

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
Escuela Profesional de Periodismo



*Impacto de las redes sociales en la producción periodística de los
periodistas de Lima*

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado académico de Bachiller en Periodismo

PRESENTADO POR:

Claudia Lucero Alva Lirio

ASESOR:

Edwin Fernando Alarcón La Torre

LIMA, PERÚ

2019

Título: Impacto de las redes sociales en la producción periodística de los periodistas de Lima

Autor: Claudia Lucero Alva Lirio

Asesor: Edwin Fernando Alarcón La Torre

Línea de investigación: Periodismo y nuevas tecnologías de la información

Fecha: 10 de diciembre del 2019

Resumen:

El presente trabajo de investigación se enfocará en el análisis del impacto de las redes sociales en la producción periodística de los periodistas de Lima, con el fin de determinar cuánto afecta a la labor periodística y buscar posibles soluciones.

ÍNDICE

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
1.1. Descripción del problema	6
1.2. Formulación del problema	6
1.2.1. Problema general	6
1.2.2. Problemas específicos	6
1.3. Objetivos de la investigación	7
1.3.1. Objetivo general	7
1.3.2. Objetivos específicos	7
1.4. Justificación de la investigación	7
1.4.1. Teórica	7
1.4.2. Metodológica	7
1.4.3. Práctica	7
1.5. Delimitación de la investigación	8
1.5.1. Temporal	8
1.5.2. Espacial	8
1.5.3. Social	8
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	9
2.1. Marco histórico	10
2.2. Antecedentes de la investigación	10
2.2.1. Nacional	10
2.2.2. Internacional	12
2.3. Bases teóricas	14
2.4. Marco conceptual	14
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	16
3.1. Hipótesis de investigación	17
3.1.1. Hipótesis general	17
3.1.2. Hipótesis específicas	17
3.2. Variables de investigación	17
3.2.1. Definición conceptual	17
3.2.2. Definición operacional	18
3.3. Tipo, nivel y diseño de investigación	18
3.3.1. Tipo de investigación	18

3.3.2.	Nivel de investigación.....	19
3.3.3.	Diseño de investigación	19
3.4.	Población y muestra	19
3.4.1.	Población	19
3.4.2.	Muestra	19
3.4.3.	Muestreo	19
3.5.	Métodos de investigación	19
3.6.	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	20
3.6.1.	Técnicas.....	20
3.6.2.	Instrumentos (confiabilidad y validez)	20
3.7.	Técnicas de procesamiento de datos	20
	CAPÍTULO IV: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS:	21
4.1.	Cronograma de actividades	22
4.2.	Presupuesto y financiamiento	23
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	24
	ANEXOS	27
1.	Matriz de consistencia	28
2.	Instrumento de investigación	30
3.	Prueba de confiabilidad del instrumento y validez del instrumento.....	32

CAPÍTULO I
Problema de investigación

1.1. Descripción del problema

La Revolución Digital, que consiste en el cambio de lo analógico a lo digital, ha dado origen a nuevas tecnologías de la información y formas de comunicación. Ejemplo de ello son las redes sociales, sitios web que, debido a su interactividad, automatización, alcance y contenido, se han convertido en los más utilizados por los periodistas, quienes han visto de estas plataformas una nueva herramienta y modalidad de trabajo.

Debido al alcance de las redes sociales, los periodistas se han visto en la necesidad de adaptarse y establecer estrategias para el eficiente manejo de las redes sociales; las cuales, si bien han facilitado la obtención y la difusión de noticias, han dado cabida a la distorsión y la rápida difusión de las mismas, afectando así la labor periodística y su profesionalismo.

Esta realidad, ha dado pase a la mala producción periodística, originando que la opinión pública tenga una mala percepción del periodismo a causa del mal manejo de información.

Dicho esto, es importante encontrar alternativas de solución para frenar el impacto que han tenido las redes sociales en la producción periodística. Es por ello que el presente proyecto de investigación buscará analizar dicho impacto para determinar estrategias de solución que puedan recuperar el profesionalismo periodístico.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cómo impactan las redes sociales en la producción periodística de los periodistas de Lima?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo impactan las comunidades virtuales en la producción periodística de los periodistas de Lima?
- ¿Cómo impacta la tecnología digital en la producción periodística de los periodistas de Lima?
- ¿Cómo impacta la red de contenidos digitales la producción periodística de los periodistas de Lima?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

- Analizar el impacto de las redes sociales en la producción periodística de los periodistas de Lima.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar el impacto de las comunidades virtuales en la producción periodística de los periodistas de Lima.
- Analizar el impacto de la tecnología digital en la producción periodística de los periodistas de Lima.
- Analizar el impacto de la red de contenidos digitales en la producción periodística de los periodistas de Lima.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación teórica

El aporte teórico del proyecto de investigación tendrá como propósito contribuir al conocimiento existente sobre la obtención y difusión de noticias en las redes sociales.

