

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



*La Incidencia del uso de las Redes Sociales en la Práctica
Periodística*

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el Grado Académico de Bachiller en Periodismo

Presentado por:

Ruben David Avila Acosta

ASESOR(A):

Mg. Edwin Alarcón La Torre

LIMA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres, porque ellos son mis mayores consejeros y siempre están para mí cuando los necesito.

A mis hermanos, porque ellos son mi motivación para seguir adelante como profesional.

Y a mi enamorada, que siempre me apoyo cuando siento que no puedo más.

ÍNDICE

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

- 1.1 Descripción del problema
- 1.2 Formulación del Problema
 - 1.2.1 Problema General
 - 1.2.2 Problemas Específicos
- 1.3 Objetivos de la Investigación
 - 1.3.1 Objetivo General
 - 1.3.2 Objetivos Específicos
- 1.4 Justificación de la Investigación
 - 1.4.1 Justificación Teórica
 - 1.4.2 Justificación Metodológica
 - 1.4.3 Justificación Práctica
- 1.5 Delimitación de la Investigación
 - 1.5.1 Temporal
 - 1.5.2 Espacial
 - 1.5.3 Social

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

- 2.1 Antecedentes
 - 2.1.1 Antecedentes Nacionales
 - 2.1.2 Antecedentes Internacionales
- 2.2 Marco Teórico
 - 2.2.1 Bases Teóricas de la Variable Redes Sociales
 - 2.2.2 Dimensiones de la Variable Redes Sociales
 - 2.2.2.1 Popularidad
 - 2.2.2.2 Tipos de redes sociales
 - 2.2.2.3 Conectividad
 - 2.2.3 Bases Teóricas de la Variable Práctica Periodística

2.2.4 Dimensiones de la Variable Práctica Periodística

2.2.4.1 Inmediatez

2.2.4.2 Ética

2.2.4.3 Credibilidad

2.3 Marco Conceptual

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Hipótesis de investigación

3.1.1 Hipótesis General

3.1.2 Hipótesis Específicas

3.2 Variables de investigación

3.2.2 Definición Operacional de la Variable Redes Sociales

3.2.3 Definición Operacional de la Variable Práctica Periodística

3.3 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.3.2 Tipo de investigación

3.3.3 Nivel de investigación

3.3.4 Diseño de investigación

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

3.4.2 Muestra

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnica de recolección de datos

3.5.2 Instrumento

CAPÍTULO IV
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1 Cronograma de actividades

4.2 Presupuesto y financiamiento

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.6 Descripción del problema

Desde hace algunos años, la tecnología ha dado pasos agigantados y se ha vuelto una parte muy importante para la existencia de todo ser humano. La sociedad se ha visto influenciada considerablemente por las nuevas tecnologías de comunicación, especialmente por las redes sociales. Esto ha generado grandes cambios en la sociedad y en la forma en la que esta se comunica.

La comunicación y el periodismo han cambiado producto de la creación y populización de los nuevos medios digitales. Ahora los grandes medios de comunicación se preocupan por generar y producir contenido multimedia que sea inédito y de gran calidad, también han cambiado sobre todo las prácticas de comunicación.

Las personas en la actualidad quieren estar informadas al instante, ya no desean esperar a ver en la televisión, escuchar en la radio o leer algún periódico para enterarse de las noticias, simplemente desde su celular buscan información de manera rápida acerca de lo que ellos quieren saber y esto obliga a que el periodista o comunicador informe velozmente cualquier acontecimiento que se esté dando, muchas veces sin verificar si quiera las fuentes o la redacción de la nota.

Los periodistas han encontrado en las redes sociales una nueva fuente de información para poder elaborar cualquier noticia que se les presente, además las redes sociales están ocupando un importante lugar dentro de las redacciones periodísticas de todos los medios de comunicación. Debido a esto, los periodistas se han visto obligados a adaptarse a estas nuevas herramientas para aprovechar de manera correcta las posibilidades que estas plataformas les pueden brindar en su labor.

Hace no muchos años atrás, los periodistas en la práctica periodística solían salir a la calle a buscar sus propias fuentes y a buscar información exclusiva que su medio aún no tenía, pero eso ha cambiado en la actualidad, con la llegada del Internet y sobre todo de las redes sociales, los periodistas tranquilamente pueden buscar desde la sala de redacción cualquier dato que les haga falta para poder completar su noticia.

