

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



TESIS

Comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024

(Para optar el título profesional de Licenciado en Periodismo)

PRESENTADO POR:

Hector Rolando Sinti Sebastian

ASESOR (A):

Rita María Peña Espinoza

LIMA – PERÚ

2024

**INFORME DE SIMILITUD DE LA
TESIS DE HECTOR ROLANDO SINTI SEBASTIAN**

INFORME																									
Título del Trabajo de Investigación (Tesis)	<i>Comunicadores Empíricos y La Credibilidad De Los Medios De Comunicación Radiales En La Ciudad De Atalaya, Ucayali 2024</i>																								
Autor/a del Trabajo de Investigación (Tesis)	Hector Rolando Sinti Sebastian DNI: 45863411																								
Asesor/a	Nombres y Apellidos: Rita María Peña Espinoza ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1208-4649 DNI: 10334989																								
Grado/Título para obtener	Título Profesional de Licenciado en Periodismo																								
Fecha de la aplicación del software Antiplagio	25/03/2025																								
Índice de similitud	12.03 %																								
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %																								
Responsable de la aplicación del software Strike Plagiarism	Mg. Prisea Georgina Vilchez Samanez																								
<p><small>Título</small> Comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024</p> <p><small>Autor</small> Héctor Rolando Sinti Sebastian</p> <p><small>Promotor</small> Rita María Peña Espinoza</p> <p>Registro de similitudes</p> <p><small>Ten en cuenta que los valores altos de coeficientes no significan automáticamente el plagio.</small></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>12.03% 12.03% CS 1</p> <p>25 <small>La longitud de frase para el CS 2</small></p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>0.15% 0.15% CCot</p> <p>21638 <small>Longitud en palabras</small></p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>0.15% 0.15% CCot</p> <p>145928 <small>Longitud en caracteres</small></p> </div> </div> <p>Listas activas de similitudes</p> <p><small>En particular, los fragmentos requieren atención, que se han incluido en el CS 2 (marcado en negrita). Use el enlace "Marcar fragmento" y vea si son frases cortas dispersas en el documento (similitudes casuales), numerosas frases cortas cerca de otras (plagio mosaico) o fragmentos extensos sin indicar la fuente (plagio directo).</small></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="text-align: left;">Los 10 fragmentos más largos</th> <th style="text-align: right;">Color en el texto</th> </tr> <tr> <th>NO</th> <th>TÍTULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)</th> <th></th> <th>NÚMERO DE PALABRAS IDÉNTICAS (FRAGMENTOS)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20.500.14229/240/3/Qviedo-Lazo-Aschlie.pdf</td> <td></td> <td>203 0.94 %</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10207/1/UPSE-TCO-2023-0061.pdf</td> <td></td> <td>37 0.17 %</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Características y competencias de la enseñanza del periodismo digital en el grado de Periodismo en las universidades públicas españolas Álvaro López-Martín, Alba Córdoba-Cabús;</td> <td></td> <td>33 0.15 %</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20.500.14229/380/1/TESIS-RODRIGUEZ%20MARQUINA-EMPASTADO%20%282%29.pdf</td> <td></td> <td>30 0.14 %</td> </tr> </tbody> </table>		Los 10 fragmentos más largos			Color en el texto	NO	TÍTULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)		NÚMERO DE PALABRAS IDÉNTICAS (FRAGMENTOS)	1	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20.500.14229/240/3/Qviedo-Lazo-Aschlie.pdf		203 0.94 %	2	https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10207/1/UPSE-TCO-2023-0061.pdf		37 0.17 %	3	Características y competencias de la enseñanza del periodismo digital en el grado de Periodismo en las universidades públicas españolas Álvaro López-Martín, Alba Córdoba-Cabús;		33 0.15 %	4	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20.500.14229/380/1/TESIS-RODRIGUEZ%20MARQUINA-EMPASTADO%20%282%29.pdf		30 0.14 %
Los 10 fragmentos más largos			Color en el texto																						
NO	TÍTULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)		NÚMERO DE PALABRAS IDÉNTICAS (FRAGMENTOS)																						
1	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20.500.14229/240/3/Qviedo-Lazo-Aschlie.pdf		203 0.94 %																						
2	https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10207/1/UPSE-TCO-2023-0061.pdf		37 0.17 %																						
3	Características y competencias de la enseñanza del periodismo digital en el grado de Periodismo en las universidades públicas españolas Álvaro López-Martín, Alba Córdoba-Cabús;		33 0.15 %																						
4	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20.500.14229/380/1/TESIS-RODRIGUEZ%20MARQUINA-EMPASTADO%20%282%29.pdf		30 0.14 %																						

Nota: Ver informe de similitud completo

Lima, 20 de febrero del 2026



Prisea G. Vilchez Samanez
Jefe de Vigilancia de Originalidad del
Instituto de Investigación de la UJBM

DEDICATORIA

A Dios, nuestro protector y creador del universo, a mi esposa Loida Santiago y a mis queridas hijas (Dara y Daya), a quienes amo profundamente, les dedico este esfuerzo. Son ellas mi fuente constante de inspiración, motivándome a continuar luchando con determinación para culminar esta tesis, que representa un paso fundamental en mi formación como profesional en el mundo del periodismo.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Jaime Bausate y Meza, por brindarme la oportunidad de formarme como periodista, un camino lleno de aprendizaje y crecimiento.

A mis profesores, agradezco profundamente sus enseñanzas, su paciencia, su dedicación y su compromiso por moldear a buenos profesionales.

A mi querido amigo Raúl Velásquez Aguirre, por sus valiosos consejos que me han guiado en el ejercicio del periodismo y por haber despertado en mí la pasión por la comunicación.

Índice

Caratula.....	i
Índice	v
Resumen	vii
Abstract	viii
Introducción	ix
CAPÍTULO I	10
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	10
1.1. Descripción del problema	10
1.2. Formulación del problema	13
1.2.1 Problema general	13
1.2.2 Problemas específicos.....	13
1.3. Objetivos de la investigación	13
1.4. Justificación de la investigación	14
1.4.1 Teórica	14
1.4.2 Metodológica	14
1.4.3 Práctica	14
CAPÍTULO II.....	16
MARCO TEÓRICO.....	16
2.1 Marco histórico	16
2.2 Antecedentes de la investigación	17
2.2.1 Antecedentes internacionales	17
2.2.2 Antecedentes nacionales.....	19
2.3 Definición de términos básicos	37
CAPÍTULO III	39
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
3.1 Hipótesis de la investigación.....	39
3.1.1. Hipótesis general	39
3.1.2. Hipótesis específicas.....	39
3.2 Variables de investigación	39
3.2.1 Identificación y definición.....	39

3.2.2	Operacionalización de las variables	41
3.3	Métodos de investigación.....	43
3.4.	Tipo, nivel y diseño de investigación.....	43
3.5	Población y muestra	44
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	45
CAPÍTULO IV.....		48
RESULTADOS		48
CAPÍTULO V DISCUSIÓN		57
CAPÍTULO VI.....		63
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		66

Resumen

La radio en los últimos años enfrenta retos de confianza. En relación a lo mencionado, los comunicadores empíricos cobran protagonismo. El objetivo fue determinar la relación entre comunicadores empíricos y credibilidad de los medios de comunicación radiales en la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024. Para ello se ejecutó un estudio cuantitativo no experimental de nivel correlacional. Se encuestó a 380 oyentes y se aplicó la prueba de Rho de Spearman tras descartar normalidad. Los resultados descriptivos revelan que el 88 % de la muestra percibió influencia media de comunicadores empíricos y que el 59 % otorgó credibilidad media a la radio; además, un 28% valoró alta la habilidad comunicativa y un 83 % la especialización del presentador. Sin embargo, la correlación global fue $r = -0.075$ ($p = 0.143$), con coeficientes negativos muy débiles en veracidad ($r = -0.015$; $p = 0.769$), trayectoria ($r = -0.097$; $p = 0.059$) y especialización ($r = -0.018$; $p = 0.728$). Por lo tanto, se concluye que no existe relación estadísticamente significativa entre la práctica empírica y la credibilidad radial. No obstante, la proximidad comunitaria potencia reconocimiento moderado, aunque no garantiza plena confianza. Por lo que se recomienda capacitar constantemente a comunicadores empíricos para fortalecer su credibilidad y mejorar la confianza de la audiencia.

Palabras clave: habilidad comunicativa, trayectoria profesional, veracidad informativa, especialización temática, credibilidad radial.

Abstract

Radio has faced challenges in recent years regarding trust. In relation to the aforementioned, empirical communicators are gaining importance. The objective was to determine the relationship between empirical communicators and the credibility of radio media in Atalaya, Ucayali, 2024. To this end, a non-experimental, correlational quantitative study was conducted. A survey of 380 listeners was conducted, and Spearman's rho test was applied after ruling out normality. The descriptive results reveal that 88% of the sample perceived moderate influence from empirical communicators and that 59% assigned moderate credibility to the radio station. Furthermore, 28% rated the communicative skill of the presenter highly, and 83% rated the host's expertise highly. However, the overall correlation was $r = -0.075$ ($p = 0.143$), with very weak negative coefficients for truthfulness ($r = -0.015$; $p = 0.769$), career ($r = -0.097$; $p = 0.059$), and specialization ($r = -0.018$; $p = 0.728$). Therefore, it is concluded that there is no statistically significant relationship between empirical practice and radio credibility. However, community proximity enhances moderate recognition, although it does not guarantee complete trust. Therefore, it is recommended to continuously train empirical communicators to strengthen their credibility and improve audience trust.

Keywords: Communication skills, professional career, informational truthfulness, thematic specialization, radio credibility.

Introducción

En los últimos años, la crisis de credibilidad ha sido tema central en numerosos debates. Los medios de comunicación, conscientes de esta situación, enfrentan también desafíos significativos. Por lo que esta investigación se centrará en analizar a los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de información mediante los siguientes capítulos:

Capítulo I: Problema de Investigación. Este capítulo establece el contexto y los fundamentos del estudio. Se describe el problema de investigación, enfatizando tanto su alcance general como sus aspectos específicos. Además, se delimitan los objetivos de la investigación, tanto generales como específicos, y se justifica la importancia del estudio desde perspectivas teóricas, metodológicas y prácticas. La delimitación temporal, espacial y social de la investigación también se aborda, proporcionando un marco claro para el estudio.

Capítulo II: Marco Teórico. Aquí se presenta un análisis exhaustivo de la literatura relevante. Se incluye un marco histórico que contextualiza el problema de investigación y se revisan los antecedentes tanto a nivel internacional como nacional. Se desarrollan las bases teóricas relacionadas con las variables o categorías investigadas, identificando teorías, enfoques y dimensiones pertinentes. Además, se definen los términos básicos clave que serán utilizados a lo largo del estudio.

Capítulo III: Metodología de Investigación. Este capítulo detalla el enfoque y los métodos utilizados para abordar el problema de investigación. Se presentan las hipótesis, tanto general como específicas, junto con la operacionalización de las variables. Se explica el tipo, nivel y diseño de la investigación, así como la selección de la población y muestra, incluyendo el proceso de muestreo. Además, se describen las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección y procesamiento de datos, así como la validación y confiabilidad de estos.

Capítulo IV: Resultados. En esta sección clave en la que se presentan los hallazgos obtenidos durante el estudio. Aquí, el investigador debe presentar los datos recolectados de manera clara y objetiva.

Capítulo V: Discusiones y conclusiones. es una sección crucial en cualquier trabajo de investigación, ya que es donde se interpretan los resultados obtenidos, se comparan con otros estudios previos y se extraen las implicaciones o posibles aplicaciones de los hallazgos. Este capítulo también ofrece un espacio para reflexionar sobre las limitaciones del estudio y sugerir áreas para futuras investigaciones.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

La credibilidad de los medios de comunicación radiales es un tema central en la sociedad contemporánea, especialmente ante la proliferación de comunicadores empíricos que, sin formación profesional, asumen roles de informadores en la radio. Este fenómeno plantea interrogantes sobre la confianza del público en la información transmitida y sobre el impacto que tienen estos comunicadores en la percepción social de la veracidad y objetividad de los contenidos. La radio, como medio tradicional y de amplio alcance, enfrenta el reto de mantener su legitimidad y relevancia en un entorno mediático cada vez más digitalizado y fragmentado, donde la credibilidad se convierte en un valor fundamental para la construcción de audiencias informadas y críticas (Aguaded et al., 2022).

Esta situación se está observando en todo el mundo, en China, un estudio con 597 cuestionarios reveló que, aunque la exposición a los medios y su credibilidad no afectan directamente la intención de vacunarse contra la influenza, sí lo hacen indirectamente mediante la percepción de utilidad y facilidad de uso de la información; además, el 62,3 % de los encuestados considera la credibilidad mediática clave para confiar en datos de salud, pero solo el 38,7 % la valora como alta (Ning et al., 2022). Asimismo, en España, un estudio reveló que la Cadena SER es reconocida por el 68% de los encuestados como la emisora de radio más notoria, seguida por COPE con un 54%. Sin embargo, la percepción de credibilidad y reconocimiento varía según el nivel educativo, la edad y la ideología, mostrando diferencias estadísticamente significativas entre grupos sociales. Además, el 47% de los participantes manifestó que la trayectoria del medio influye directamente en su confianza hacia la información transmitida (Serna et al., 2024).