Esta teoría aportará la manera correcta de trabajar las noticias en dichas plataformas. Esto, con el fin de que los contenidos de los medios no carezcan de calidad informativa.

1.4.2. Justificación metodológica

El aporte metodológico del proyecto de investigación consistirá en la implementación de nuevas estrategias para el adecuado manejo de las redes sociales como herramientas obtentoras y difusoras de noticias; de tal manera que cuando el estudio sea válido y confiable, este pueda ser utilizado no solo en posteriores trabajos de investigación, sino también en los medios periodísticos que no ponen en práctica un adecuado tratamiento de noticias en sitios virtuales.

1.4.3. Justificación práctica

El aporte práctico del proyecto de investigación radica en que los periodistas de Lima analizarán la problemática e implementarán estrategias para el eficiente manejo de las redes sociales en la obtención y la difusión de noticias, lo cual se verá reflejado en la calidad

y credibilidad de la información. Además, esto impulsará la imagen del periodista como un ser profesional, logrando la buena reputación de los medios.

1.5. Delimitación de la investigación

1.7.1. Delimitación temporal

El proyecto de investigación de desarrollará en un lapso de cuatro meses para su elaboración teórica y otros cuatro meses para su ejecución, lo que comprenderá el periodo 2019-2020.

1.7.2. Delimitación espacial

El proyecto de investigación se realizará en el laboratorio y la biblioteca de la Universidad Jaime Bausate y Meza, ubicado en Jesús María.

1.7.3. Delimitación social

El proyecto de investigación tendrá como unidad de análisis a los periodistas que, además de ejercer el periodismo, laboran como docentes en la Universidad Jaime Bausate y Meza.

CAPÍTULO II

Marco teórico

2.1. Marco histórico

En 2015, la Red Internacional de Investigación de la Gestión de la Comunicación (Xescom) realizó la encuesta *Barómetro de gestión de la comunicación*, cuyo objetivo fue descubrir nuevos conceptos y estudiar los cambios producidos en la comunicación tras la aparición de las redes sociales. Para ello, se plantearon tres preguntas:

- ¿Cree que las redes sociales han transformado los medios tradicionales?
- ¿Cuál red social considera que podría aportar más valor a un medio?
- ¿Cree que las redes sociales están cambiando el periodismo?

Gracias a los resultados, se concluyó que dichos cambios en las comunicaciones impulsan la revolución digital.

Francisco Campos Freire, José Rúas Araújo, Xosé López García y Valentín Alejandro Martínez Fernández. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. 28/11/2019, El profesional de la información. Sitio web: <https://cutt.ly/ee3Ed7B>

2.2. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes nacionales

- Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco, en su artículo “*Las redes sociales como herramientas del periodismo digital*”, señala que el estudio de las redes sociales es un tema de interés y repercusión social debido a que actualmente las personas invierten un tiempo considerable en el uso de las nuevas plataformas digitales.

Sin embargo, este no es el verdadero de las redes sociales. La realidad es que estas han generado una nueva forma de comunicación al permitir una mayor y mejor interacción entre los usuarios.

Es por eso que, al promover el contacto continuo entre las personas, quienes tienen la permanente necesidad de intercambiar ideas, experiencias u opiniones, que las redes sociales se han convertido en un recurso comunicacional básico para el hombre.

Por otro lado, se ha reflejado su uso por parte de los medios de comunicación, pues muchos han optado por informarse y emitir opiniones a través de estas plataformas.

Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco. (2014). Las redes sociales como herramientas del periodismo digital. 28/11/2019, de Universidad San Martín de Porres. Sitio web: <https://cutt.ly/Ps4ARUq>

- Lucia Desirée Barja Marquina (2016), en su tesis “El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena.”, señala que el objetivo principal del estudio es definir el perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de tres reconocidos medios. La metodología empleada es mixta, utilizando encuestas y entrevistas como técnicas para la recolección de datos. Estos arrojaron como resultado la confirmación del supuesto relacionado con el cambio de los aspectos sociodemográficos (edad, nivel de estudios y trayectoria profesional) de los ciberperiodistas, y las rutinas laborales, tales como la cobertura y obtención de información. La conclusión principal señala que la implementación de los procesos de convergencia de plataformas cambia, además, el perfil de los profesionales que trabajan en dichas empresas, quienes resultan ser multitareas.