También las redes sociales han logrado que las personas no sean simples espectadores de los medios de comunicación tradicionales, si no que ahora sean personajes activos que, mediante sus comentarios y publicaciones, sus ideas también puedan generar debate. La sociedad tiene el poder de ser creador, consumidor y distribuidor de contenido web fácilmente mediante estas plataformas.

A su vez es importante mencionar que debido a la rapidez con que los periodistas se ven obligados a publicar una información, muchas veces se les puede olvidar constatar fuentes e información que el Internet les puede brindar para la realización de sus notas, y esto podría generar que fácilmente puedan caer en el erro y mal informar sin querer a la sociedad.

Por eso es importante definir, conceptualizar y contextualizar cuál es la incidencia de las redes sociales en la práctica periodística, y como estas pueden ayudar o perjudicar a los periodistas en la práctica periodística que ellos realizan para poder brindarle información a la sociedad.

1.7 Formulación del Problema

1.7.1 Problema General

¿Cómo es la incidencia del uso de las redes sociales en la práctica periodística?

1.7.2 Problemas Específicos

- ¿Cómo afecta la popularidad de las redes sociales a la práctica periodística?

- ¿Cómo afectan los tipos de redes sociales a la práctica periodística?

- ¿Cómo afecta la conectividad de las redes sociales a la práctica periodística?

1.8 Objetivos de la Investigación

1.8.1 Objetivo General

Analizar la incidencia del uso de las redes sociales en la práctica periodística

1.8.2 Objetivos Específicos

- Analizar el rol de la popularidad de las redes sociales frente a la práctica periodística
- Analizar el rol de los tipos de redes sociales frente a la práctica periodística
- Analizar el rol de la conectividad de las redes sociales frente a la práctica periodística

1.9 Justificación de la Investigación

1.9.1 Justificación Teórica

La investigación se justifica teóricamente por que identificará la incidencia de las redes sociales en la práctica periodística, ya que en la actualidad el internet y especialmente las redes sociales han afectado y provocado constantes cambios en la forma en la que los periodistas podemos obtener y brindar información.

Además, se justifica teóricamente ya que en los últimos años las plataformas digitales se han vuelto indispensables para la práctica periodística, no existe periodista que no consulte a las redes sociales para obtener algún dato que le falta para realizar su noticia.

A la vez, se justifica de forma teórica esta indagación con la contribución de Bocardo, el que asegura que actualmente las redes sociales son la principal fuente de información dentro de las redacciones periodísticas.

1.9.2 Justificación Metodológica

La investigación se justifica de manera metodológica porque respeta los procesos de exploración científica.

1.9.3 Justificación Práctica

Esta investigación tiene como propósito que los resultados de la misma, sirvan para que los periodistas y futuros periodistas puedan aprovechar de manera adecuada las infinitas posibilidades que puede tener el usar a las redes sociales como un instrumento en la práctica periodística.

1.10 Delimitación de la Investigación

1.10.1 Temporal

El desarrollo de este proyecto de investigación científica se desarrollará entre los meses de junio y diciembre del año 2020

1.10.2 Espacial

Esta investigación se desarrollará en la ciudad de Lima, y se seleccionará en específico un distrito, que en este caso será Jesús María, ya que ahí se encuentra la universidad de donde sacaré mi muestra

1.10.3 Social

La investigación se realizará con jóvenes que oscilan entre los 17 y 25 años, ya que actualmente ellos son los que mejor dominan en tema de las redes sociales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes Nacionales

- Bocardo Godoy, E. (2018). Uso de las redes sociales como fuente de información para las redacciones periodísticas de la prensa escrita de Arequipa (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa

Tras el estudio realizado, el autor concluyó lo siguiente: Gracias a las redes sociales se ha facilitado mucho actualmente la recolección de datos y sirven de gran medida a las salas de redacción de los medios escritos de la ciudad de Arequipa.

- Pichua, S. (2017). Cómo los periodistas de las secciones Deportes y Política de la Agencia Andina utilizan Twitter como fuente de información para noticias de último minuto (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

Tras el estudio realizado, el autor concluyó lo siguiente: La utilidad de una mayor cantidad de fuentes de información es poder incrementar el desarrollo de notas periodísticas.