En Estados Unidos, la proliferación de noticias falsas en redes sociales ha erosionado la confianza en los medios tradicionales, incluida la radio. Durante las elecciones presidenciales de 2016, el 50 % de los estadounidenses declaró dificultad para distinguir entre noticias verdaderas y falsas, y un análisis de 356 encuestados reveló una profunda fragmentación en la percepción de la veracidad informativa, socavando la credibilidad de las emisoras radiales (Olan et al., 2022). Esta desconfianza perdura y alimenta el escepticismo sobre las agendas y prácticas de fuente. De igual manera, en Latinoamérica, Chile refleja esta

problemática: un 57 % de los ciudadanos concuerda que el periodismo está fuertemente influenciado por élites políticas y económicas, evidenciando presiones de largo plazo que manipulan la información como herramienta de control (Chamorro et al., 2023)

Ahora bien, esta realidad no es ajena en el Perú, donde la confianza en los medios de comunicación ha caído drásticamente: solo el 29 % de la población reporta niveles altos de confianza, mientras que el 71 % muestra desconfianza hacia la prensa tradicional (Dunsizer, 2021). Asimismo, según el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (2024), apenas el 35 % de los peruanos confía en la veracidad de las noticias en general y solo el 19 % prefiere la radio local como fuente de información confiable. Esta crisis de credibilidad se ve agravada por la proliferación de rumores en redes sociales, la escasa regulación técnica y la limitada capacitación profesional de muchos comunicadores en zonas rurales.

En zonas como Atalaya, Ucayali, la realidad comunicacional adquiere una complejidad particular, pues la problemática se intensifica debido a que muchas emisoras operan de manera informal. Mientras en ciudades más desarrolladas predominan empresas constituidas legalmente, en Atalaya persiste un modelo primitivo que condiciona la gestión radial. En este contexto, los concesionarios no funcionan como organizaciones formales, sino como propietarios particulares que, por conveniencia económica, ofrecen sus espacios a comunicadores empíricos. Esta dinámica genera un entorno frágil que limita la profesionalización del sector y amplía la brecha respecto a modelos urbanos.

Al mismo tiempo, para las radios locales esta práctica de alquilar espacios es en el principal mecanismo de sostenimiento económico, lo cual evidencia la ausencia de estructuras empresariales consolidadas. Debido a ello, la programación depende más de acuerdos informales que de lineamientos institucionales, lo que repercute en la calidad del contenido y en la estabilidad laboral de quienes participan en la producción. Además, esta situación refleja una marcada desigualdad territorial, ya que, mientras en otras regiones se fortalecen procesos de regulación y formalización, en Atalaya prevalece un sistema improvisado que dificulta el desarrollo comunicacional sostenible.

Las causas que generan esta problemática están vinculadas a la proliferación de la desinformación y las noticias falsas. El auge de plataformas digitales y redes sociales ha facilitado la difusión de información no verificada, dificultando que los oyentes distingan entre noticias auténticas y fabricadas. Aunado a ello, la falta de recursos en medios locales para implementar procesos rigurosos de verificación contribuye a la vulnerabilidad frente a la

desinformación (Fernández et al., 2024). Los periodistas reconocen la necesidad de mayor capacitación y estrategias para combatir la propagación de noticias falsas, ya que la confianza del público tiende a ser mayor en medios cercanos, pero estos enfrentan limitaciones estructurales para garantizar la veracidad informativa (Modi & Mishra, 2023).

La falta de preparación académica de los comunicadores es una causa significativa de la pérdida de credibilidad en los medios radiales. Diversos estudios señalan que muchos profesionales de la comunicación presentan niveles promedio de alfabetización mediática y dificultades para verificar información, lo que puede llevar a la difusión de noticias inexactas o poco confiables (Avakova & Kuznetsov, 2024). Esta carencia de formación adecuada afecta directamente la confianza del público, ya que los comunicadores no siempre cuentan con las competencias necesarias para analizar, filtrar y transmitir información veraz y responsablemente (Reyes et al., 2022). La demanda social exige profesionales altamente capacitados que puedan responder a los retos actuales y contribuir a la formación de una agenda pública verídica y responsable (Meinert & Kramer, 2022).

Como consecuencia, esto ha generado una disminución considerable en la confianza de la audiencia hacia la información transmitida, lo que afecta directamente la influencia social y el reconocimiento público de la radio como fuente informativa (Christofolletti, 2024). Cuando los oyentes perciben que las noticias pueden ser manipuladas o poco confiables, tienden a buscar alternativas en otros medios, debilitando así el papel de la radio en la formación de la opinión pública (Weikmann et al., 2024). Además, la falta de credibilidad puede limitar la capacidad de los medios radiales para contribuir a la construcción de consensos sociales y a la toma de decisiones informadas en la sociedad (Baksh et al., 2022).

La situación de la comunicación radial en Atalaya revela un problema considerable, ya que muchas estaciones se sostienen exclusivamente mediante el alquiler de espacios, lo que desplaza la producción periodística profesional. En consecuencia, esta dinámica deteriora de manera significativa la calidad del medio, pues se opera sin controles éticos ni estándares informativos que garanticen rigor y veracidad. Además, esta práctica repercute directamente en la confianza del oyente, afectando la credibilidad de las radios locales. Por ello, se reconoce la urgencia de analizar con mayor profundidad este fenómeno que limita el desarrollo de una comunicación responsable.

Ante lo mencionado, este escenario plantea la necesidad de abordar de forma sistemática las causas y efectos de dicha práctica, con el fin de proponer estrategias orientadas a fortalecer la responsabilidad social y la profesionalización de quienes participan en la

actividad radial. De igual manera, se vuelve imprescindible promover estándares de calidad informativa que garanticen contenidos pertinentes, verificables y éticamente sustentados. En ese sentido, la investigación en torno a la comunicación radial en Atalaya resulta fundamental para impulsar mejoras estructurales que contribuyan al desarrollo de un modelo más sostenible, transparente y comprometido con el bienestar de la comunidad.

1.2. Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre comunicadores empíricos y la veracidad del programa en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024?

¿Cuál es la relación entre comunicadores empíricos y la trayectoria del medio en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024?

¿Cuál es la relación entre comunicadores empíricos y la especialización del presentador en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación entre los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

1.3.2 Objetivos específicos

Determinar el nivel de influencia de los comunicadores empíricos en la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

Determinar el nivel de credibilidad de los medios de comunicación radiales en la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

Determinar la relación entre comunicadores empíricos y la veracidad del programa en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

Determinar la relación entre comunicadores empíricos y la trayectoria del medio en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

Determinar la relación entre comunicadores empíricos y la especialización del presentador en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

La presente investigación se justifica teóricamente, debido a que busca ampliar los conocimientos sobre los comunicadores empíricos y su impacto en la credibilidad de los medios de comunicación radiales en contextos locales como la ciudad de Atalaya, Ucayali. Desde una perspectiva teórica, se pretende profundizar en la comprensión de cómo la formación profesional y la experiencia práctica de los comunicadores influyen en la calidad y veracidad de la información transmitida por los medios radiales, así como en la percepción del público respecto a la credibilidad de estos medios. Esta investigación se fundamentará en teorías de la comunicación y del periodismo, así como en conceptos relacionados con la construcción de la credibilidad y la profesionalización de los comunicadores.

1.4.2 Metodológica

El presente estudio se justifica metodológico, debido a que se basará en un diseño de investigación cuantitativo. Donde se llevarán a cabo encuestas a la población de la ciudad de Atalaya para medir la percepción de credibilidad de los medios radiales y el conocimiento del público sobre la formación académica y experiencia profesional de los comunicadores. Este enfoque metodológico permitirá obtener datos cuantitativos para analizar en profundidad el fenómeno de los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios radiales en Atalaya.

1.4.3 Práctica

La justificación práctica de esta investigación se centra en la relevancia para el ámbito de la comunicación local en la ciudad de Atalaya, Ucayali. Al comprender cómo la presencia

de comunicadores empíricos afecta la credibilidad de los medios radiales, se podrán identificar oportunidades de mejora en la calidad del periodismo local y en la formación profesional de los comunicadores. Los resultados de esta investigación podrían ser utilizados por los medios de comunicación, las instituciones educativas y los organismos reguladores para diseñar estrategias que promuevan una comunicación más ética, responsable y confiable en la comunidad de Atalaya.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Temporal

La investigación se encuentra delimitada temporalmente en el año 2024, periodo durante el cual se llevará a cabo la búsqueda de información y la construcción de las bases teóricas. Esta fase inicial será seguida por la ejecución del trabajo de campo, que incluirá la elaboración y aplicación de encuestas, así como el análisis exhaustivo de los datos recopilados.

1.5.2 Espacial

La investigación se encuentra delimitada espacialmente en la Ciudad de Atalaya, ubicada en la región de Ucayali. En esta localidad se llevará a cabo la recolección de información, aprovechando su relevancia y representatividad dentro del contexto de estudio. La elección de Atalaya como escenario de investigación se fundamenta en su idoneidad para abordar los aspectos específicos que se analizarán en este estudio.

1.5.3 Social

La delimitación social de la presente investigación se enfoca en los pobladores de la ciudad de Atalaya, ubicada en la región de Ucayali. Los cuales pueden proporcionar un contexto relevante para examinar las percepciones y opiniones de los ciudadanos sobre la credibilidad de los medios de comunicación radiales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

El periodismo empírico en la radio ha desempeñado un papel fundamental en la evolución de los medios de comunicación, ofreciendo una plataforma para la transmisión rápida y accesible de información verificada al público. Desde sus inicios en las primeras décadas del siglo XX, la radio se estableció como una herramienta poderosa para la difusión de noticias, especialmente durante eventos críticos y emergencias. En la década de 1930, la radio emergió como un medio crucial para el periodismo empírico durante la Gran Depresión y la Segunda Guerra Mundial. Los periodistas de radio proporcionaron reportajes en vivo y detallados desde el campo de batalla y las ciudades afectadas, ofreciendo a la audiencia una visión directa de los acontecimientos (Ismailova, 2022).

Figuras icónicas como Edward R. Murrow, con sus transmisiones desde Londres durante los bombardeos de la Segunda Guerra Mundial, ejemplificaron el poder del periodismo radial empírico para informar y movilizar al público (DeMars, 2022). Demostró ser fundamental al ofrecer reportajes en tiempo real y de primera mano durante eventos críticos, como la Gran Depresión y la Segunda Guerra Mundial (Evdokimova, 2022). Durante las décadas de 1960 y 1970, el periodismo empírico en la radio continuó evolucionando, abordando temas como los derechos civiles, la guerra de Vietnam y el escándalo de Watergate, permitiendo así a los periodistas empíricos llegar a una audiencia masiva con informes detallados y análisis profundos (Nahorniak, 2024). El periodismo en la radio se convirtió en un vehículo crucial para abordar temas sociopolíticos relevantes, como los derechos civiles (Moestrup, 2023).

En el contexto peruano, el periodismo empírico en la radio ha jugado un papel crucial en la información y educación de la población. Desde los primeros días de la radio en Perú, emisoras como Radio Nacional del Perú han sido fundamentales para la difusión de noticias verificadas y basadas en evidencia. Durante períodos de agitación política y social, como la dictadura de Velasco Alvarado en los años 70 y el conflicto interno con el grupo terrorista Sendero Luminoso en los 80 y 90, las emisoras radiales se convirtieron en una fuente vital de información, proporcionando reportajes en tiempo real y análisis profundos de los acontecimientos (Paz, 2023). La radio ha sido esencial para mantener informada y educada a

la población, especialmente durante períodos críticos como la dictadura de Velasco Alvarado y el conflicto con Sendero Luminoso (Sacín & Zevallos, 2023).

Ya para el año 2022 se marcó un punto de inflexión en la percepción pública de los medios de comunicación y su credibilidad. Esto debido a que solo el 40% de los peruanos confiaban en las noticias evidenció una profunda crisis de credibilidad en los medios de comunicación (Ramírez, 2023). Esta falta de confianza se atribuyó en gran medida a la percepción generalizada de que los medios no eran lo suficientemente independientes de los centros de poder, particularmente de la influencia empresarial. Solo un pequeño porcentaje, el 21%, consideraba que los medios mantenían un grado de independencia significativo respecto a estas influencias externas (Montero, 2024). La baja confianza en los medios de comunicación en 2022 se debe en gran parte a la percepción de falta de independencia frente a influencias empresariales y centros de poder.

En general en tiempos más recientes, la radio peruana ha continuado adaptándose a los desafíos modernos, utilizando tecnologías digitales para mejorar la recopilación y difusión de noticias. Emisoras como RPP Noticias y Exitosa han destacado por su compromiso con el periodismo empírico, ofreciendo una cobertura exhaustiva y objetiva de eventos nacionales e internacionales. Sin embargo, dado los últimos acontecimientos, dichos medios a nivel nacional han perdido de veracidad, específicamente por la politización de los mismos (Carbajal, 2022).

Este contexto histórico de desconfianza y escepticismo hacia los medios sienta las bases para la presente investigación sobre la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la ciudad de Atalaya, Ucayali, en el año 2024, ofreciendo un marco contextual relevante y significativo para comprender las dinámicas actuales entre los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación.

2.2 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Antecedentes internacionales

En China, Guo et al. (2024), examinó la brecha entre las expectativas normativas del público sobre el desempeño de los medios y su evaluación real del trabajo periodístico, así como su impacto en la credibilidad mediática. Utilizando un enfoque cuantitativo, los autores llevaron a cabo una encuesta aleatoria con 1,221 residentes de Hong Kong durante la pandemia de COVID-19 (septiembre-octubre de 2020). El estudio reveló una brecha

significativa: mientras el 92.4% de los encuestados valoraba la precisión como expectativa clave, solo el 35.9% consideraba que los medios la cumplían. Análisis de regresión mostraron una correlación negativa entre la brecha y la credibilidad percibida ($\beta = -0.16$, $*p* < .001$), respaldando la hipótesis de que, a mayor discrepancia, menor credibilidad. Además, el compromiso cognitivo con las noticias moderó esta relación, especialmente en usuarios con procesamiento activo ($\beta = -0.16$, $p < .001$). Los resultados descriptivos destacaron que la imparcialidad en la cobertura presentó la mayor brecha (58.8%). Los autores concluyeron que la brecha expectativa-evaluación es un factor crítico en la percepción de credibilidad, agravado por el contexto político y mediático de Hong Kong.

