • Suelas leer noticias online • Con qué frecuencia revisas tus plataformas digitales 	
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Consideras importante el uso del hipertexto en las noticias online • Consideras importante la interactividad en redes a partir de la publicación de una noticia • Consideras importante el uso de contenido multimedia en las noticias online. 				

Privada del Norte en el año 2018? ¿De qué manera las características del periodismo ciudadano se relacionan con la formación de la opinión pública en estudiantes de la Universidad Privada del norte en el año 2018?	Universidad Privada del Norte,2018. Determinar la relación entre las características del periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte,2018.	comunicación de la Universidad Privada del Norte,2018. Existe relación significativa entre el hiperlocalismo y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte,2018. Existe relación significativa entre las características del periodismo ciudadano y la opinión pública en estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada del Norte,2018.	Variable 2: Opinión Pública			
			Dimensiones	Indicadores		Escala de medición
			Medio de expresión	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando expresas tu opinión sobre una información haces uso solo de texto • Cuando compartes información consideras indispensable el uso de imágenes • Utilizas videos al momento de expresar tu opinión sobre una información 		Escala de Likert
			Temática	<ul style="list-style-type: none"> • Con qué frecuencia compartes noticias sociales • Con qué frecuencia compartes noticias policiales • Con qué frecuencia compartes noticias de deportes 		
Intencionalidad	<ul style="list-style-type: none"> • En tu participación en redes sociales buscar la confrontación de ideas • Buscas llegar a un consenso después de haber debatido una noticia • Tienes como objetivo la aprobación de tus ideas al compartir una noticia 					

Matriz operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de Valoración					
						(N)	(CN)	(A)	(CS)	(S)	
						1	2	3	4	5	
Periodismo Ciudadano	Según Markos Goicolea (2014), “El periodismo ciudadano (también denominado periodismo 2.0) se caracteriza por la participación de los propios ciudadanos en el proceso de creación y difusión de la información. Es un fenómeno alentado por la democratización de internet, los medios digitales, las redes sociales y los entornos colaborativos.”	El ´periodismo ciudadano es la participación de los propios ciudadanos en la difusión de una información.	Ciberactivismo	Plataformas	Usas las plataformas digitales como fuente de información.						
				Participación	Con qué frecuencia participas compartiendo información en redes sociales.						
				Credibilidad	Consideras que las noticias publicadas en redes sociales son creíbles.						
			Hiperlocalismo	Proximidad de Noticias	Cuentas con fuentes que informen noticias y se enfoquen solo tu localidad.						
				Noticias Online	Sueles leer noticias online						
				Tiempo	Con qué frecuencia revisas tus plataformas digitales						
			Características	Hipertextualidad	Consideras importante el uso del hipertexto en las noticias online						
				Interactividad	Consideras importante la interactividad en redes a partir de la publicación de una noticia						
				Multimedialidad	Consideras importante el uso de contenido multimedia en las noticias online.						

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de Valoración					
						(N)	(CN)	(A)	(CS)	(S)	
						1	2	3	4	5	
Opinión Pública	Según Wilcox D, Cameron G y Xifra (2012) “Es la expresión colectiva de la opinión de un grupo social reunido en un grupo por sus intereses e ideales comunes.”	La opinión pública tiene como origen una problemática y es a partir de ello que se realiza una opinión, confrontación para llegar a un acuerdo posterior al cual se le denomina opinión pública.	Medio de expresión	Texto	Cuando expresas tu opinión sobre una información haces uso solo de texto						
				Imagen	Cuando compartes información consideras indispensable el uso de imágenes						
				Video	Utilizas videos al momento de expresar tu opinión sobre una información						
			Temática	Social	Con qué frecuencia compartes noticias sociales						
				Policial	Con qué frecuencia compartes noticias policiales						
				Deporte	Con qué frecuencia compartes noticias de deportes						
			Intencionalidad	Confrontación	En tu participación en redes sociales buscar la confrontación de ideas						
				Consenso	Buscas llegar a un consenso después de haber debatido una noticia						
				Aprobación	Tienes como objetivo la aprobación de tus ideas al compartir una noticia						

Instrumento de Medición
CUESTIONARIO

Estimado(a) colaborador(a):

El presente instrumento tiene como objetivo conocer de qué manera el periodismo ciudadano influye en la formación de la opinión pública en estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Por ello se le solicita responder todos los siguientes enunciados con veracidad. Agradeciéndole de antemano su colaboración

INSTRUCCIONES:

- Marque con una X la respuesta que crea usted sea la correcta.
- Por favor escoger solo una opción en cada pregunta