- Díaz Flores, S. (2017). Análisis de las redes sociales como fuentes de información en la plataforma web de los diarios La República y El Comercio (Tesis de pregrado). Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima.

Tras el estudio realizado, el autor concluyó lo siguiente: Actualmente las redes sociales son un instrumento necesario en los centros de comunicación.

2.1.2 Antecedentes Internacionales

- Cerviño Queiróz, B. (2013). El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.

Tras el estudio realizado, el autor concluyó lo siguiente: Todas las cosas que se tocan en las redes sociales se vuelven un contenido interesante para los medios.

- Ramírez Huerta, J. (2015). Las redes sociales y su impacto en la agenda mediática (Tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Tras el estudio realizado, el autor concluyó lo siguiente: Las tendencias de los diversos temas en las redes de comunicación en la web intervienen en el dietario de los fenómenos comunicacionales.

- Salazar Urresta, C. (2014). Periodismo y Comunicación Política en redes sociales en la blogósfera ecuatoriana (Tesis de pregrado). Universidad San Francisco de Quito, Quito.

Tras el estudio realizado, el autor concluyó lo siguiente: El uso de una red social por parte de un candidato político debería estar más direccionado a crear una relación de involucramiento con la gente y no tanto de una campaña tradicional.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Bases Teóricas de la Variable Redes Sociales

Celaya, J. (2008). La Empresa en la WEB 2.0. Madrid, España: Grupo Planeta.

Lozares, C. (1996). La teoría de las redes sociales. Recuperado de <https://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares/pdf-es>

Bartolomé, A. (2014,22 mayo). De la web 2.0 al elearning 2.0. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/235793309_De_la_web_20_al_elearning_20

2.2.2 Dimensiones de la Variable Redes Sociales

A) Popularidad

Bukowski, W. M. (2011). Popularity as a social concept. En A H. N. Cilllessen, D. Schwartz y L. Mayeux (Eds.), Popularity in the Peer System, (p. 3-24) New York: The Guilford Press

B) Tipos de redes sociales

Celaya, J. (2008). La Empresa en la WEB 2.0. Editorial Grupo Planeta, España.

C) Conectividad

Rosas, P., & Figueroa, O. (2006). Conectividad, ámbitos de impacto y desarrollo territorial: Análisis de experiencias internacionales. Recursos naturales e infraestructura, I, 10–12.

2.2.3 Bases Teóricas de la Variable Práctica Periodística

Gomis, L. (2001). Teoría del periodismo: cómo se forma el presente. Barcelona, España: Paidós Iberica.

Martinez, J. L. (1989): El lenguaje periodístico. Madrid, España: S.A. Ediciones Paraninfo.

Muñoz, J. (1994). Redacción periodística: teoría y práctica. Salamanca, España: Librería Cervantes.

2.2.2 Dimensiones de la Variable Práctica Periodística

A) Inmediatez

Romero, Luis E. (2015). The Culture of Immediacy & the Age of Impatience: A Generational Crossroad.

B) Ética

Mauri Margarita (2005) El conocimiento moral. Ediciones Rialp. S.A. Madrid

C) Credibilidad

Tseng, Shawn; Fogg, B. J. «Credibility and computing technology». Communications of the ACM, 42, 5 (1999), p. 39-44.

2.3 Marco Conceptual

- Redes sociales
- Información
- Medios de comunicación
- Periodistas
- Práctica periodística
- Fuente de información
- Noticia
- Percepción
- Periodismo
- Contenido

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Hipótesis de investigación

3.1.1 Hipótesis General

Las redes sociales son usadas como fuentes de información por los periodistas

3.1.2 Hipótesis Específicas

- La popularidad de las redes sociales favorecen a una adecuada práctica periodística
- Los tipos d redes sociales favorecen a una adecuada práctica periodística
- La conectividad de las redes sociales favorecen a una adecuada práctica periodística

3.2 Variables de investigación

3.2.1 Definición conceptual

3.2.1.1 Definición conceptual de la Variable Redes Sociales

Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. Madrid, España: Grupo Planeta.

Lozares, C. (1996). *La teoría de las redes sociales*. Recuperado de <https://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares/pdf-es>

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007): Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11.