En Bangladesh, Islam et al. (2023), analizó la confianza en los medios de comunicación entre jóvenes bangladesíes. El estudio, de tipo cuantitativo y enfoque correlacional, aplicó una encuesta web a 430 participantes (55.3% hombres, 44.7% mujeres) de zonas urbanas (38.1%) y rurales, con edades entre 18-35 años. Los resultados mostraron un bajo nivel de confianza: el 57.4% tenía "extremadamente baja" confianza en portales en línea, mientras que solo el 37.9% mostraba cierta confianza en periódicos impresos. Los análisis correlacionales revelaron que factores como el sesgo político ($r = 0.59$, $p < 0.01$), la falta de precisión ($r = 0.54$, $p < 0.01$) y el sensacionalismo ($r = 0.51$, $p < 0.01$) afectaban negativamente la confianza. Además, los hombres (35.8% baja confianza) desconfiaban más que las mujeres (28.6%). Los autores concluyeron que la desconfianza amenaza la sostenibilidad de los medios y la democracia, recomendando mejorar la calidad del contenido y reducir sesgos para recuperar la audiencia joven.

En España, Serna-Ortega et al. (2024), realizó una investigación en la Universidad de Málaga, su objetivo general fue determinar el nivel de notoriedad (espontánea y sugerida) de los principales medios de prensa y radio generalistas en España, evaluando diferencias según características sociodemográficas. Se empleó una metodología cuantitativa con enfoque descriptivo-correlacional, utilizando un cuestionario aplicado a 385 participantes distribuidos aleatoriamente en España. Los resultados mostraron que *El País* lideró la notoriedad en prensa (65.19% espontánea, 92.2% sugerida), seguido por *ABC* y *El Mundo*, mientras que, en radio, *Cadena SER* (65.71% espontánea, 93.5% sugerida) y *COPE* destacaron. Se identificaron correlaciones significativas entre el nivel educativo y la notoriedad (Pearson: $r = 0.78$, $p < 0.01$), así como diferencias por nacionalidad (extranjeros con 25.2% menos notoriedad). La edad y el estatus socioeconómico también

influyeron ($p < 0.05$ en ANOVA). Las conclusiones confirmaron que la notoriedad se alinea con los índices de audiencia, excepto en *ABC*, y revelaron que el género no fue un factor diferenciador.

En Estados Unidos, Baksh et al., (2022) analizaron el impacto del tipo de fuente (periodista o experto externo) y el género en la percepción de credibilidad de noticias radiales. La muestra fue de 900 participantes en un experimento 2x2. Se empleó metodología cuantitativa correlacional, con análisis de correlación y pruebas de significancia. Los resultados indicaron que el 68% de los oyentes percibió mayor credibilidad cuando la fuente era un experto externo, y el 54% mostró preferencia por voces masculinas. Se encontraron correlaciones significativas entre tipo de fuente y credibilidad ($r=0,61$, $p<0,01$), y entre género de la fuente y percepción de importancia del mensaje ($r=0,47$, $p<0,05$). Se concluye que la credibilidad en radio depende de la interacción entre características del comunicador y del oyente

En Cuba, Olivera Pérez (2025), Hizo un estudio que tuvo como objetivo analizar los predictores de la confianza de la audiencia en este medio, empleando una metodología cuantitativa con un enfoque correlacional. Se aplicó un cuestionario en línea a 211 participantes, mayoritariamente con educación universitaria (76.8%), residentes en Cuba (64%) y otros países (36%). Los resultados de la regresión lineal múltiple mostraron que la concepción del rol cívico del periodismo ($\beta = .238$, $p < .001$), la calidad percibida en el contraste de fuentes ($\beta = .227$, $p = .001$), la satisfacción con la temática política ($\beta = .181$, $p = .005$) y el comentar públicamente en las plataformas del medio ($\beta = .164$, $p = .007$) fueron predictores significativos de la confianza, explicando el 26% de su variación (R^2 ajustado = .260). Además, el 80.6% de los encuestados reportó alta confianza en el medio ($M = 8.59/10$). Las conclusiones destacan la importancia del contexto mediático cubano, fragmentado e ideologizado, y la relevancia de abordar la confianza desde una perspectiva multidimensional y situada.

2.2.2 Antecedentes nacionales

En Tacna, Mamani (2024) investigó la influencia del periodista ciudadano en el periodismo radial durante 2022. El objetivo general fue determinar cómo este fenómeno afecta las funciones informativas, educativas y de entretenimiento de las emisoras locales. La

metodología empleada fue cuantitativa, con un diseño no experimental transversal y nivel correlacional. La muestra incluyó a 30 periodistas radiales, seleccionados mediante muestreo intencional. Los resultados estadísticos, analizados con Rho de Spearman, revelaron una correlación moderada positiva ($\rho=0.539$, $p=0.002$) entre ambas variables. Descriptivamente, el 56.67% de los encuestados percibió una influencia alta del periodista ciudadano, mientras que el 33.33% la consideró moderada. En contraste, la dimensión de inmediatez no mostró relación significativa ($\rho=0.300$, $p=0.107$), pero el rol empírico ($\rho=0.603$, $p<0.001$) y el informalismo ($\rho=0.436$, $p=0.016$) sí influyeron significativamente. Se concluyó que el periodista ciudadano impacta moderadamente en el periodismo radial, especialmente en aspectos empíricos e informales, pero no en la inmediatez.

En San Martín, Mori (2023) investigó el impacto de la implementación de un formato noticioso en Radio Interactiva 98.3 FM, analizando la percepción de los oyentes tras cambiar de una programación musical a más de 7 horas diarias de noticias. El estudio, de enfoque cuantitativo y tipo básico-descriptivo, aplicó encuestas a 374 radioyentes mediante un cuestionario, obteniendo un nivel de credibilidad alta/moderada en noticias (muestreo aleatorio simple), procesadas con SPSS. Los resultados mostraron correlaciones significativas (Rho de Spearman = 0.613, $p < 0.01$) entre el formato noticioso y la satisfacción de los oyentes. En detalle, el 92.59% evaluó como "bueno" o "muy bueno" el contenido local, mientras que el 91.71% aprobó las noticias regionales. Sin embargo, solo el 82.35% respaldó las noticias nacionales/internacionales, sugiriendo áreas de mejora. La dimensión musical obtuvo un 90.91% de aceptación. Las conclusiones destacaron una percepción mayoritariamente positiva hacia el cambio, aunque se recomendó diversificar conductores y profundizar en coyuntura nacional.

En Tumbes, Ruiz (2023) determinó el grado de credibilidad de las noticias en redes sociales entre estudiantes universitarios durante el proceso electoral. La metodología empleada fue cuantitativa, con un diseño descriptivo transversal, utilizando un cuestionario validado aplicado a 124 estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación y Psicología, seleccionados mediante muestreo aleatorio simple. Los resultados mostraron que el 81.5% de los estudiantes percibió un nivel *medio* de credibilidad en las noticias, mientras que solo el 7.3% las consideró *altamente* creíbles. El análisis correlacional reveló que el uso de diversas fuentes tuvo la mayor influencia en la credibilidad (48.4% nivel *alto*), mientras que la exactitud presentó el menor impacto (60.5% nivel *bajo*).

Además, Facebook obtuvo un 62.1% de credibilidad *media*, frente a Twitter, que alcanzó solo un 25.8%. La investigación concluyó que, aunque los universitarios confían moderadamente en las redes sociales como fuentes informativas, factores como la reputación del medio y la diversidad de fuentes son determinantes para su percepción de credibilidad.

En Ayacucho, Chávez (2024) investigó la credibilidad y confianza de los medios digitales locales durante la pandemia de COVID-19. El estudio tuvo como objetivo general evaluar el nivel de credibilidad y confianza que la sociedad huamanguina otorgó a estos medios en 2022. Utilizó una metodología cuantitativa con enfoque descriptivo y diseño no experimental, aplicando un cuestionario validado a una muestra probabilística de 381 millennials (30-45 años). Los resultados mostraron que los medios digitales gozaron de mediana credibilidad (39.4%), mientras que la televisión fue el menos confiable (53.8%). En correlaciones, se identificó una relación positiva moderada ($r = 0.45$, $p < 0.05$) entre el consumo diario de medios digitales y la percepción de credibilidad. Destacó que el 72.2% de los encuestados consideró que los medios difundieron información tendenciosa ocasionalmente. Entre los medios, *Enfoque Ayacucho Noticias* fue el más visitado (26%), pero solo el 16.8% lo calificó como "honesto". Se concluyó que, pese a su uso frecuente, los medios digitales locales no lograron alta credibilidad, reflejando desconfianza en su imparcialidad y rigor informativo.

En Lima, Vásquez (2023) determinó la relación entre la difusión de información periodística en televisión y TikTok con la credibilidad de los ciudadanos. Utilizó una metodología cuantitativa, con un diseño no experimental de nivel correlacional y enfoque descriptivo. La muestra incluyó a 386 residentes de Los Olivos, entre 24 y 55 años, seleccionados mediante muestreo probabilístico. Los resultados estadísticos mostraron una correlación regular (Rho de Spearman = 0.415) entre las variables, indicando que la información periodística no se relaciona significativamente con la credibilidad. En los datos descriptivos, el 67.4% de los encuestados consumía información por televisión, mientras que el 32.6% usaba TikTok. Además, el 93.7% percibía alta desconfianza en las notas informativas, y el 95.8% identificó manipulación o desinformación en los contenidos. Las conclusiones destacaron que, aunque existe una correlación, esta no es significativa, reflejando una crisis de credibilidad en los medios tradicionales y digitales.

2.3 Bases teóricas

2.3.1. *Bases teóricas de la variable 1: Comunicadores empíricos*

En el ámbito de la comunicación radiofónica, comunicadores empíricos pueden definirse como individuos no formados académicamente que participan activamente en la producción de contenidos informativos mediante plataformas autodidactas, aprovechando herramientas digitales para transmitir noticias y sucesos sin haber sido preparados profesionalmente (Peña et al., 2024). Se definen también como ciudadanos empoderados que emulan las prácticas periodísticas institucionales y profesionales, construyendo relatos que compiten con los medios tradicionales y democratizan el acceso a la información (Horoub, 2024). Además, son actores cuya actividad involucra la recolección, el análisis y la disseminación de información de interés público, asumiendo voluntariamente responsabilidades propias del periodismo convencional (Reyes et al., 2023).

Los autores mencionados describen a los comunicadores empíricos como ciudadanos empoderados que producen y difunden información mediante prácticas autodidactas, lo cual coincide parcialmente con la realidad de Atalaya. En este contexto, también participan activamente en la comunicación local; sin embargo, a diferencia de lo planteado teóricamente, su labor carece de procesos sistemáticos de análisis, verificación y contraste de datos. Aunque emulan funciones del periodismo profesional, operan en un entorno informal y sin estándares éticos definidos, lo que genera brechas significativas entre el ideal teórico y la práctica cotidiana en las radios locales.

En la ciudad de Atalaya, la figura del comunicador empírico se manifiesta en aquellos conductores que alquilan espacios radiales sin formación académica ni pertenencia a una estructura empresarial formal. Según los autores mencionados anteriormente, estos ciudadanos participan activamente en la difusión de información desde prácticas autodidactas, lo cual coincide con el modelo de radiodifusión predominante en la zona. No obstante, esta realidad se desarrolla en un contexto marcado por la informalidad y la ausencia de controles éticos, lo que convierte al comunicador empírico en un actor que, aunque participativo, opera en condiciones precarias y sin estándares profesionales claros.

Del mismo modo, la falta de procesos de análisis, verificación y contraste de datos evidencia que la labor de estos comunicadores empíricos afecta directamente la credibilidad informativa en Atalaya. Aunque se reconoce su independencia, la carencia de formación especializada y la facilidad para acceder a un espacio radial limitan el desarrollo de prácticas

responsables, explicando también la escasez de periodistas profesionales en la ciudad. Como resultado, la dinámica comunicacional depende de actores que asumen voluntariamente funciones periodísticas sin cumplir criterios técnicos, lo que mantiene un ecosistema radial vulnerable y con dificultades para garantizar información confiable y socialmente pertinente.

Por otra parte, su rol va más allá de la simple redistribución de información: su grado de participación se amolda a la interacción activa con los medios, asumiendo funciones de cocreación y verificación de noticias que antes eran exclusivas de periodistas profesionales (Rahmawati, 2024). Se conciben también como participantes que recogen, diseminan y analizan noticias de interés público, utilizando Internet como canal principal y sin dependencia de estructuras editoriales formales (Korenaga & Ogawa, 2023). Al mismo tiempo, se describen como gestores de contenido orientado a comunidades específicas, adaptando prácticas periodísticas a realidades locales y fomentando una participación constructiva y colaborativa (Leonhardt et al., 2025).

Los comunicadores empíricos en la ciudad de Atalaya cumplen un rol comunitario con sus audiencias; sin embargo, su práctica cotidiana suele distanciarse de la visión teórica que los presenta como actores responsables del análisis y la verificación pública. En la provincia, la cocreación y el contraste de contenidos se desarrollan de manera limitada, lo que favorece la difusión de información sin procesos formales de comprobación. Aunque el uso de internet y redes sociales coincide con lo señalado por los autores, la ausencia de métodos rigurosos evidencia una brecha significativa dentro de la dinámica comunicativa de Atalaya.