Barja Marquina, Lucia Desirée. (2016). El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena.. 28/11/2019, de Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Sitio web: <https://cutt.ly/ks4AKAW>

- Branca Luciana Viaña Diaz del Olmo (2017), en su tesis “Los periodistas ciudadanos en el Perú. #AlertaNoticias de canal N en Twitter”, señala que el objetivo principal del estudio es descubrir el perfil del reportero ciudadano de un noticiero local. La metodología elegida es mixta, pero enfatiza el cualitativo, ya que la investigación hace etnografía virtual y recoge el sentir de los ciudadanos que lograron que sus denuncias sean rebotadas. La conclusión arrojó

que, si bien los ciudadanos no conocen el sentido periodístico de “fuente de información”, saben que solo proporcionan los datos y depende del periodista la verificación para su publicación.

Branca Luciana Viaña Díaz del Olmo. (2017). Los periodistas ciudadanos en el Perú. #AlertaNoticias de Canal N en Twitter. 28/11/2019, de Universidad de Lima. Sitio web: <https://cutt.ly/ue0KGEz>

2.1.2. Antecedentes internacionales

- Francisco Campos Freire, Xosé Rúas Araújo, Valentín Alejandro Martínez Fernández y Xosé López García en su artículo *Impacto de las redes sociales en el periodismo*, señalan que los conceptos de “metamedios” y “redes de valor” son procedentes del sistema actual de comunicación. Mientras que el primero se refiere a la transformación de los procesos y contextos comunicacionales, como producción y uso de medios; el segundo está relacionado al sistema que pone valor al flujo informativo, conocimiento y la interacción social de la comunicación.

Dicha revolución se manifiesta en los nuevos usos que le dan no solo las personas, sino también las organizaciones y los medios de comunicación, pues todos estos han puesto a las redes sociales en el objetivo de la aportación de valor, tal y como se ve en los datos y análisis que se presentan en el artículo, el cual ofrece resultados de la encuesta *Barómetro de gestión de medios*, realizada a finales de 2015 a 300 empresas de comunicación de España sobre su transformación relacionada al uso de las redes sociales.

Francisco Campos-Freire, José Rúas-Araújo, Xosé López-García y Valentín Alejandro Martínez-Fernández. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. 28/11/2019, de Resultados de búsqueda Resultados de la Web El profesional de la información. Sitio web: <https://cutt.ly/ee3Ed7B>

- Andreu Casero-Ripollés (2017), en su tesis “La interactividad en las redes sociales: análisis de la cobertura de los periódicos y la respuesta de los usuarios en Twitter del 1 de octubre de 2017”,

señala como objetivo principal “analizar la interacción entre los usuarios y medios de comunicación españoles en Twitter en el asunto político del referéndum por la independencia de Cataluña el 1 de octubre de 2017”. El autor utilizó la metodología cuantitativa basada en el análisis de tweets, cuyo resultado evidenció la existencia de interacción entre los medios de comunicación y los usuarios de la red social. La conclusión principal de la tesis afirma la importancia de “el papel que ejerce el usuario de Twitter en un acto político de actualidad y de gran renombre”, lo cual se plantea para examinar la interacción existente entre ambos objetos estudiados.

Castillo Alfaro, Neus. (2018). La interactividad en las redes sociales: análisis de la cobertura de los periódicos y la respuesta de los usuarios en Twitter del 1 de octubre de 2017. 28/11/2019, de Universitat Jaume I. Sitio web: <https://cutt.ly/1e0KDvd>

- Beatriz Cerviño Queiroz (2013), en su tesis “El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas”, señala que el objetivo principal del estudio es establecer la manera en que ocurre la influencia de dichas plataformas en la pauta periodística. La autora utilizó la metodología cuantitativa y aplicó como técnicas el análisis de contenido y encuestas, cuyo resultado mostró que las redes sociales presentaban una cantidad de unidades comunicativas más grande que la supuesta. La investigación concluyó que el uso de las redes sociales ha alcanzado un importante nivel en la práctica periodística.