Bartolomé, A. (2014,22 mayo). *De la web 2.0 al elearning 2.0*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/235793309_De_la_web_20_al_elearning_20

3.2.1.2 Definición conceptual de la Variable Práctica Periodística

Gomis, L. (2001). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. Barcelona, España: Paidós Iberica.

Martinez, J. L. (1989): *El lenguaje periodístico*. Madrid, España: S.A. Ediciones Paraninfo.

Muñoz, J. (1994). *Redacción periodística: teoría y práctica*. Salamanca, España: Librería Cervantes.

3.2.2 Definición operacional

3.2.2.1 Definición Operacional de la Variable Redes Sociale

VARIABLE X: REDES SOCIALES				
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	ÍNDICE
Popularidad	Indispensable	1	ESCALA DE LIKERT	Muy de acuerdo
	Publicaciones	2		Algo de acuerdo
	Tendencias	3		Ni de acuerdo ni en desacuerdo
Tipos de redes sociales	Comunicación	4		Algo en desacuerdo
	Influencia	5		Muy en desacuerdo
	Cantidad	6		
Conectividad	Frecuencia	7		
	Herramientas	8		
	Instantaneidad	9		

3.2.2.1 Definición Operacional de la Variable Práctica Periodística

VARIABLE Y: PRÁCTICA PERIODÍSTICA				
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	ÍNDICE
Inmediatez	Anticipación	1	ESCALA DE LIKERT	Muy de acuerdo
	Posicionamiento	2		Algo de acuerdo
	Producción	3		Ni de acuerdo ni en desacuerdo
Ética	Objetividad	4		Algo en desacuerdo
	Integridad	5		Muy en desacuerdo
	Competencia profesional	6		
Credibilidad	Conocimiento	7		
	Confianza	8		
	Prestigio	9		

3.3 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.3.1 Tipo de investigación

En esta ocasión el estudio de investigación es de tipo descriptivo transversal, ya que como en el libro Metodología de la Investigación, Sampieri (2016) afirma: “con los estudios descriptivos se busca especificar las características de un grupo de personas” (p.90)

3.3.2 Nivel de investigación

El nivel de esta investigación es descriptivo ya que como en el libro Metodología de la Investigación, Sampieri (2016) afirma: “estos estudios son útiles para mostrar con precisión las dimensiones de un fenómeno” (p.101)

3.3.3 Diseño de investigación

La exploración tiene las condiciones para ser una investigación no experimental, ya que como el libro Metodología de Investigación Científica, Carrasco (2005) afirma: “El diseño de investigación no experimental carecen de manipulación intencional, y no poseen de control, ni mucho menos experimental. Analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencial” (p.70)

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población en estudio estará establecido por los alumnos de la Carrera de Periodismo de 9° y 10° de la Universidad Jaime Bausate y Meza, que serán aproximadamente 180 personas.

3.4.2 Muestra

La muestra seleccionada para la investigación será de 50 personas de todos los salones de 9° y 10° ciclo, ya que representan un porcentaje significativo del total.

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnica de recolección de datos

La técnica que va a utilizarse en la investigación para medir las variables redes sociales y práctica periodística será la encuesta. Según el libro Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales, Briones: “la encuesta es un método de obtención de información mediante preguntas orales o escritas, planteadas a un universo o muestra de personas que tienen las características requeridas por el problema de investigación” (p.52)

3.5.2 Instrumento

El instrumento que fue utilizado para la variable Redes Sociales fue el cuestionario cerrado en las que se vieron involucradas las dimensiones popularidad, tipos de redes sociales y conectividad.

El instrumento que utilizamos para la variable Prácticas Periodísticas también fue el cuestionario cerrado y se vieron involucradas las dimensiones inmediatez, ética y credibilidad.