En ese orden de ideas, los comunicadores empíricos surgen como agentes de la esfera pública. Su presencia se origina en la democratización de las herramientas digitales. Aprovechan plataformas de audio y redes sociales para difundir información. Ese flujo de contenido repercute en la agenda de medios tradicionales, además, este modelo potencia la participación de ciudadanos sin formación formal (Bruns, 2023). De este modo, el papel de estos emisores impacta la construcción de narrativas locales; no obstante, también redefine los límites entre lo profesional y lo amateur. Asimismo, su labor implica asumir responsabilidades de verificación (Terashkevich, 2025). Por otro lado, genera un cruce constante entre fuentes diversas. Este fenómeno causa un cambio en la producción de noticias. Favorece procesos colaborativos en la comunicación radial comunitaria y audiovisual, fortaleciendo prácticas emergentes (Moe, 2023).

Si bien los modelos teóricos comparten ciertos rasgos con los comunicadores empíricos de Atalaya, como la democratización de la comunicación y la promoción de la participación ciudadana, la práctica diaria de estos actores se desarrolla en un entorno donde no existen normas profesionales ni mecanismos de supervisión ética. Esta carencia de regulación provoca que su labor se ejecute sin criterios técnicos definidos, lo que genera riesgos que afectan directamente la percepción de credibilidad entre las audiencias. Además, esta situación evidencia una brecha significativa entre el ideal teórico y las condiciones reales en las que operan los comunicadores locales.

También, la diferencia más marcada respecto de lo planteado por la teoría se observa en la escasa verificación de datos y en el limitado contraste de fuentes que caracterizan la producción informativa en Atalaya. Aunque estos comunicadores no cumplen con los estándares formales del periodismo profesional, su influencia en la construcción de narrativas locales es indiscutible. De hecho, muchas emisoras dependen de ellos para completar su programación diaria, lo que refuerza su presencia dentro del ecosistema radial. Sin embargo, esta dependencia también perpetúa prácticas informales que dificultan el fortalecimiento de una comunicación responsable y sostenible.

En este contexto, los avances tecnológicos ofrecen espacios para narraciones espontáneas. Las aplicaciones de transmisión en vivo habilitan voces que antes carecían de acceso. Esta dinámica genera un flujo continuo de audio, además, posibilita niveles de interacción inmediatos con la audiencia. Esa interactividad potencia la construcción de confianza colectiva. Por otro lado, la descentralización de los canales origina nuevos retos de control editorial. Asimismo, la ausencia de filtros formales implica mayores demandas de autoevaluación (Yen et al., 2023). Este entorno impacta la forma en que se validan las fuentes; sin embargo, desarrolla habilidades prácticas en usuarios autodidactas. Favorece la adquisición de destrezas técnicas. Del mismo modo, causa la emergencia de espacios de debate ciudadano y recursos de autogestión digital, favoreciendo redes colaborativas. Esta tendencia potencia alianzas informales ciudadanas (Zhao & Elmqvist, 2022).

La verificación emerge como un núcleo central. Los comunicadores empíricos enfrentan la falta de marcos regulatorios. Esto origina cuestionamientos sobre la fiabilidad de los mensajes. Además, la ausencia de cursos formales provoca vacíos en técnicas de contraste. Ese déficit repercute en la percepción de la audiencia. No obstante, desarrolla prácticas alternativas de comprobación basadas en fuentes abiertas. Por otro lado, su método de

recolección de datos genera debates éticos (Gergul et al., 2025). Asimismo, genera polémicas sobre la distinción entre opinión e información. Este escenario impacta la construcción de la verdad social. Favorece la colaboración con investigadores y profesionales. Del mismo modo, potencia protocolos de autorregulación comunitaria. Esta práctica implica la creación de manuales ciudadanos, generando espacios de capacitación colectiva. Potencia la confianza local (MacKinnon et al., 2022).

También, los estándares éticos aparecen como guías inestables, no hay manuales únicos para estos comunicadores. Esto causa la creación de códigos colaborativos. Asimismo, la autorregulación se potencia mediante comunidades en línea, lo que implica el establecimiento de parámetros de calidad. Por otro lado, la ausencia de criterio formal repercute en la diversidad de prácticas, impulsa iniciativas de formación autodidacta. Además, genera alianzas con organizaciones de verificación de datos (Aznar et al., 2024). Del mismo modo, potencia foros de discusión sobre veracidad; no obstante, origina retos para la responsabilidad legal. Esto favorece debates sobre jurisdicción y libertad de expresión. Enseña mecanismos de denuncia ciudadana, genera pautas de conducta interactiva. Potencia relaciones de confianza mutua, provoca ajustes en la práctica radial. Origina reformas en políticas locales (Blaich et al., 2023).

2.3.1.1. Teorías y enfoques teóricos. La Teoría del Periodismo de Proximidad, desarrollada por autores como Martín-Barbero (2002), plantea que los comunicadores empíricos son actores legítimos en medios radiales locales. Su legitimidad no proviene de una formación académica, sino de su cercanía con la comunidad, su conocimiento del entorno y su capacidad para representar voces locales (De León et al., 2023). En contextos donde escasean periodistas formados, estos comunicadores cumplen su rol desde la práctica cotidiana, el lenguaje común y el contacto directo con la audiencia (Escudero, 2023). Esta perspectiva reconoce que el vínculo comunitario favorece la confianza del oyente y legitima su rol dentro del medio. Así, se valora el saber práctico y cultural, lo que implica entender al comunicador empírico como parte de un modelo alternativo de ejercicio periodístico (Essuman & Cudjoe, 2025).

Otra teoría importante es la Teoría del Profesionalismo Periodístico, formulada por Glasser y Ettema (1996), quienes entienden el periodismo como una práctica moral más que técnica. Desde esta perspectiva, el comunicador empírico puede cumplir un rol periodístico válido si asume un compromiso con la verdad pública y con el interés colectivo, aunque no

tenga formación universitaria (Hanusch & Löhmann, 2022). Esta teoría desarrolla una visión más flexible del periodismo, que no se limita al cumplimiento de estándares académicos, sino que también considera la legitimación social que se construye a través de la práctica constante y la aceptación del entorno. Comprender el profesionalismo desde este enfoque permite incorporar a los comunicadores empíricos como actores válidos dentro del campo periodístico, siempre que exista un compromiso ético con su audiencia y con la función social de informar. (Kulakova et al., 2024).

2.3.1.2. Importancia. Tricárico (2023) afirma que los comunicadores empíricos desempeñan una función vital en la sociedad al servir como enlaces entre la información y el público. Su compromiso con la objetividad y la búsqueda de la verdad les permite ofrecer información confiable y precisa, lo que a su vez promueve la comprensión entre las personas y grupos diversos. Se resalta aquí el papel crucial de los comunicadores empíricos en la construcción de una sociedad bien informada, al garantizar que la información presentada sea objetiva y precisa. Su labor fomenta una mayor comprensión y cohesión entre diferentes sectores del público, destacando la importancia de la transparencia y la veracidad en la comunicación.

Rasooly et al. (2023) añaden que, al proporcionar datos fundamentados en la observación directa, la investigación rigurosa y el análisis de los hechos reales, los comunicadores empíricos facilitan la toma de decisiones informadas tanto a nivel individual como colectivo. Esta capacidad para presentar información de manera clara y accesible es fundamental para empoderar a las personas y comunidades, permitiéndoles tomar decisiones informadas sobre temas que afectan sus vidas. Al mismo tiempo, Garavito et al. (2024) indica que los comunicadores empíricos colaboran con el empoderamiento de las personas y comunidades, al ofrecerles información clara y basada en hechos reales. Al facilitar una comprensión precisa de los temas relevantes, estos comunicadores contribuyen a que las decisiones, tanto individuales como colectivas, se tomen de manera más informada y consciente.

2.3.1.3. Características. Acero et al. (2024) mencionan que, dentro de las principales características del comunicador empírico se encuentra el basar su comunicación en la evidencia, fundamentando sus mensajes en datos verificables, investigaciones y hechos sólidos. Prefieren respaldar sus afirmaciones con pruebas concretas y confiables, lo que les

otorga credibilidad y autoridad en su comunicación. Se aprecia cómo el enfoque basado en evidencia de los comunicadores empíricos refuerza su credibilidad y autoridad. Al fundamentar sus mensajes en datos verificables y hechos sólidos, estos comunicadores logran establecer una base sólida para la confianza y la persuasión en sus audiencias.

Otra de las características según (Garusi & Miro, 2024) es el ser objetivos e imparciales en su enfoque y presentan información de manera equilibrada y justa, sin sesgos o prejuicios. Buscan transmitir información de manera neutral, permitiendo que la audiencia forme sus propias opiniones en base a la evidencia presentada. Se subraya la importancia de la objetividad y la imparcialidad en la comunicación, destacando cómo estos principios permiten que la audiencia evalúe la información sin influencias sesgadas. Esta aproximación equilibrada y justa facilita una interpretación más libre y fundamentada de los datos presentados.

De igual manera, Del Valle y Carreño (2020) afirman que el utilizar un lenguaje claro y preciso también caracteriza al comunicador empírico, pues deben elegir un lenguaje fácil de entender para su público y que sea directo y sucinto. Evitan la jerga innecesaria o compleja y se esfuerzan por transmitir sus mensajes de manera accesible y fácil de entender, lo que facilita la comunicación efectiva. Se resalta como el uso del lenguaje claro y preciso por parte de los comunicadores empíricos mejora la efectividad de la comunicación. Al evitar jerga innecesaria y optar por un estilo directo, estos comunicadores logran transmitir sus mensajes de manera más accesible, facilitando así una mejor comprensión por parte del público.

Estar abierto a nuevas ideas, según Marín et al. (2020) implica ser receptivo a perspectivas, información y puntos de vista. Están dispuestos a considerar y explorar nuevas ideas, incluso si difieren de sus propias creencias o conocimientos previos. Esta apertura a la innovación y al aprendizaje continuo les permite adaptarse y evolucionar en su práctica comunicativa. También señala la importancia de la receptividad a nuevas ideas en la práctica comunicativa, subrayando cómo esta apertura permite a los comunicadores adaptarse y evolucionar. Al considerar perspectivas divergentes, estos profesionales enriquecen su enfoque y se mantienen actualizados en un entorno en constante cambio.

2.3.1.4 Dimensiones. La variable “comunicadores empíricos” consta de 3 dimensiones: Habilidad comunicativa, influencia social y Compromiso.

2.3.1.4.1 Habilidad Comunicativa

La habilidad comunicativa se refiere a la capacidad del comunicador empírico para transmitir mensajes de forma clara, comprensible y pertinente al contexto. Según Avanceña y Oliva (2022), esta habilidad no solo implica el dominio del lenguaje oral, sino también la adaptación del discurso al público y al medio utilizado. En el caso de los comunicadores empíricos en radio, esta destreza potencia la conexión con la audiencia y favorece la comprensión del mensaje. Esta dimensión es clave porque impacta directamente en la eficacia del acto comunicativo y sostiene el rol informativo del comunicador. Estas se clasifican en los siguientes indicadores:

Claridad en la expresión oral durante las transmisiones radiales: Este indicador se refiere a la capacidad del comunicador para emitir mensajes de manera comprensible, fluida y precisa, sin ambigüedades ni errores que dificulten la interpretación. En la dimensión de habilidad comunicativa, la claridad en la expresión es esencial porque permite que el oyente entienda el mensaje sin esfuerzo. Además, evita malentendidos y favorece la transmisión eficaz de la información. En medios radiales, donde la imagen no está presente, la palabra cobra mayor peso, por lo que una comunicación clara genera cercanía, seguridad y continuidad en la atención del público. Ignorar este aspecto puede provocar desinterés o desconfianza (Ceballos 2024).

Uso adecuado del lenguaje según el público al que se dirige: Este indicador hace referencia a la capacidad del comunicador para adaptar su forma de hablar al perfil sociocultural de su audiencia. En la dimensión de habilidad comunicativa, este aspecto resulta clave porque potencia la conexión con el oyente, facilita la comprensión y favorece la identificación del público con el medio. Usar expresiones, términos y tonos adecuados permite que el mensaje sea recibido sin barreras. En contextos locales, como Atalaya, esto cobra mayor valor porque los comunicadores empíricos suelen compartir códigos con su comunidad. Si el lenguaje no se ajusta al público, se pierde efectividad y se debilita la credibilidad (Jiang & Zhou, 2022).

Coherencia del contenido: Este indicador se vincula con la capacidad del comunicador para organizar sus ideas de manera lógica, con una estructura clara que mantenga relación entre los distintos elementos del mensaje. Dentro de la dimensión de habilidad comunicativa, la coherencia favorece la comprensión global del discurso y permite al oyente seguir el hilo temático sin distracciones. Un contenido bien estructurado genera

sensación de orden, profesionalismo y dominio del tema. Esto es importante especialmente en la radio, donde la linealidad del mensaje impide retrocesos. La falta de coherencia, en cambio, provoca confusión, debilita la narrativa y puede hacer que el oyente desconecte (González et al., 2024).

2.3.1.4.2 Influencia social. La influencia social se entiende como la capacidad del comunicador empírico para generar cambios en las percepciones, actitudes o decisiones de su audiencia. Ram y Rizoiu (2024) explican que esta influencia no depende solo del contenido, sino también del nivel de confianza, cercanía y legitimidad que el comunicador proyecta. En medios radiales locales, esta dimensión se desarrolla mediante la repetición de mensajes, el uso de referencias culturales compartidas y el posicionamiento como voz representativa. Se relaciona directamente con la variable porque define cuánto poder tiene el comunicador empírico para moldear el pensamiento colectivo. Sus indicadores son:

Capacidad para generar opinión en los oyentes: Este indicador se refiere al grado en que el comunicador empírico logra influir en la formación de ideas, juicios o posturas de quienes lo escuchan. En la dimensión de influencia social, este aspecto es clave porque permite evaluar el impacto real del discurso en la audiencia. Cuando un comunicador tiene esta capacidad, su palabra no solo informa, sino que orienta decisiones, refuerza valores o provoca posicionamientos frente a temas de interés local. Esto es especialmente relevante en contextos donde la radio sigue siendo una fuente primaria de información. Medir este factor ayuda a identificar su papel como agente de opinión en la comunidad (Zhang & Brandes, 2023).