Beatriz Cerviño Queiroz. (2013). El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas. 28/11/2019, de Universidad Autònoma de Barcelona. Sitio web: <https://cutt.ly/Xe0KFjj>

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Variable independiente: Redes sociales

El internet ha acabado con el espacio y la distancia que existía entre los periodistas y las fuentes, y eso gracias a que estas manejan cuentas (personales o públicas) en redes sociales, sobre todo en Facebook o Twitter.

Así como se han acelerado el contacto entre ambas, también han facilitado a los usuarios el acceso mismas fuentes que el periodista recurre antes de elaborar una nota periodística, por lo que tanto el profesional como el ciudadano común pueden contactarse con la misma fuente periodística mediante las redes sociales.

Estefany Morales Blanco. (2016). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. Perú: Correspondencias & Análisis, N° 6, año 2016.

2.3.2. Variable dependiente: Producción periodística

Antes que las redes sociales sean parte de la rutina de las personas, ya se auguraba los cambios que iban a resultar de la masificación del internet en la producción periodística, pues Jesús García Jiménez ya había señalado que las nuevas tecnologías no solo modificarían los procesos de legitimación, sino también ampliarían el acceso a las fuentes y, por lo tanto, limitarían los filtros la noticia, desde las agencias hasta las audiencias.

Estefany Morales Blanco. (2016). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. Perú: Correspondencias & Análisis, N° 6, año 2016.

2.4. Marco conceptual

- Calidad informativa

Es lo que los medios presentan a los usuarios para diferenciarse y fidelizar.

- Comunidad virtual

Espacio digital en el que los usuarios web interactúan y comparten ideas y materiales de manera organizada.

- Contenidos digitales

Cualquier información procesada de manera digital (archivos electrónicos), contraria a la física.

- **Impacto**
Es el efecto producido por algo.
- **Periodista**
Persona dedicada a ejercer la libertad de expresión a través de los medios de comunicación para difundir información a la sociedad.
- **Producción periodística**
Proceso aplicado por el periodista para elaborar un producto periodístico.
- **Red social**
Estructura social digital compuesta por usuarios que guardan algún tipo de relación, ya sea profesional, amical, familiar, etc.
- **Técnicas informativas**
Formas de informar de manera óptima, positiva y clara.
- **Tecnología digital**
Avances de la era digital y nuevas maneras de comunicación donde todo tiene una forma sistemática de ser.
- **Tratamiento periodístico**
Manera en la que un medio trabaja la información.

CAPÍTULO III

Metodología de la investigación

3.1. Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis general

- Las redes sociales impactan en la producción periodística de los periodistas de Lima.

3.1.2. Hipótesis específicas

- Las comunidades virtuales impactan en la producción periodística de los periodistas de Lima.
- La tecnología digital impacta en la producción periodística de los periodistas de Lima.
- La red de contenidos digitales impacta en la producción periodística de los periodistas de Lima.

3.2. Variables de la investigación

3.2.1. Definición conceptual

- **Redes sociales**

Javier Celaya, en su libro *La empresa en la web 2.0*, define a las redes sociales como espacios de internet en que los usuarios publican y comparten cualquier tipo de información, ya sea personal o profesional, con terceras personas.

Javier Celaya. (2008). *La empresa en la web 2.0*. España: Gestión 2000.

- **Producción periodística**

Se entiende por producción periodística al conjunto de técnicas de trabajo, rutina productiva, mecanismo de toma de decisiones, sistema de organización y control de calidad que aplica un periodista para la construcción de un producto periodístico.

Usuario martitpg. (2012). Producción e información. 28/11/2019, de Docsity. Sitio web: <https://cutt.ly/oe0J1W4>

3.2.2. Definición operacional

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Instrumento
VI: Redes sociales	Comunidad virtual	Interactividad	V(x): 1	Escala de Likert: 1. Muy probable 2. Probablemente 3. Indiferente 4. Poco probable 5. Nada probable	Cuestionario Variable independiente Dimensión 1: 3 Dimensión 2: 3 Dimensión 3: 3 Subtotal: 9
		Instantaneidad	V(x): 2		
		Personalización	V(x): 3		
	Tecnología digital	Automatización	V(x): 4		
		Productividad	V(x): 5		
		Innovación	V(x): 6		
	Contenidos digitales	Archivos electrónicos	V(x): 7		
		Datos procesados	V(x): 8		
		Posicionamiento	V(x): 9		
VD: Producción periodística	Tratamiento periodístico	Recolección	V(y): 1	Escala de Likert: 1. Muy probable 2. Probablemente 3. Indiferente 4. Poco probable 5. Nada probable	Variable independiente Dimensión 1: 3 Dimensión 2: 3 Dimensión 3: 3 Subtotal: 9
		Análisis	V(y): 2		
		Publicación	V(y): 3		
	Calidad informativa	Credibilidad	V(y): 4		
		Profesionalismo	V(y): 5		
		Parcialidad	V(y): 6		
	Técnicas informativas	Audiovisual	V(y): 7		
		Digitalización	V(y): 8		
		Sensacionalismo	V(y): 9		