DATOS ESPECÍFICOS	
N	Nunca
CN	Casi Nunca
A	A veces
CS	Casi Siempre
S	Siempre

		N	CN	A	CS	S
1	Usas las plataformas digitales como fuente de información					
2	Participas compartiendo información en redes sociales					
3	Generas contenido noticioso en tus redes sociales					
4	Cuentas con fuentes que informen noticias y se enfoquen solo en tu localidad					
5	Tienes interés de informarte sobre noticias de tu localidad					
6	Te interesa compartir noticias sobre tu localidad					
7	Es importante el uso del hipertexto en noticias online					
8	Es importante la interactividad en redes a partir de la publicación de una noticia					
9	Es importante el uso de contenido multimedia en las noticias online					
10	Consideras que las noticias publicadas en redes sociales son creíbles					
11	Expresas tu opinión sobre temas de interés social					
12	Defiendes tu posición sobre temas de interés social					
13	Realizas acciones públicas que muestren tu postura frente a temas de interés social					
14	Compartes noticias sociales					
15	Compartes noticias policiales					
16	Compartes noticias de deportes					
17	En tu participación en redes sociales buscas la confrontación de ideas					
18	Buscar llegar a un consenso después de haber debatido una noticia					
19	Tienes como objetivo la aprobación de tus ideas al compartir una noticia					

Validez de expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: PERIODISMO CIUDADANO

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
DIMENSIÓN 1: CIBERACTIVISMO								
1	Usas las plataformas digitales como fuente de información	✓		✓		✓		
2	Participas compartiendo información en redes sociales	✓		✓		✓		
3	Generas contenido noticioso en tus redes sociales	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: HIPERLOCALISMO								
4	Cuentas con fuentes que informen noticias y se enfoquen solo en tu localidad	✓		✓		✓		
5	Tienes interés de informarte sobre noticias de tu localidad	✓		✓		✓		
6	Te interesa compartir noticias sobre tu localidad	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: CARACTERÍSTICAS								
7	Es importante el uso del hipertexto en noticias online	✓		✓		✓		
8	Es importante la interactividad en redes a partir de la publicación de una noticia	✓		✓		✓		
9	Es importante el uso de contenido multimedia en las noticias online	✓		✓		✓		

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia): _____

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR () NO APLICABLE ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL JUEZ VALIDADOR: Dr./Mg.: VALVERDE VÁSQUEZ MAXIMO BRAULIO Especialidad: Periodismo

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE: _____ FECHA: 24-10-2018

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: OPINIÓN PÚBLICA

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
DIMENSIÓN 1: MEDIO DE EXPRESION								
1	Expresas tu opinión sobre temas de interés social	✓		✓		✓		
2	Defiendes tu posición sobre temas de interés social	✓		✓		✓		
3	Realizas acciones públicas que muestren tu postura frente a temas de interés social	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: TEMATICAS								
4	Compartes noticias sociales	✓		✓		✓		
5	Compartes noticias policiales	✓		✓		✓		
6	Compartes noticias de deportes	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: INTENCIONALIDAD								
7	En tu participación en redes sociales buscas la confrontación de ideas	✓		✓		✓		
8	Buscar llegar a un consenso después de haber debatido una noticia	✓		✓		✓		
9	Tienes como objetivo la aprobación de tus ideas al compartir una noticia	✓		✓		✓		

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia): _____

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR () NO APLICABLE ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL JUEZ VALIDADOR: Dr./Mg.: VALVERDE VÁSQUEZ MAXIMO BRAULIO Especialidad: Periodismo

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE: _____ FECHA: 24-10-2018

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: PERIODISMO CIUDADANO

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
DIMENSIÓN 1: CIBERACTIVISMO								
1	Usas las plataformas digitales como fuente de información	✓		✓		✓		
2	Participas compartiendo información en redes sociales	✓		✓		✓		
3	Generas contenido noticioso en tus redes sociales	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: HIPERLOCALISMO								
4	Cuentas con fuentes que informen noticias y se enfoquen solo en tu localidad	✓		✓		✓		
5	Tienes interés de informarte sobre noticias de tu localidad	✓		✓		✓		
6	Te interesa compartir noticias sobre tu localidad	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: CARACTERÍSTICAS								
7	Es importante el uso del hipertexto en noticias online	✓		✓		✓		
8	Es importante la interactividad en redes a partir de la publicación de una noticia	✓		✓		✓		
9	Es importante el uso de contenido multimedia en las noticias online	✓		✓		✓		

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia): _____

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE () APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR () NO APLICABLE ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL JUEZ VALIDADOR: Dr./Mg.: Oriarte Laynes Pedro Especialidad: Periodismo

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE: [Firma] FECHA: 24-10-2018

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: OPINIÓN PÚBLICA

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
DIMENSIÓN 1: MEDIO DE EXPRESION								
1	Expresas tu opinión sobre temas de interés social	✓		✓		✓		
2	Defiendes tu posición sobre temas de interés social	✓		✓		✓		
3	Realizas acciones públicas que muestren tu postura frente a temas de interés social	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: TEMATICAS								
4	Compartes noticias sociales	✓		✓		✓		
5	Compartes noticias policiales	✓		✓		✓		
6	Compartes noticias de deportes	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: INTENCIONALIDAD								
7	En tu participación en redes sociales buscas la confrontación de ideas	✓		✓		✓		
8	Buscar llegar a un consenso después de haber debatido una noticia	✓		✓		✓		
9	Tienes como objetivo la aprobación de tus ideas al compartir una noticia	✓		✓		✓		

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia): _____

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE () APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR () NO APLICABLE ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL JUEZ VALIDADOR: Dr./Mg.: Oriarte Laynes Pedro Especialidad: Periodismo

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE: [Firma] FECHA: 24-10-2018