Nivel de credibilidad percibido: Este indicador mide la confianza que los oyentes otorgan al comunicador en función de su forma de comunicar, su consistencia y el contenido que transmite. En la dimensión de influencia social, este nivel de credibilidad es determinante, ya que condiciona la aceptación o el rechazo de los mensajes emitidos. Un comunicador percibido como creíble potencia su influencia, porque sus ideas son asumidas como válidas o verdaderas por la audiencia. En zonas como Atalaya, donde los vínculos comunitarios son fuertes, esta percepción tiene un efecto directo en la reputación del medio. Ignorar este aspecto debilita el análisis del vínculo entre emisor y oyente (Dawson, 2022).

Frecuencia con la que su opinión es replicada en el entorno comunitario: Este indicador se refiere a cuántas veces las opiniones del comunicador son repetidas, comentadas o adoptadas en conversaciones dentro de la comunidad. En la dimensión de influencia social,

esta frecuencia evidencia el grado de repercusión que tiene el mensaje más allá del momento de la emisión. Cuanto más se replica una opinión, mayor es la huella que deja en la vida cotidiana de los oyentes. Este comportamiento señala que el comunicador no solo informa, sino que instala temas en la agenda local y genera eco social. Observar esta dinámica permite entender cómo se consolida su rol como referente comunitario (Riesthuis & Woods, 2023).

2.3.1.4.3 Compromiso. La participación y el compromiso hacen referencia al nivel de implicación activa del comunicador empírico en la vida de su comunidad. Para Avanceña y Oliva (2022), esto incluye tanto la intervención constante en espacios sociales como el interés por abordar temas locales de forma responsable. Esta dimensión genera una conexión directa con la audiencia, ya que el comunicador no actúa como observador externo, sino como un miembro más del entorno. Se relaciona con la variable al mostrar que el rol empírico no se limita a emitir mensajes, sino que implica presencia, vínculo y responsabilidad social. Sus indicadores son:

Participación del comunicador en actividades de la comunidad: Este indicador se enfoca en la intervención constante del comunicador en espacios sociales o eventos organizados por la comunidad. Dentro de la dimensión compromiso, dicha participación permite observar si mantiene cercanía con la población fuera del ámbito radial. Su presencia en estos espacios no solo refuerza su vínculo con los oyentes, sino que también muestra disposición por compartir las dinámicas locales. Este contacto directo genera mayor confianza, ya que el público lo percibe como alguien que forma parte activa de su realidad. Analizar esta presencia permite conocer si su rol se limita a la transmisión o si también actúa desde la convivencia cotidiana (Son & Krolkowski, 2024).

Recurrente tratamiento de temas que afectan a la comunidad: Este indicador analiza cuán habitual es que el comunicador trate asuntos que tocan directamente la vida local, como servicios públicos, conflictos vecinales o necesidades sociales. En la dimensión de compromiso, esta práctica refleja una actitud sensible frente al entorno. Dar espacio a estos temas no solo informa, sino que también representa a los oyentes y muestra preocupación por sus problemas. Cuando el comunicador prioriza contenidos que interesan a su comunidad, fortalece su conexión con el público y responde a sus expectativas. Evaluar este aspecto permite identificar su grado de implicación con las realidades que rodean a la audiencia (Guragain, 2023).

Acciones promovidas por el comunicador para enfrentar problemáticas: Este indicador se refiere a las propuestas que el comunicador impulsa para dar respuesta a situaciones que afectan a su entorno. En la dimensión compromiso, este elemento permite distinguir entre un comunicador que solo transmite información y otro que actúa para generar mejoras. Promover campañas, buscar soluciones o colaborar con actores locales indica una postura activa frente a las dificultades colectivas. Esta actitud lo convierte en un referente que no solo visibiliza los problemas, sino que también se involucra en resolverlos. Evaluar este indicador revela si el comunicador asume un rol comprometido con la transformación de su contexto (Vera & Romero, 2022).

2.3.2 Bases teóricas de la variable 2: Credibilidad de los medios de comunicación radiales

La credibilidad de los medios radiales puede definirse como el reconocimiento y confianza que la audiencia otorga a la radio, influida por la notoriedad, trayectoria y reputación del medio en el contexto social (Serna et al., 2024). Asimismo, se entiende como la percepción de integridad y apego a los valores periodísticos que los oyentes asocian con la programación, especialmente cuando se integran principios éticos desde la concepción de los contenidos (Prieto & d'Haenens, 2025).

Por otro lado, la credibilidad radica en la capacidad del medio para aplicar tecnologías y procesos de verificación, asegurando la calidad y veracidad de la información difundida (Shevchenko & Dergach, 2024). Además, la credibilidad se relaciona con la percepción de independencia editorial y la defensa de la autonomía frente a influencias externas, lo que refuerza la confianza del público (Peña et al., 2023). Finalmente, se concibe como la evaluación que hace la audiencia sobre la autenticidad y neutralidad de los mensajes, donde la presentación evaluativa puede disminuir la percepción de confianza, independientemente que si el contenido es generado por humanos o inteligencia artificial (Lermann et al., 2022). Estas definiciones reflejan la multidimensionalidad de la credibilidad en la radio, abarcando factores sociales, tecnológicos y éticos.

Las definiciones teóricas sobre credibilidad radial destacan la confianza basada en la ética, la verificación y la independencia editorial, elementos que coinciden solo parcialmente con la situación de los comunicadores locales en Atalaya. Si bien la audiencia reconoce cierta cercanía y autenticidad en sus mensajes, existen diferencias notables respecto a los procesos formales que los autores mencionan. En la práctica, los comunicadores empíricos no aplican

tecnologías de verificación ni siguen principios éticos estructurados, lo que genera una brecha significativa entre el ideal teórico de credibilidad y las condiciones reales en las que se produce la información local.

Al analizar la credibilidad desde la perspectiva teórica, se observa que la confianza depende de la reputación, la integridad profesional y el rigor informativo. Sin embargo, en Atalaya estos componentes se desarrollan de manera limitada debido a la informalidad de la comunicación radial. Aunque la teoría plantea que la verificación y la independencia son fundamentales, la realidad muestra que muchos contenidos se generan sin contrastación ni procesos evaluativos. Esta ausencia de filtros reduce la percepción de confiabilidad y evidencia la distancia entre los estándares internacionales de credibilidad y las prácticas empíricas adoptadas en la provincia.

Del mismo modo, la teoría sostiene que la credibilidad se fortalece mediante el uso de tecnologías, el apego a valores éticos y la defensa de la autonomía editorial. En Atalaya, estas condiciones se observan de manera fragmentada, ya que los comunicadores locales operan sin normativas claras ni criterios profesionales que respalden su labor. Aunque existe una conexión comunitaria que genera cierta confianza inicial, la falta de procedimientos rigurosos limita la consolidación de una credibilidad sostenible. En consecuencia, la práctica comunicativa de la ciudad refleja desafíos estructurales que impiden alcanzar el modelo multidimensional de credibilidad propuesto por los autores.

2.3.2.1. Teoría y enfoques teóricos. Se consideró a la teoría de la disonancia cognitiva (Leon Festinger), esta teoría explora cómo las personas experimentan incomodidad cuando tienen creencias o actitudes contradictorias. Para los comunicadores sociales, comprender este fenómeno es importante para evitar generar disonancia cognitiva en su audiencia. Al presentar mensajes de manera coherente y alineados con las creencias existentes de la audiencia, los comunicadores pueden reducir la resistencia y aumentar la aceptación de sus mensajes (Parra et al.; 2021). Al evitar la generación de disonancia cognitiva en la audiencia, los comunicadores pueden asegurar que sus mensajes sean recibidos de manera más receptiva y efectiva.

2.3.2.2. Importancia. La credibilidad de los medios de comunicación radiales es esencial porque constituye la base de la confianza pública en la información transmitida, permitiendo a la radio influir en la opinión pública y mantener su relevancia en un entorno

saturado de desinformación (Christofoletti, 2024). Esta confianza es clave para que los medios radiales puedan diferenciarse, obtener reconocimiento social y ejercer autoridad dentro del mercado informativo, especialmente en contextos donde la confianza institucional está en crisis y la veracidad de la información es cuestionada (Guo et al., 2024).

Por otra parte, la credibilidad de los medios radiales impacta directamente en la efectividad de campañas sociales, educativas y de salud, ya que los mensajes provenientes de fuentes confiables son más aceptados y generan mayor disposición a la acción (Lermann et al., 2022). Además, la percepción de credibilidad fomenta la participación ciudadana y la colaboración comunitaria, elementos fundamentales para fortalecer la cohesión social y enfrentar desafíos colectivos (Peña et al., 2023). Así, la credibilidad se convierte en un pilar indispensable para la función social y la sostenibilidad de la radio.

2.3.2.3. Características. Dentro de las principales características se encuentra la transparencia, pues según Villa et al. (2020), los medios de comunicación deben ser transparentes sobre sus fuentes de información, métodos de recopilación de noticias y posibles conflictos de interés. La transparencia contribuye a construir la confianza del público al mostrar un compromiso con la honestidad y la integridad. Al mismo tiempo, es esencial para mantener la confianza del público, ya que permite a los consumidores evaluar la fiabilidad de la información. Sin embargo, lograr una transparencia total puede ser desafiante y requiere un esfuerzo constante por parte de las organizaciones para revelar sus prácticas y abordar cualquier conflicto de interés de manera abierta.

En cuanto a la credibilidad de los locutores, Sierra (2022) señala que, para aquellos que trabajan en radio y televisión, este aspecto es crucial, pues los oyentes confían en la experiencia y la integridad de estos profesionales para brindarles información precisa y equilibrada. Esta es vital para el impacto y la recepción de la información en medios de radio y televisión, ya que la confianza del público se basa en su percepción de la experiencia y honestidad de estos profesionales. Esto subraya la responsabilidad que tienen los locutores de mantener altos estándares de precisión y ética en su trabajo.

Con relación a la independencia editorial, Hernández (2021) menciona que, los medios radiales deben demostrar independencia editorial, es decir, la capacidad de informar sin sesgos políticos, comerciales o ideológicos. Los oyentes confían en que la programación de radio no esté influenciada por intereses externos y que se base en la importancia de los hechos y la relevancia para la audiencia. Esta es crucial para asegurar que los medios radiales

ofrezcan contenido imparcial y objetivo, lo que fortalece la confianza de los oyentes. No obstante, mantener esta independencia en un entorno de presiones comerciales y políticas puede ser un desafío constante para los medios.

Acerca de la rendición de cuenta, Pérez et al. (2021) mencionan que, las emisoras de radio deben estar dispuestas a asumir la responsabilidad por cualquier error o inexactitud en su programación. La disposición a corregir errores y rectificar información incorrecta es esencial para mantener la confianza del público. La disposición de las emisoras a corregir errores es fundamental para mantener la credibilidad y confianza del público, ya que demuestra un compromiso con la precisión y la transparencia. No obstante, la verdadera rendición de cuentas implica no solo corregir errores, sino también establecer mecanismos para evitar su recurrencia.

2.3.2.4. Dimensiones. La variable “credibilidad de los medios de comunicación radiales” consta de 3 dimensiones: veracidad del programa, trayectoria del medio y especialización del presentador

2.3.2.4.1 Veracidad del programa. Esta dimensión se refiere al grado en que la información transmitida es precisa, comprobable y libre de distorsiones. Miranda (2021) sostiene que los oyentes confían más en programas radiales que presentan hechos confirmados y coherentes con la realidad local. Esta dimensión es importante porque desarrolla la percepción de honestidad en el contenido emitido, lo que favorece la credibilidad general del medio. En contextos donde los comunicadores empíricos tienen alta exposición, la veracidad se vuelve un criterio esencial para que el público acepte o rechace lo que escucha en la radio. Sus indicadores son:

Información basada en hechos reales: Este indicador se refiere a que el contenido transmitido por el comunicador esté sustentado en hechos que realmente han ocurrido. En la dimensión veracidad del programa, esto resulta esencial porque garantiza que lo difundido tiene un respaldo concreto y no se basa en suposiciones o rumores. La radio, al ser un medio cercano, puede volverse una fuente directa de información para muchas personas, por lo tanto, utilizar hechos verificables favorece la confianza del público. Cuando se prioriza la realidad como base del mensaje, se evita desinformar y se fortalece la credibilidad del medio. Evaluar este aspecto permite verificar si lo que se comunica corresponde a hechos comprobables (Zeng & Gao, 2024).

Coincidencia entre lo que se dice y lo que ocurre en la realidad: Este indicador observa si el contenido de los programas se ajusta a los hechos tal como suceden en el entorno. En la dimensión veracidad del programa, esta correspondencia entre discurso y realidad es clave para evaluar la precisión con la que el comunicador representa lo que informa. Si hay coherencia entre lo expresado al aire y lo que se vive en la comunidad, el público percibe honestidad y objetividad. En cambio, si hay contradicciones, se genera desconfianza. Esta coincidencia refuerza el vínculo con la audiencia, que valida el contenido según su propia experiencia diaria. Por eso, este aspecto debe considerarse al analizar la calidad del mensaje (Pan et al., 2023).