3.3. Tipo, nivel y diseño de la investigación

3.3.1. Tipo de la investigación

El proyecto de investigación será de tipo aplicado, ya que tendrá como propósito fundamental resolver el problema.

Roberto Hernández Sampieri. (2013). Metodología de la investigación (6.a edición). México: McGraw-Hill Education.

3.3.2. Nivel de la investigación

El proyecto de investigación será de alcance descriptivo, pues se recogerá información sobre las variables y de detallarán cómo son y cómo se manifiestan.

Roberto Hernández Sampieri. (2013). Metodología de la investigación (6.a edición). México: McGraw-Hill Education.

3.3.3. Diseño de contrastación de hipótesis

El proyecto de investigación tendrá como diseño de contrastación de hipótesis a la investigación no experimental, pues las variables serán observadas y analizadas en su contexto natural sin ser manipuladas.

Roberto Hernández Sampieri. (2013). Metodología de la investigación (6.a edición). México: McGraw-Hill Education.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

El proyecto de investigación tendrá como población a los periodistas de Lima Metropolitana.

3.4.2. Muestra

El proyecto de investigación tendrá como muestra a los periodistas de Lima Metropolitana cuyo centro de trabajo esté ubicado en el distrito de Jesús María.

3.4.3. Muestreo

El proyecto de investigación tendrá el muestreo no probabilístico como técnica de selección de muestra, pues la elección de los elementos dependerá del investigador.

Roberto Hernández Sampieri. (2013). Metodología de la investigación (6.a edición). México: McGraw-Hill Education.

3.5. Método de investigación

El proyecto de investigación tendrá como método de investigación el hipotético-deductivo, pues el método científico a seguir constará de la observación, el análisis de los hechos, el planteamiento de la hipótesis, las

deducciones de conclusiones a partir de conocimientos previos, y la verificación.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas

El proyecto de investigación tendrá a la encuesta como técnica de investigación cuantitativa, la cual será aplicada a la unidad de análisis.

3.6.2. Instrumento

El proyecto de investigación tendrá como instrumento de recolección de datos un cuestionario de 18 preguntas con escala de Likert (muy probable, probablemente, indiferente, poco probable y nada probable), la cual permitirá conocer el grado de conformidad del encuestado. Dicho cuestionario fue validado por juicio de expertos para la posterior aplicación de la prueba piloto.

3.6.3. Técnica de procesamiento de datos

Para el procesamiento de datos y el análisis estadístico del proyecto de investigación se utilizará el programa estadístico informático SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

CAPÍTULO IV
Aspectos administrativos

4.2. Cronograma de actividades

Actividades	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Selección del tema de investigación																				
Elaboración de la matriz de consistencia																				
Elaboración de la matriz de operacionalización de variables																				
Elaboración del instrumento (cuestionario)																				
Elaboración del primer capítulo																				
Elaboración del segundo capítulo																				
Elaboración del tercer capítulo																				
Elaboración del cuarto capítulo																				
Validación del instrumento por juicio de expertos																				
Aplicación del instrumento																				