CAPÍTULO IV
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	Meses						
	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Elaboración del proyecto							
Aprobación del proyecto							
Recolección de datos							
Procesamiento y análisis de datos							
Análisis y discusión de resultados							
Culminar el Informe Final							
Presentación de la Tesis							
Sustentación de Tesis							

4.2 Presupuesto y financiamiento

PARTIDA /ACTIVIDAD	CANTIDAD	INVERSIÓN EN SOLES (S/.)
Material de Escritorio		S/. 150
Impresión y correcciones		S/. 100
Anillados o espiralados		S/. 100
Transporte o movilidad		S/. 300
Fotocopias		S/. 50
Trabajo de campo, encuesta		S/. 500
Empastado		S/.80
Asesor personal		S/. 1500
TOTAL		S/. 2780

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bartolomé, A. (2014,22 mayo). De la web 2.0 al elearning 2.0. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/235793309_De_la_web_20_al_elearning_20
- Bocardo Godoy, E. (2018). Uso de las redes sociales como fuente de información para las redacciones periodísticas de la prensa escrita de Arequipa. Universidad Católica de Santa María.
- Bukowski, W. M. (2011). Popularity as a social concept. En A. H. N. Cilllesen, D. Schwartz y L. Mayeux (Eds.), *Popularity in the Peer System*, (pp. 3-24) New York: The Guilford Press
- Briones, G. (1996). Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales. Bogotá: Instituto Colombiano para el fomento de la educación superior.
- Carrasco, S. (2005). Metodología de Investigación Científica. Lima: Editorial San Marcos
- Celaya, J. (2008). La Empresa en la WEB 2.0. Madrid, España: Grupo Planeta.
- Cerviño Queiróz, B. (2013). El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Díaz Flores, S. (2017). Análisis de las redes sociales como fuentes de información en la plataforma web de los diarios La República y El Comercio. Universidad Jaime Bausate y Meza
- Gomis, L. (2001). Teoría del periodismo: cómo se forma el presente. Barcelona, España: Paidós Iberica.
- Martínez, J. L. (1989): El lenguaje periodístico. Madrid, España: S.A. Ediciones Paraninfo.
- Mauri Margarita (2005) El conocimiento moral. Ediciones Rialp. S.A. Madrid
- Muñoz, J. (1994). Redacción periodística: teoría y práctica. Salamanca, España: Librería Cervantes.
- Lozares, C. (1996). La teoría de las redes sociales. Recuperado de <https://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares/pdf-es>
- Pichua, S. (2017). Cómo los periodistas de las secciones Deportes y Política de la Agencia Andina utilizan Twitter como fuente de información para noticias de último minuto. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ramírez Huerta, J. (2015). Las redes sociales y su impacto en la agenda mediática (El periódico y prensa libre). Universidad Rafael Landívar.
- Romero, Luis E. (2015). The Culture of Immediacy & the Age of Impatience: A Generational Crossroad.
- Salazar Urresta, C. (2014). Periodismo y Comunicación Política en redes sociales en la blogósfera ecuatoriana. Universidad San Francisco de Quito.

ANEXOS

ANEXO I



MATRIZ DE CONSISTENCIA (*Enfoque Cuantitativo*) LA INCIDENCIA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LA PRÁCTICA PERIODÍSTICA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
GENERAL ¿Cómo es la incidencia del uso de las redes sociales en la práctica periodística?	GENERAL Analizar la incidencia del uso de las redes sociales en la práctica periodística	GENERAL Las redes sociales son usadas como fuentes de información por los periodistas	VI LAS REDES SOCIALES	- Popularidad - Tipos de redes sociales - Conectividad	A.- MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Tipo: Exploratorio Nivel: Descriptiva Diseño: No Experimental
ESPECÍFICOS 1. ¿Cómo afecta la popularidad de las redes sociales a la práctica periodística? 2. ¿Cómo afectan los tipos de redes sociales a la práctica periodística? 3. ¿Cómo afecta la conectividad de las redes sociales a la práctica periodística?	ESPECÍFICOS 1. Analizar el rol de la popularidad de las redes sociales frente a la práctica periodística 2. Analizar el rol de los tipos de redes sociales frente a la práctica periodística 3. Analizar el rol de la conectividad de las redes sociales frente a la práctica periodística	ESPECÍFICOS 1. La popularidad de las redes sociales favorecen a una adecuada práctica periodística 2. Los tipos de redes sociales favorecen a una adecuada práctica periodística 3. La conectividad de las redes sociales favorecen a una adecuada práctica periodística			
					C. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario

ANEXO II



UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA

Instituto de Investigación

CUESTIONARIO

“LA INCIDENCIA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LA PRÁCTICA PERIODÍSTICA”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se busca explorar cuál es el rol que cumplen las redes sociales frente a la práctica periodística. 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 “X” o con un aspa, Considerando la siguiente escala:

1. Muy en desacuerdo	2. Algo en desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. Algo de acuerdo	5. Muy de acuerdo

I. DATOS GENERALES

1. Edad:

2. Sexo:

a. Femenino

b. Masculino

5. ¿Usas redes sociales?

a. si

b. no

N°	LAS REDES SOCIALES	1	2	3	4	5
1	¿Las redes sociales son indispensables para una mejor práctica periodística?					
2	¿El número de publicaciones en las redes sociales favorece una adecuada práctica periodística?					
3	¿Las publicaciones que se vuelven tendencia en las redes sociales favorecen una mejor práctica periodística?					
4	¿La accesibilidad a la comunicación que te brindan las redes sociales favorece una mejor práctica periodística?					
5	¿La influencia que tienen las redes sociales ayuda a una mejor práctica periodística?					
6	¿La cantidad publicaciones que encuentras en las redes sociales respecto a un tema, favorece la práctica periodística?					
7	¿La frecuencia con la que sueles conectarte a las redes sociales a informarte sobre determinado tema, ayuda a una mejor práctica periodística?					
8	¿Las herramientas que utilizas para conectarte a las redes sociales (como el celular) ayudan a una mejor práctica periodística?					
9	¿La instantaneidad del acceso a la información que brindan las redes sociales, favorece una mejor práctica periodística?					
VD	LA PRÁCTICA PERIODÍSTICA	1	2	3	4	5
1	¿La anticipación de las noticias respecto a los medios tradicionales por parte de los periodistas depende del adecuado uso periodístico de las redes sociales?					
2	¿El posicionamiento de una publicación depende del adecuado uso periodístico de las redes sociales?					
3	¿Las publicaciones por parte de los comunicadores, depende de un adecuado uso periodístico de las redes sociales?					
4	¿La objetividad de un periodista depende del adecuado uso periodístico que le dan a sus redes sociales?					

5	¿El cumplimiento de las normas morales por parte de los periodistas depende del adecuado uso periodístico de las redes sociales?					
6	¿La mejora en la competencia profesional de un periodista depende del adecuado uso periodístico de las redes sociales?					
7	¿El conocimiento que un periodista puede obtener respecto a un tema depende del adecuado uso periodístico de las redes sociales?					
8	¿La confianza que puede transmitir un periodista o medio de comunicación depende del adecuado uso que le dé a sus redes sociales?					
9	¿El prestigio de un periodista o medio de comunicación depende del adecuado uso que le dé a sus redes sociales?					

ANEXO III

VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

EXPERTO	PUNTAJE	OPINIÓN
1. CUMPA GONZÁLES VICTOR ZENÓN	49	Válido, aplicar
2. FERNÁNDEZ VALLE JUAN AUGUSTO	40	Válido, mejorar
3. LAZO MANRIQUE JORGE MANUEL	47	Válido, aplicar
TOTAL	45	Válido, aplicar

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

1. DATOS GENERALES

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: Juan Augusto Fernández Valle
- 1.2.- Cargo e institución donde labora: Docente de la Universidad Jaime Bausate y Meza
- 1.3.- Grado académico: Magister en Ciencias de la Comunicación y Gestión Pública
- 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación:
- 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.				X	
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.				X	
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.				X	
4.-Organización	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.				X	
6.- Intencionalidad	Es adecuado para Las Redes Sociales y la Práctica Periodística				X	
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.				X	
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.				X	
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación				X	
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.				X	
	Total parcial				40	
	Total				40	

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: aprobado para ejecutar

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 40

Juan Fernández Valle

Firma del Experto

Puntuación	
11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

1. DATOS GENERALES

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: Víctor Zenón Cumpa Gonzáles
- 1.2.- Cargo e institución donde labora: Docente de la Universidad Jaime Bausate y Meza
- 1.3.- Grado académico: Doctor en Educación
- 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación:
- 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

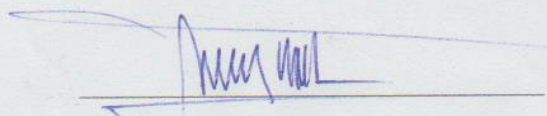
1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					✓
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					✓
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.					✓
4.- Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					✓
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					✓
6.- Intencionalidad	Es adecuado para Las Redes Sociales y la Práctica Periodística					✓
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.					✓
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.					✓
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación				✓	
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					✓
	Total parcial				4	45
	Total					49

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:.....