Ausencia de datos falsos o exageraciones: Este indicador mide si durante las emisiones se evita el uso de información falsa o distorsionada. En la dimensión veracidad del programa, la precisión en los datos es un componente esencial. La exageración o la difusión de falsedades afecta directamente la confianza de los oyentes, sobre todo en medios radiales donde la voz tiene alto impacto. Evitar estos errores no solo protege la reputación del comunicador, sino que también garantiza que el público reciba información útil y responsable. Este indicador ayuda a determinar si el contenido del programa se construye con rigor o si recurre a elementos que comprometen su credibilidad (Aslett et al, 2023).

2.3.2.4.2 Trayectoria del medio. Hace referencia al tiempo de funcionamiento, la experiencia acumulada y la reputación construida por la emisora. Según Serna et al. (2024), un medio con años de actividad sostenida y sin escándalos gana mayor confianza en su comunidad. Esta dimensión impacta directamente en la credibilidad porque otorga estabilidad, reconocimiento y recordación en el público. Además, un medio con trayectoria prolongada suele contar con rutinas informativas consolidadas, lo que refuerza la percepción de responsabilidad y continuidad en su compromiso con la verdad. Sus indicadores son:

Años de funcionamiento del medio radial: Hace referencia al tiempo que la emisora lleva operando de forma continua. En la dimensión trayectoria del medio, los años de funcionamiento representan una señal de estabilidad, permanencia y experiencia en el entorno local. Un medio con largo recorrido suele tener mayor conocimiento del contexto y de las necesidades informativas de su audiencia. Además, el tiempo permite construir una imagen pública, establecer rutinas informativas y generar confianza. Evaluar este aspecto ayuda a entender si la emisora cuenta con una base consolidada o si aún se encuentra en proceso de posicionamiento dentro del espacio comunicativo comunitario (Backhaus, 2023).}

Reconocimiento del medio en la comunidad: Se enfoca en la percepción que tienen los miembros de la comunidad sobre la emisora. En la dimensión trayectoria del medio, el reconocimiento implica que la población identifica al medio como una fuente válida, confiable y cercana. Este reconocimiento se construye con el tiempo, a partir de la calidad de sus contenidos, la relevancia de sus temas y la forma en que responde a las expectativas locales. Un medio con alta visibilidad y aceptación refuerza su presencia en el entorno y amplía su influencia. Por eso, este aspecto permite valorar el posicionamiento simbólico y social de la radio en su comunidad (Backhaus, 2023).

Constancia en la emisión de programas: Evalúa si el medio transmite sus contenidos de manera continua y sin interrupciones prolongadas. En la dimensión trayectoria del medio, la constancia en la programación es una muestra de compromiso, organización y responsabilidad con la audiencia. Una emisora que mantiene horarios regulares y ofrece contenidos de forma sostenida crea hábitos en sus oyentes, fortalece la fidelidad y asegura presencia en la vida diaria de la comunidad. En cambio, la inestabilidad o la falta de continuidad puede debilitar su credibilidad y hacer que el público pierda interés. Este indicador permite medir la solidez operativa del medio a lo largo del tiempo (Sharma & Gupta, 2024).

2.3.2.4.3 *Especialización del presentador.* Implica el grado de conocimiento o preparación que demuestra el conductor sobre los temas que aborda en sus emisiones. Renisyifa et al. (2022) afirman que cuando el presentador domina los contenidos y usa información clara y bien sustentada, la audiencia percibe mayor autoridad y competencia. Esta dimensión potencia la credibilidad del medio porque proyecta seguridad, reduce el margen de error y mejora la calidad informativa. En emisoras locales, donde no siempre hay profesionales formales, esta percepción puede surgir de la experiencia práctica o del trato directo con el entorno. Sus indicadores son:

Conocimiento demostrado sobre los temas tratados: Evalúa si el comunicador muestra dominio del contenido que presenta durante sus intervenciones. En la dimensión especialización del espectador, este aspecto permite determinar si sus mensajes se basan en información bien comprendida y no en repeticiones vacías o sin fundamento. Demostrar conocimiento aporta seriedad y fortalece la confianza de la audiencia, ya que evidencia preparación y responsabilidad. Además, permite desarrollar contenidos con mayor profundidad y precisión. Cuando el oyente percibe que el comunicador conoce bien el tema,

es más probable que lo tome en serio y lo considere una fuente válida. Por eso, este indicador es clave para medir su especialización (Nikkels et al., 2023).

Uso correcto de términos: Se refiere a la capacidad del comunicador para emplear un lenguaje apropiado y específico, sobre todo cuando aborda temas técnicos, políticos, sociales o culturales. En la dimensión especialización del espectador, el uso adecuado de términos refuerza la claridad del mensaje y muestra que el comunicador comprende lo que está transmitiendo. Además, evita confusiones o interpretaciones erróneas por parte del público. Un comunicador que maneja correctamente el vocabulario relacionado con el tema demuestra profesionalismo y preparación, aunque sea empírico. Este comportamiento también contribuye a elevar el nivel del discurso radial, ofreciendo a los oyentes contenidos más precisos y mejor elaborados (Sumaiya et al., 2022).

Seguridad al comunicar la información: Analiza si el comunicador transmite sus mensajes con firmeza, coherencia y sin vacilaciones que puedan reflejar desconocimiento o duda. En la dimensión especialización del espectador, la seguridad al hablar es un reflejo de preparación, dominio del contenido y confianza en lo que se dice. Cuando un comunicador proyecta seguridad, genera mayor credibilidad en la audiencia, ya que el oyente percibe un mensaje bien estructurado y confiable. Esta seguridad no solo impacta en la percepción del contenido, sino también en la imagen pública del comunicador. Evaluar este aspecto permite observar si su forma de hablar respalda su especialización temática (Nikkels et al., 2023).

2.3 Definición de términos básicos

Comunicación. Acero et al. (2024) mencionan que la comunicación a través del medio radial es un proceso clave en el periodismo, donde la objetividad juega un papel fundamental para llegar a la audiencia de manera efectiva.

Medio radial. De acuerdo a Del Valle & Carreño (2020), son canales de comunicación que utilizan ondas de radio para transmitir información, entretenimiento y otros contenidos a una audiencia amplia y diversa, a menudo en tiempo real y de manera accesible para personas de diferentes contextos y ubicaciones geográficas.

Objetividad. Tricárico (2023) menciona que es una forma de actuar que implica presentar información de manera imparcial y equilibrada, evitando sesgos y asegurando que los hechos sean presentados con precisión y transparencia.

Periodismo. Marín et al. (2020) menciona que es una actividad profesional que consiste en recolectar, verificar, interpretar y difundir información veraz sobre hechos de interés público. Su objetivo es informar a la sociedad, generar opinión y promover el debate, utilizando distintos formatos como prensa escrita, radio, televisión o medios digitales.

Audiencia. García & Hernández (2024) mencionan que es un grupo de personas que recibe y participa en un mensaje o contenido a través de diversos medios, como eventos, medios de comunicación, o plataformas digitales. Puede referirse tanto al público en general como a segmentos específicos según intereses o características comunes.

Credibilidad. Ovalle & Mejía (2022) afirman que es la cualidad que hace que una persona, fuente o información sea considerada confiable y digna de confianza. Se basa en la percepción de honestidad, competencia y consistencia en el comportamiento o en la presentación de los hechos.

Comunicadores empíricos. Ramírez et al. (2024) afirman que este tipo de comunicadores a menudo trabaja en medios locales o comunitarios, donde su comprensión de la realidad y las necesidades específicas de la audiencia puede ser un factor clave para su efectividad.

Percepción de público. Cabezuelo et al. (2023) afirman que es la percepción del público es la forma en que la audiencia entiende y valora la información presentada por los medios de comunicación.

Calidad del contenido. Carlosama & Restrepo (2022) mencionan que este término describe el nivel de excelencia y relevancia de la información que se presenta en los programas radiales.

Transparencia informativa. Es la práctica de los medios radiales de ser claros y abiertos sobre sus fuentes de información, métodos de investigación y cualquier posible conflicto de interés, la transparencia ayuda a fortalecer la confianza del público en la veracidad de la información (Sierra, 2022).

Ética profesional. Pérez et al. (2022) afirman que es un modo de actuar y pensar que incluye los principios y normas que guían el comportamiento de los comunicadores radiales en su labor, tales como la honestidad, la integridad y el respeto por la verdad.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Hipótesis de la investigación

3.1.1. *Hipótesis general*

Existe relación entre los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

3.1.2. *Hipótesis específicas*

Existe relación entre comunicadores empíricos y la veracidad del programa en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

Existe relación entre comunicadores empíricos y la trayectoria del medio en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024

Existe relación entre comunicadores empíricos y la especialización del presentador en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

3.2 Variables de investigación

3.2.1 *Identificación y definición*

VI: Comunicadores empíricos

De acuerdo con Tricárico (2023), son aquellos profesionales o individuos que, en lugar de basarse únicamente en teorías o principios preestablecidos, desarrollan y transmiten conocimientos a través de la observación directa, la experiencia personal y la experimentación en el campo de la comunicación; ya que su enfoque está orientado a la práctica y se nutre de la realidad cotidiana, recopilando datos y evidencias de situaciones reales para informar sus mensajes y estrategias. Estos comunicadores valoran la evidencia concreta sobre la abstracción teórica, adaptando sus técnicas y enfoques basados en lo que han aprendido directamente de sus experiencias y de la interacción con su audiencia.

V2: Credibilidad de los medios de comunicación

De acuerdo a Villafañe y Martín (2020), es la confianza que el público deposita en la veracidad, imparcialidad y calidad de la información que estos medios transmiten y se construye a lo largo del tiempo a través de una historia consistente de reportajes precisos, éticos y responsables. Los medios que se perciben como creíbles suelen verificar sus fuentes, evitar sesgos evidentes y corregir errores cuando es necesario, lo que les permite ganar y mantener la confianza de su audiencia, por lo que, sin credibilidad, el impacto y la influencia de un medio se ven significativamente disminuidos.

3.2.2 Operacionalización de las variables

Tabla 1:

Matriz de operacionalización de la variable comunicadores empíricos radiales

Variable 1: Comunicadores empíricos				
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos Índice
Habilidad comunicativa	Claridad en la expresión oral durante las transmisiones radiales	1 a 3	Ordinal	Totalmente en desacuerdo = 1 En desacuerdo = 2 Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3 De acuerdo = 4 Totalmente de acuerdo = 5
	Uso adecuado del lenguaje según el público al que se dirige			
	Coherencia del contenido emitido			
Influencia social	Capacidad para generar opinión en los oyentes sobre temas locales	4 a 6		
	Nivel de credibilidad percibido por la audiencia			
	Frecuencia con la que su opinión es replicada en el entorno comunitario			
Compromiso	Presencia activa del comunicador en eventos o espacios comunitarios	7 a 9		
	Frecuencia con la que aborda temas de interés local en sus emisiones			
	Iniciativas impulsadas por el comunicador para resolver problemas de su comunidad			

Tabla 2:

Matriz de operacionalización de la variable credibilidad de los medios de comunicación radiales

Variable 2: Credibilidad de los medios de comunicación radiales				
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos Índice
Veracidad del programa	Información basada en hechos reales	1 a 3	Ordinal	Total, mente en desacuerdo = 1 En desacuerdo = 2 Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3 De acuerdo = 4 Totalmente de acuerdo = 5
	Coincidencia entre lo dicho y lo que ocurre en la realidad			
	Ausencia de datos falsos o exagerados			
Trayectoria del medio	Años de funcionamiento del medio radial	4 a 6		
	Reconocimiento del medio en la comunidad			
	Constancia en la emisión de programas			
Especialización del presentador	Conocimiento demostrado sobre los temas tratados	7 a 9		
	Uso correcto de términos y conceptos			
	Seguridad al comunicar la información			

3.3 Métodos de investigación

Este estudio se basará en un enfoque cuantitativo, ya que busca recolectar, analizar y medir datos numéricos con el fin de contrastar posibles relaciones entre los comunicadores empíricos y los medios de comunicación radiales. Este tipo de enfoque permite reconocer patrones, estimar promedios y extender los resultados a grupos más amplios. Para ello, se utilizarán cuestionarios estructurados dirigidos a los estudiantes (Mason, 2021).

Se adoptará el método hipotético-deductivo, el cual es un enfoque científico de inferencia que se opone al verificacionismo y sigue un patrón cíclico que incluye varios pasos: identificación del problema, formulación del problema, creación de una hipótesis que pueda ser probada, recolección y análisis de datos, así como interpretación de los resultados. El propósito principal de este método es poner a prueba una teoría (Arbulú, 2023).

3.4 Tipo, nivel y diseño de investigación

Tipo: La investigación adopta una metodología de tipo básica, debido a que los resultados obtenidos servirán como base teórica para futuras investigaciones. Al respecto Arias y Covinos (2021) manifiesta que esta forma de investigación, es también conocida como una investigación pura, debido a que no tiene como objetivo resolver problemas inmediatos, sino que proporciona una base teórica para otros tipos de investigaciones.

Nivel: De acuerdo a la naturaleza de la investigación se adopta un nivel correlacional, dado que describirá la relación con respecto a los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales, bajo una nueva realidad problemática. En ese sentido Arias & Covinos (2021) sostiene que el principal objetivo de este estudio es entender el comportamiento de una variable en función de otra variable.