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barja Marquina, Lucia Desirée. (2016). El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena.. 28/11/2019, de Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Sitio web: <https://cutt.ly/ge0KH9k>
- Beatriz Cerviño Queiroz. (2013). El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas. 28/11/2019, de Universidad Autónoma de Barcelona. Sitio web: <https://cutt.ly/Xe0KFjj>
- Branca Luciana Viaña Diaz del Olmo. (2017). Los periodistas ciudadanos en el Perú. #AlertaNoticias de Canal N en Twitter. 28/11/2019, de Universidad de Lima. Sitio web: <https://cutt.ly/ue0KGEz>
- Castillo Alfaro, Neus. (2018). La interactividad en las redes sociales: análisis de la cobertura de los periódicos y la respuesta de los usuarios en Twitter del 1 de octubre de 2017. 28/11/2019, de Universitat Jaume I. Sitio web: <https://cutt.ly/1e0KDvd>
- Estefany Morales Blanco. (2016). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. Perú: Correspondencias & Análisis, Nº 6, año 2016.
- Francisco Campos Freire, José Rúas Araújo, Xosé López García y Valentín Alejandro Martínez Fernández. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. 28/11/2019, El profesional de la información. Sitio web: <https://cutt.ly/ee3Ed7B>
- Javier Celaya. (2008). La empresa en la web 2.0. España: Gestión 2000.
- Roberto Hernández Sampieri. (2013). Metodología de la investigación (6.a edición). México: McGraw-Hill Education.

Usuario martitpg. (2012). Producción e información. 28/11/2019, de Docsity Sitio web: <https://cutt.ly/oe0J1W4>

Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco. (2014). Las redes sociales como herramientas del periodismo digital. 28/11/2019, de Universidad San Martín de Porres. Sitio web: <https://cutt.ly/Ps4ARUq>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología de la investigación
¿Cómo impactan las redes sociales en la producción periodística de los periodistas de Lima?	Analizar el impacto de las redes sociales en la producción periodística de los periodistas de Lima.	Las redes sociales impactan en la producción periodística de los periodistas de Lima.	VI: Redes sociales VD: Producción periodística UA: Periodistas de Lima	VI: Redes sociales <ul style="list-style-type: none"> • Comunidades virtuales • Tecnología digital • Contenidos digitales VD: Producción periodística <ul style="list-style-type: none"> • Tratamiento periodístico • Calidad informativa • Técnicas informativas 	Comunicación virtual <ul style="list-style-type: none"> • Interactividad • Instantaneidad • Personalización Tecnología digital <ul style="list-style-type: none"> • Automatización • Productividad • Innovación Contenidos digitales <ul style="list-style-type: none"> • Archivos electrónicos • Datos procesados • Posicionamiento Tratamiento periodístico <ul style="list-style-type: none"> • Recolección • Análisis • Publicación 	A. Método y diseño: Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo B. Población y muestra: Periodistas de Lima C. Técnicas e instrumento de recolección de datos:
¿Cómo impactan las comunidades virtuales en la producción periodística de los periodistas de Lima?	Analizar el impacto de las comunidades virtuales en la producción periodística de los periodistas de Lima.	Las comunidades virtuales impactan en la producción periodística de los periodistas de Lima.				
¿Cómo impacta la tecnología digital en la producción periodística de los periodistas de Lima?	Analizar el impacto de la tecnología digital en la producción periodística de los periodistas de Lima.	La tecnología digital impacta en la producción periodística de los periodistas de Lima.				

<p>periodistas de Lima?</p> <p>¿Cómo impacta la red de contenidos digitales la producción periodística de los periodistas de Lima?</p>	<p>periodistas de Lima.</p> <p>Analizar el impacto de la red de contenidos digitales en la producción periodística de los periodistas de Lima.</p>	<p>La red de contenidos digitales impacta en la producción periodística de los periodistas de Lima.</p>			<p>Calidad informativa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Credibilidad • Profesionalismo • Parcialidad <p>Técnicas informativas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Audiovisual • Digitalización • Sensacionalismo 	<p>Cuestionario</p> <p>D. Análisis de datos:</p> <p>SPSS</p>
--	--	---	--	--	---	---

ANEXO 2: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Cuestionario

Impacto de las redes sociales en la producción periodística de los periodistas de Lima

Instrucciones:

El presente cuestionario forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados al impacto de las redes sociales y la producción periodística de los periodistas de Lima. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

La encuesta es anónima y se requiere la veracidad en sus respuestas. Para tal efecto, usted podrá marcar la alternativa correspondiente con un aspa (X), considerando la siguiente escala:

1. Muy probable	2. Probablemente	3. Indiferente	4. Poco probable	5. Nada probable
-----------------	------------------	----------------	------------------	------------------