Puntuación



Firma del Experto

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

1. DATOS GENERALES

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: Jorge Manuel Lazo Manrique
- 1.2.- Cargo e institución donde labora: Docente de la Universidad Jaime Bausate y Meza
- 1.3.- Grado académico: Doctor en Psicología y Medicina
- 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación: Validación de cuestionario
- 1.5.- Autor de instrumento: Rubén David Ávila Acosta
- 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

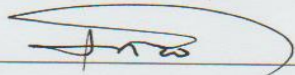
INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					X
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					X
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.				X	
4.- Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.				X	
6.- Intencionalidad	Es adecuado para Las Redes Sociales y la Práctica Periodística					X
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.				X	
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.					X
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación					X
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					X
	Total parcial					1235
	Total					47

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Es factible y objetiva su aplicación

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.7

Puntuación

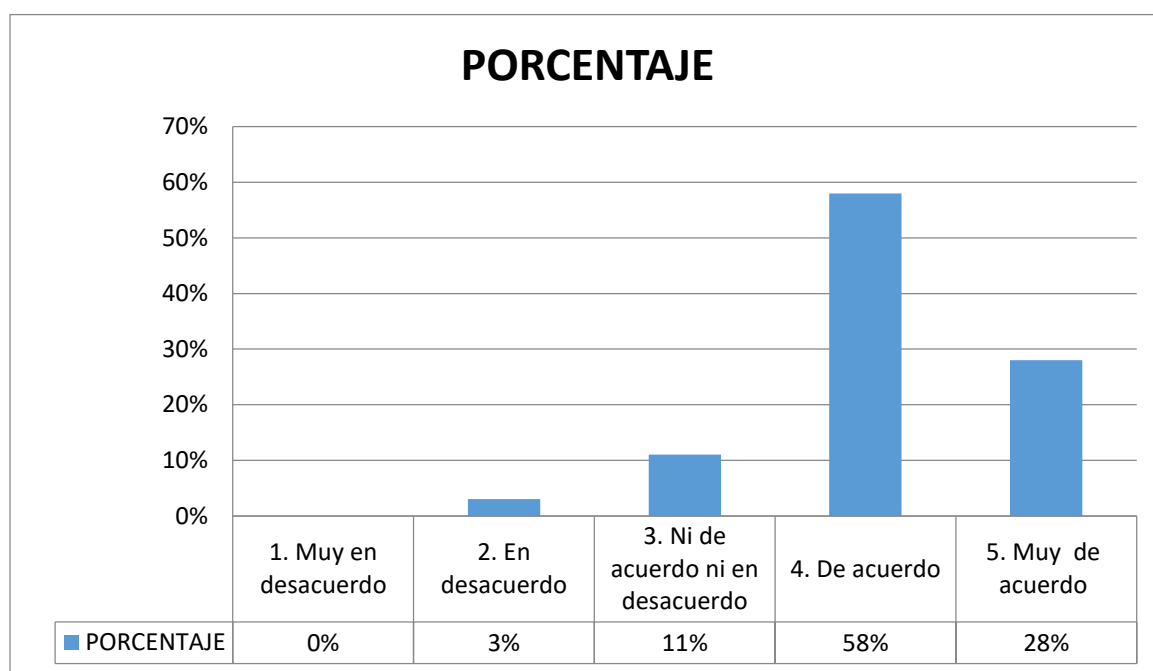
11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar


 Firma del Experto

ANEXO IV

RESULTADOS DE LA PRUEBA PILOTO

ALTERNATIVAS	CONTEO	PORCENTAJE
1. Muy en desacuerdo	0	0%
2. Algo en desacuerdo	1	3%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	11%
4. Algo de acuerdo	105	58%
5. Muy de acuerdo	50	28%
	180	100%



ANEXO V

PRUEBAS DE APLICACIÓN DE CUESTIONARIO