Diseño: Esta investigación se enmarca en un enfoque no experimental, lo que implica que no se llevará a cabo ninguna manipulación de las variables de estudio. En cambio, se centrará en observar la muestra en su entorno natural para derivar conclusiones a partir de estas observaciones. En relación a ello Arias & Covinos (2021) manifiesta que este tipo de diseño, las variables de estudio no se someten a estímulos o condiciones experimentales específicas. Los sujetos del estudio son evaluados en su entorno natural sin alterar ninguna situación, y tampoco se manipulan las variables de estudio.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

Se entiende por población de un estudio al conjunto total de individuos, elementos o unidades que poseen características comunes y sobre los cuales se busca extender las conclusiones de la investigación (Casteel & Bridier, 2021). Bajo este contexto, la población está conformada por 34596 personas de entre 18 y 70 años que residen en la ciudad de Atalaya, provincia de Atalaya, departamento de Ucayali, proyectadas para el año 2024. Esta estimación parte de los 32272 adultos registrados en 2021 (Censo de población Perú, 2021), proyectados a 2024 mediante una tasa de crecimiento compuesto promedio del 2,5 % anual, siguiendo fuentes demográficas utilizadas en estudios similares (INEI, 2024):

$$P_{2024} = 32\,272 \times (1 + 0,025)^3 = 34596$$

De este modo, la población adulta estimada para el año 2024 ascendió a 34596 personas, las cuales constituyen el universo de estudio para esta investigación, dado que se busca analizar la percepción de los oyentes adultos sobre la credibilidad de los medios de comunicación radiales en dicha ciudad.

3.5.2 Muestra

Condori (2020) lo define como una porción o subgrupo de la población que comparten características similares a las de la población en su conjunto. Esta muestra se elige cuidadosamente para reflejar de manera precisa las características generales de la población de interés. En ese sentido la muestra esta conformada por 380 ciudadanos de la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

Para la determinación de la muestra se utilizó la siguiente formula

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

n: Muestra

N: Población

e: margen de error

Z: Nivel confianza

3.5.3 Muestreo

El muestreo es probabilístico y de tipo aleatorio simple. Así, cada una de las 34 596 personas mayores de 18 años que residen en la Ciudad de Atalaya, Ucayali, tiene la misma oportunidad de ser seleccionada para participar en el estudio. Para ello, se elaborará un listado de personas adultas, extraído de registros oficiales locales o mediante empadronamiento, y se utilizará un generador de números aleatorios para definir la muestra final. El procedimiento se realizará bajo un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %, lo que permite obtener una muestra representativa y minimizar sesgos. Esta estrategia garantiza que los resultados obtenidos reflejen de forma precisa las características de la población objetivo (Carhuancho et al., 2019).

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

La investigación adopta como técnica la encuesta, la misma que es definida como un método de investigación utilizado para recopilar información o datos sobre un tema específico al formular preguntas estandarizadas a una muestra representativa de personas. Estas preguntas pueden ser abiertas o cerradas y se diseñan para obtener respuestas que ayuden a comprender opiniones, actitudes, creencias, comportamientos (Feria et al.; 2020).

Instrumentos

En cuanto al instrumento, la investigación pretende utilizar el cuestionario, el mismo que es definido Feria et al (2020) como una herramienta esencial en la investigación y las encuestas, ya que permite recopilar datos de manera sistemática y obtener información valiosa sobre actitudes, opiniones, creencias y comportamientos de los participantes.

Validez del instrumento

Tabla 3:

Validación de juicio de expertos

Nº Ord	Apellidos y nombres	Puntaje	Valoración
1	Dra. Sanga Coarite Brenda Gabriela	43	Válido, aplicar
2	Mg. Castillo Chávez Luis Manuel	50	Válido, aplicar
3	Mg. Cruzado Bernal Carlos Alberto	50	Válido, precisar

Fuente: Ficha de validación de los expertos.

Confiabilidad del instrumento

Tabla 4:

Confiabilidad de la variable comunicadores empíricos

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.862	9

Fuente: Datos del estudio piloto.

El valor obtenido del análisis de confiabilidad mediante el índice de alfa de Cronbach es de 0,862, eventualidad que indica que el instrumento presenta una buena consistencia interna, y es confiable para su uso.

Tabla 5:*Confiabilidad de la variable credibilidad de los medios*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.873	9

Fuente: Datos del estudio piloto

En la tabla 5 se observa el valor obtenido del análisis de confiabilidad mediante el índice de alfa de Cronbach es de 0,873, eventualidad que indica que el instrumento presenta una buena consistencia interna, y es confiable para su uso.

3.7 Técnicas de procesamiento de datos

Respecto a las técnicas a utilizar para el procesamiento y estudio de datos, se utilizarán tanto estadísticas descriptivas como inferenciales. En la parte descriptiva, se empleará Excel para procesar los datos recolectados a través de encuestas, con el fin de responder al primer y segundo objetivo específico. Este análisis permitirá obtener frecuencias y porcentajes según los niveles alto, medio y bajo de cada variable: comunicadores empíricos y credibilidad de los medios de comunicación radiales. Este procedimiento ofrece una visión clara de los patrones y características predominantes en la población estudiada.

En cuanto a la estadística inferencial, se aplicará para responder al tercer, cuarto y quinto objetivo específico. Los datos serán procesados utilizando el software SPSS. Se aplicará la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov, dado que la muestra estimada será de 380 personas mayores de edad residentes en Atalaya. De acuerdo al resultado, los datos no presentan normalidad, por lo que se empleó la correlación Rho de Spearman, como técnica no paramétrica.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 Descripción de los resultados

Tabla 6

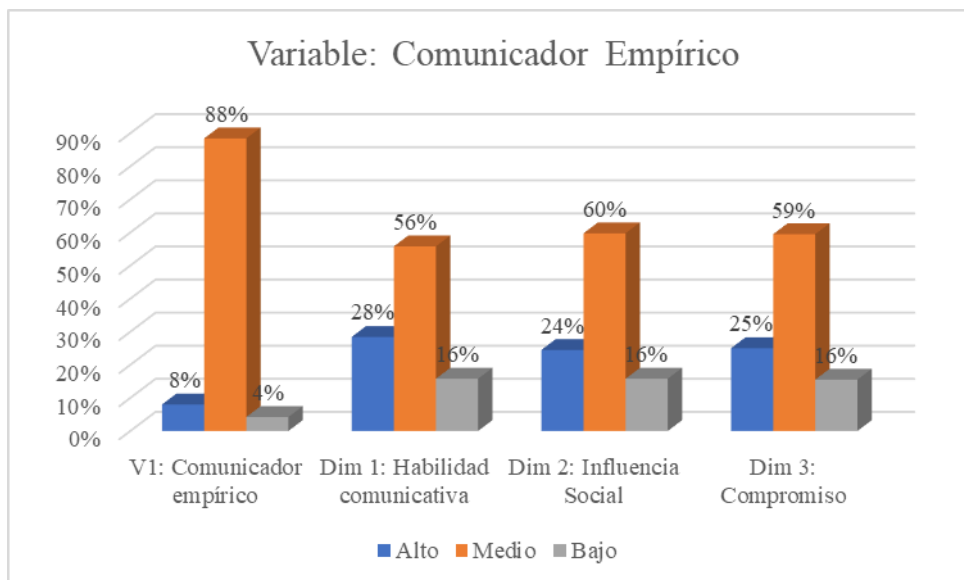
Nivel de influencia de los comunicadores empíricos

	Comunicador empírico		Habilidad comunicativa		Influencia Social		Compromiso	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Alto	28	8%	108	28%	93	24%	95	25%
Medio	336	88%	212	56%	227	60%	226	59%
Bajo	16	4%	60	16%	60	16%	59	16%
Total	380	100%	380	100%	380	100%	380	100%

Fuente: Base de datos del estudio

Figura 1:

Nivel de influencia de comunicadores empíricos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 6, la variable “Comunicador empírico” presenta que un 8 % de los casos se ubica en nivel Alto, un 88 % en nivel Medio y un 4 % en nivel Bajo. Este resultado indica que la mayoría de los comunicadores empíricos ejerce una influencia

moderada en la percepción de credibilidad de los medios radiales, mientras que solo una pequeña proporción destaca de manera significativa. La escasa representación en Bajo sugiere niveles mínimos de desapego, pero conviene fortalecer estrategias para potenciar su visibilidad y autoridad profesional.

En la dimensión “Habilidad comunicativa” se observa que un 28 % de los comunicadores empíricos alcanza un nivel Alto, un 56 % se sitúa en Nivel Medio y un 16 % en Nivel Bajo. Este patrón revela que más de la mitad demuestra un manejo adecuado de la expresión y transmisión de ideas, aunque menos de un tercio destaca significativamente. La proporción en nivel Bajo aconseja implementar talleres específicos de oratoria y escucha activa para asegurar que la totalidad de los profesionales domine eficientemente los recursos comunicativos.

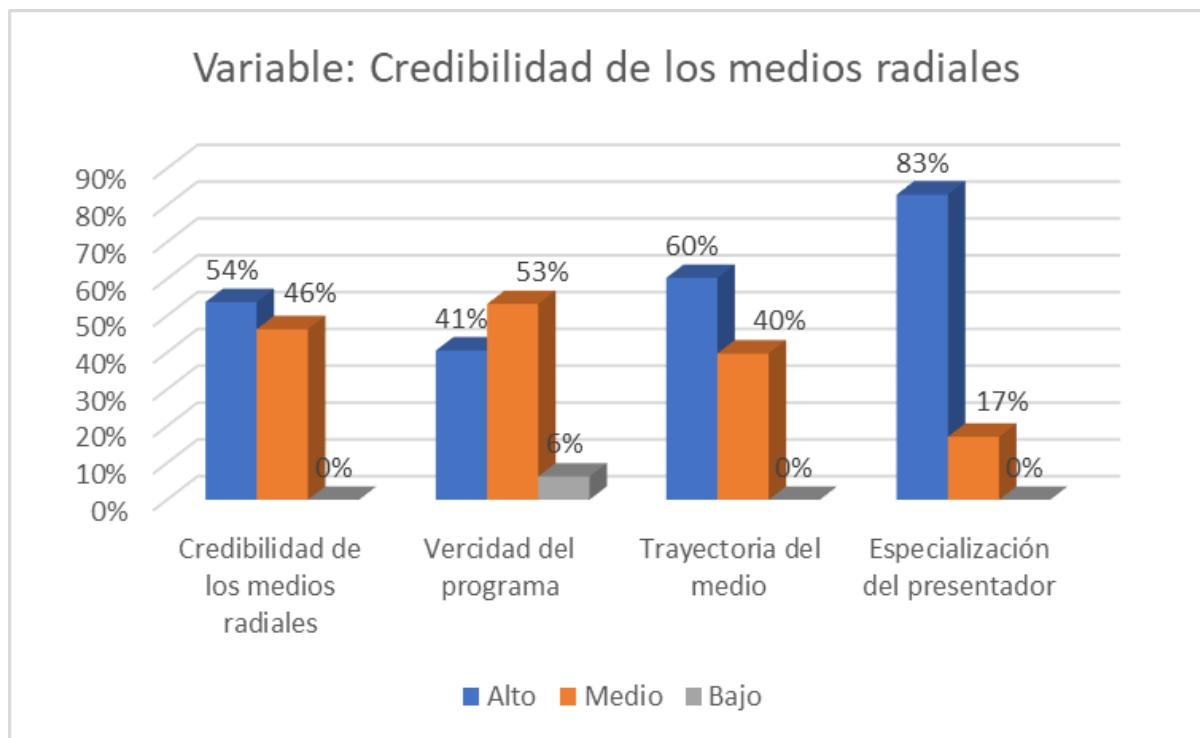
En la dimensión “Influencia social”, un 24 % de los comunicadores empíricos se ubica en Alto, un 60 % en Medio y un 16 % en Bajo. Este resultado evidencia que la mayoría mantiene una influencia moderada en sus audiencias, aunque casi una cuarta parte alcanza niveles superiores. La representación en Bajo resalta la necesidad de reforzar la construcción de redes y presencia en comunidades locales. Para incrementar la autoridad social es pertinente diseñar espacios de interacción comunitaria que fortalezcan el vínculo y la confianza.

En la dimensión “Compromiso” se identifica que un 25 % de los comunicadores empíricos alcanza el nivel Alto, un 59 % se ubica en Nivel Medio y un 16 % en Nivel Bajo. Este patrón sugiere que la mayoría muestra dedicación consistente hacia la credibilidad radial, mientras que un cuarto sobresale por su entrega. La presencia de un porcentaje en Bajo indica oportunidad de motivar con incentivos formativos y de reconocimiento profesional. Fortalecer procesos de mentoría y evaluación participativa podría elevar el grado de compromiso en toda la muestra.

Tabla 7*Nivel de credibilidad de los medios de comunicación radiales*

	Credibilidad de los medios de comunicación radiales		Veracidad del programa		Trayectoria del medio		Especialización del presentador	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Alto	204	54%	154	41%	229	60%	315	83%
Medio	176	46%	202	53%	151	40%	65	17%
Bajo	0	0%	24	6%	0	0%	0	0%
Total	380	100%	380	100%	380	100%	380	100%

Fuente: Base de datos

Figura 2*Nivel de Confiabilidad de los medios de comunicación radiales***Interpretación**

De acuerdo con la tabla 7, la variable “Credibilidad de los medios radiales” muestra que un 54 % de las percepciones se sitúa en nivel Alto y un 46 % en nivel Medio, sin registros en Bajo. Este patrón indica que la mayoría confía de forma sólida en las emisoras, aunque casi

la mitad aprecia cierto margen de mejora. La ausencia de calificaciones bajas evidencia una base consistente de credibilidad, pero el equilibrio entre Alto y Medio sugiere diseñar estrategias que refuercen la confianza plena de toda la audiencia.