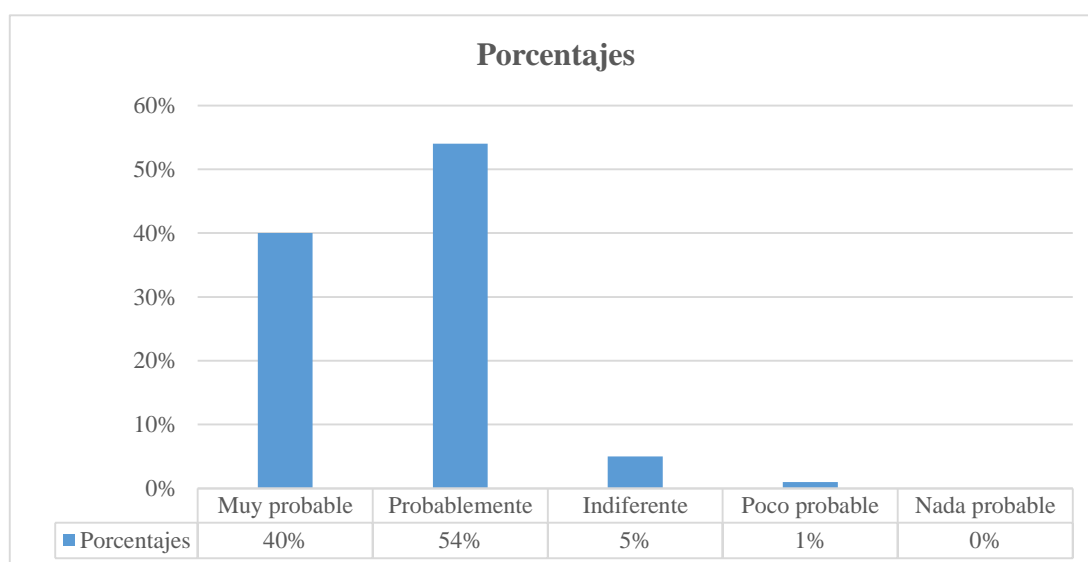
VI	Redes sociales	1	2	3	4	5
1	¿Considera que la interactividad de los usuarios en las redes sociales repercute en la producción periodística?					
2	¿Considera que la instantaneidad informativa en las redes sociales repercute en la producción periodística?					
3	¿Considera que la personalización de la información en las redes sociales repercute en la producción periodística?					
4	¿Considera que la automatización de las publicaciones en las redes sociales repercute en la producción periodística?					
5	¿Considera que el aumento de la productividad de las redes sociales repercute en la producción periodística?					
6	¿Considera que la tendencia a la innovación constante de las redes sociales repercute en la producción periodística?					
7	¿Considera que la inclusión de archivos electrónicos en las redes sociales ocasiona que exista un mayor desarrollo de contenidos durante la producción periodística?					

8	¿Considera que el procesamiento de datos en las redes sociales hace efectiva la producción periodística?					
9	¿Considera que el posicionamiento de las publicaciones en las redes sociales repercute en el éxito de la producción periodística?					
VD	Producción periodística	1	2	3	4	5
1	¿Considera que la recolección de datos ha variado la producción periodística a causa del impacto de las redes sociales?					
2	¿Considera que el análisis periodístico ha variado la producción periodística a causa del impacto de las redes sociales?					
3	¿Considera que el modo de publicar información ha variado la producción periodística a causa del impacto de las redes sociales?					
4	¿Considera que existe un descenso de credibilidad de la producción periodística a causa del impacto de las redes sociales?					
5	¿Considera que existe un descenso de profesionalismo de la producción periodística a causa del impacto de las redes sociales?					
6	¿Considera que existe un descenso de parcialidad de la producción periodística a causa del impacto de las redes sociales?					
7	¿Considera que la utilización de técnicas audiovisuales en la producción periodística es consecuencia del impacto de las redes sociales?					
8	¿Considera que el proceso de digitalización en la producción periodística es consecuencia del impacto de las redes sociales?					
9	¿Considera que existe una tendencia sensacionalista en la producción periodística a consecuencia del impacto de las redes sociales?					

ANEXO 3: PRUEBA DE CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

Prueba piloto

Alternativas	Conteo	Porcentaje
1. Muy de acuerdo	72	40 %
2. Probablemente	98	54 %
3. Indiferente	8	5 %
4. Poco probable	2	1 %
5. Nada probable	0	0 %
	180	100 %



Validación por juicio de expertos

Experto	Puntaje	Opinión
Hernández Menéndez, Pablo César	44	Válido, aplicar
Larriwere Rojas, Gisele Cecilia	50	Válido, aplicar
Levano Francia, Luz del Rosario	50	Válido, aplicar
Total	48	Válido, aplicar