En la dimensión “Veracidad del programa” un 41 % de las valoraciones corresponde a Alto, un 53 % a Medio y un 6 % a Bajo. Estos resultados reflejan que más de la mitad de la audiencia percibe los contenidos como fiables, aunque existe un segmento con dudas y un pequeño porcentaje que cuestiona la exactitud de la información. Es imprescindible fortalecer la calidad informativa y la transparencia en la selección de fuentes, de modo que se reduzcan los niveles de desconfianza y se consolide una reputación intachable.

En la dimensión “Trayectoria del medio” se observa que un 60 % de las opiniones valora con Alto, un 40 % con Medio y no hay registros en Bajo. Este hallazgo evidencia que la mayoría reconoce la trayectoria histórica de las emisoras como pilar de credibilidad, aunque una parte aún percibe espacio de mejora. La inexistencia de respuestas bajas resalta la confianza acumulada a lo largo del tiempo, sugiriendo aprovechar esa experiencia consolidada para innovar en formatos y contenidos que mantengan y amplíen el prestigio ante nuevas audiencias.

Por último, en la dimensión “Especialización del presentador” un 83 % de los encuestados otorga nivel Alto, un 17 % nivel Medio y no se registran valoraciones en Bajo. Esto demuestra una valoración muy positiva de la preparación y el conocimiento de los conductores, lo cual potencia significativamente la credibilidad del medio. La ausencia de percepciones bajas refuerza la eficacia de la capacitación profesional, pero la proporción intermedia invita a promover formación continua y especializaciones temáticas que afirmen aún más la confianza de los oyentes.

4.2 Constratación de hipótesis

Prueba de Normalidad

Se utilizó la prueba de Kolmogoróv Smirnov, dado que la muestra fue de 380, con un nivel de significancia de 0.05:

Planteamiento de hipótesis:

H₀= Los datos presentan una distribución normal.

H_a= Los datos no presentan una distribución normal.

Regla de decisión:

Si $p < 0.05$, se rechaza la H_0 y se acepta la H_a .

Si $p \geq 0.05$, se rechaza la H_a y se acepta la H_0 .

Tabla 8*Prueba de Normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
V1: Comunicadores empíricos	0.065	380	0.001
V2: Credibilidad de medios radiales	0.086	380	0.000

Según la tabla 8 los valores de significancia son 0.001 para Comunicadores empíricos y 0.000 para la variable credibilidad de medios radiales, teniendo una significancia menor al 0.05. Esto indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, concluyéndose que los datos no presentan una distribución normal, para contrastar la hipótesis de investigación se empleó la prueba no paramétrica de Rho de Spearman.

Prueba de Correlación**Tabla 9***Prueba de correlación*

	Veracidad del programa	Trayectoria del medio	Especialización del presentador	Credibilidad de medios de comunicación radiales
Comunicador empírico	-0.015	-0.097	-0.018	-0.075
	Negativa muy débil	Negativa muy débil	Negativa muy débil	Negativa muy débil

De acuerdo con la prueba de correlación presentada en la tabla 9, los coeficientes muestran relaciones negativas muy débiles entre la variable comunicador empírico y las dimensiones de credibilidad de medios radiales. En particular, la correlación con veracidad del programa es de $-0,015$, con trayectoria del medio $-0,097$ y con especialización del

presentador $-0,018$, todas calificadas como negativas muy débiles. Asimismo, la asociación global entre comunicador empírico y credibilidad de los medios radiales arroja un coeficiente de $-0,075$, lo que confirma la inexistencia de un vínculo lineal relevante. Estos resultados indican que no existe una relación significativa entre el desempeño de comunicadores empíricos y la percepción de credibilidad radial.

Prueba de hipótesis

General

HG: Existe relación entre los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

H0: No existe relación entre los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

Tabla 10

Correlación entre Comunicador empírico y credibilidad de medios de comunicación radiales

Variables	Credibilidad de medios de comunicación radiales
Comunicador empírico	Correlación de Spearman
	-0.075
	Sig. (bilateral)
	0.143
	N
	380

En la tabla 10 se presenta la correlación entre el comunicador empírico y la credibilidad de los medios de comunicación radiales. Se obtuvo un valor de -0.075 , lo que indica una correlación negativa muy débil entre ambas variables. El valor de significancia bilateral fue de 0.143 , superior al nivel crítico de 0.05 , por lo que no se evidencia una relación estadísticamente significativa. Por tanto, se rechaza la hipótesis de correlación significativa entre las variables.

Hipótesis específica 1

H1: Existe relación entre comunicadores empíricos y la veracidad del programa en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

H0: No existe relación entre comunicadores empíricos y la veracidad del programa en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

Tabla 11

Correlación entre comunicador empírico y veracidad del programa

Variables	Veracidad del programa
Comunicador empírico	Correlación de Spearman
	-0.015
	Sig. (bilateral)
	0.769
	N
	380

En la tabla 11 se muestra la correlación entre el comunicador empírico y la veracidad del programa. El coeficiente de correlación de Spearman fue de -0.015, lo que indica una relación prácticamente nula y negativa entre ambas variables. Además, el valor de significancia bilateral fue de 0.769, muy superior al umbral de 0.05, lo que confirma que no existe una relación estadísticamente significativa. Por tanto, se rechaza la hipótesis de que exista correlación entre el comunicador empírico y la veracidad del programa.

Hipótesis específica 2

H2: Existe relación entre comunicadores empíricos y trayectoria del medio en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

H0: No existe relación entre comunicadores empíricos y trayectoria del medio en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

Tabla 12*Correlación entre comunicadores empíricos y trayectoria del medio*

Variables		Trayectoria del medio
Comunicador empírico	Correlación de Spearman	-0.097
	Sig. (bilateral)	0.059
	N	380

En la tabla 12 se observa la correlación entre el comunicador empírico y la trayectoria del medio. El coeficiente de correlación de Spearman fue de -0.097, lo que indica una correlación negativa muy débil entre ambas variables. El valor de significancia bilateral fue de 0.059, ligeramente superior al nivel de significancia de 0.05, por lo que no se puede afirmar una relación estadísticamente significativa. En consecuencia, se rechaza la hipótesis de correlación significativa entre el comunicador empírico y la trayectoria del medio.

Hipótesis específica 3

H3: Existe relación entre comunicadores empíricos y la especialización del presentador en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

H0: No existe relación entre comunicadores empíricos y la especialización del presentador en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.

Tabla 13*Correlación entre el comunicador empírico y la especialización del presentador*

Variables		Especialización del presentador
Comunicador empírico	Correlación de Spearman	-0.018
	Sig. (bilateral)	0.728
	N	380

En la tabla 13 se observa la correlación entre el comunicador empírico y la especialización del presentador. El coeficiente de correlación de Spearman fue de -0.018, lo

que indica una correlación negativa muy débil entre ambas variables. El valor de significancia bilateral fue de 0.728, ligeramente superior al nivel de significancia de 0.05, por lo que no se puede afirmar una relación estadísticamente significativa. En consecuencia, se rechaza la hipótesis de correlación significativa entre el comunicador empírico y la especialización del presentador.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

El objetivo general consistió en determinar la relación entre los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024. Los resultados mostraron una correlación general negativa y no significativa ($r = -0.075$, $p = 0.209$), lo que implicó que no existió relación estadísticamente relevante entre ambas variables. En consecuencia, se aprobó la hipótesis nula (H_0) que planteaba la ausencia de relación entre comunicadores empíricos y credibilidad. Esta discusión se fundamenta en la Teoría del Periodismo de Proximidad, la cual sostiene que la legitimidad de los emisores surge de su vínculo con la comunidad más que de su formación académica (De León et al., 2023). Asimismo, el estudio de Mamani (2024) en Tacna evidenció que la influencia del periodista ciudadano sobre la percepción pública puede ser moderada o nula, dependiendo de las dimensiones analizadas, lo que refuerza la comparación de contextos nacionales y locales.

En este contexto, los hallazgos generales favorecen la reflexión sobre cómo la práctica empírica sin formación reglada no garantiza un incremento en la confianza del público. El resultado negativo repercute en la necesidad de revisar los procesos de verificación y profesionalización en emisoras comunitarias. En Atalaya, los comunicadores tienen un vínculo de familiaridad con la audiencia más que la objetividad del contenido, debido a su cercanía como vecinos y tener figura comunitaria. Su participación activa en la vida comunitaria, su presencia en espacios públicos y el uso de un lenguaje coloquial refuerzan esta proximidad, lo que hace que la población los califique como voces reconocidas aun sin formación profesional en comunicación.

Según la Teoría del Profesionalismo Periodístico de Glasser y Ettema (1996), el compromiso ético y la adhesión a estándares profesionales son más determinantes para la credibilidad que la cercanía geográfica o cultural. De manera similar, Guo et al. (2024) demostraron que las expectativas de precisión no se cumplen en muchos contextos mediáticos, generando una brecha expectativa-evaluación que reduce la percepción de credibilidad ($\beta = -0.16$, $p < .001$). Este antecedente internacional favorece la interpretación de por qué, en Atalaya, la simple presencia de comunicadores empíricos no potencia la confianza en la radio.

La Teoría de la Disonancia Cognitiva de Festinger permite comprender por qué los comunicadores empíricos en Atalaya mantienen aceptación aun cuando su información no

siempre es verificada. Muchos oyentes reducen la disonancia apoyando al comunicador por afinidad emocional, cercanía comunitaria o identificación cultural, lo que genera una sensación de coherencia interna que disminuye el cuestionamiento crítico del contenido. Sin embargo, esta elección afectiva influye negativamente en la credibilidad de las radios, pues cuando surge información imprecisa, el público tiende a justificar al comunicador y responsabilizar a la emisora, debilitando la confianza institucional.

En relación con el primer objetivo específico, los datos descriptivos mostraron que el 88% de los participantes percibió un nivel medio de influencia, mientras el 7% lo calificó como alto y el 4% como bajo. Este patrón respalda la Teoría del Periodismo de Proximidad, la cual sostiene que la legitimidad práctica proviene de la cercanía comunitaria más que de la formación profesional (De León et al., 2023). Sin embargo, también se articula con la Teoría de la Disonancia Cognitiva, pues los oyentes tienden a aceptar información que coincide con sus vínculos afectivos con el comunicador, aun cuando esta no haya sido verificada adecuadamente.

Asimismo, la disonancia cognitiva ayuda a explicar por qué la influencia percibida es moderada, ya que el público de Atalaya reduce tensiones internas priorizando la afinidad emocional sobre la rigurosidad informativa. Este proceso lleva a justificar posibles imprecisiones del comunicador empírico, mientras se transfiere la responsabilidad a la emisora, afectando la credibilidad institucional. Dicho fenómeno coincide con Mamani (2024), quien evidenció que el periodista ciudadano puede tener impacto moderado en funciones informativas, especialmente cuando la audiencia privilegia la identificación comunitaria por encima de la evaluación crítica del contenido.

Para el segundo objetivo, el análisis reveló que el 59% de los oyentes otorgó un nivel medio de credibilidad a la radio local, mientras que solo el 25% la consideró alta y el 16% baja. Este comportamiento muestra que, aunque la audiencia reconoce cierto esfuerzo informativo, persisten dudas relacionadas con la veracidad, la rigurosidad y la calidad narrativa. En este sentido, la Teoría de la Disonancia Cognitiva de Festinger permite comprender cómo las discrepancias entre lo que el público espera de un medio y lo que realmente recibe generan tensiones internas que impulsan al oyente a cuestionar, rechazar o distanciarse del contenido transmitido (Parra et al., 2021).

Asimismo, esta teoría resulta especialmente pertinente en el contexto de Atalaya, donde parte de la audiencia suele aceptar información basada más en la afinidad emocional con el comunicador que en la verificación objetiva de los hechos. Tal identificación reduce el

esfuerzo crítico y favorece la aceptación automática de mensajes no contrastados, lo cual termina afectando la credibilidad general de las emisoras locales. De acuerdo con Oliveira y Marrero (2025), factores como la imparcialidad percibida y la calidad en el contraste de fuentes influyen significativamente en la confianza mediática, por lo que fortalecer los protocolos de verificación y la transparencia editorial se vuelve fundamental para consolidar la credibilidad radial.

En relación al tercer objetivo específico, que fue determinar la relación entre los comunicadores empíricos y la veracidad del programa radial, los resultados evidenciaron una correlación negativa muy baja y no significativa ($\rho = -0.015$; $p = 0.838$), lo que implicó que no existió relación estadísticamente relevante entre ambas variables. En consecuencia, se aceptó la hipótesis nula, que planteaba que no existe relación entre comunicadores empíricos y la veracidad percibida del programa. Este hallazgo se puede explicar desde la teoría de la disonancia cognitiva de Festinger, la cual sostiene que cuando el oyente percibe incongruencia entre su expectativa informativa y el contenido recibido, se genera rechazo o pérdida de confianza (Parra et al., 2021; Vivas & Tapia, 2022).

En el contexto de Atalaya, esta teoría permite explicar por qué la cercanía afectiva con los comunicadores empíricos no se traduce necesariamente en una percepción elevada de veracidad. Muchos oyentes aceptan información por afinidad emocional, familiaridad o identificación comunitaria, incluso cuando no ha sido verificada adecuadamente. No obstante, cuando el contenido carece de rigor argumentativo o presenta inconsistencias, se produce disonancia y el público tiende a desconfiar del programa, aunque mantenga simpatía hacia el comunicador. La ausencia de formación académica provoca que los discursos carezcan de contrastes adecuados y rigor argumentativo, lo cual favorece la percepción de poca veracidad en los mensajes emitidos, incluso si el comunicador es cercano o popular.

Este resultado se vincula con el antecedente de Montero (2024), quien analizó medios comunitarios en zonas rurales de Perú y concluyó que la independencia editorial y el uso de fuentes diversas fueron más influyentes en la percepción de veracidad que la popularidad del locutor. En ese estudio, la carencia de criterios técnicos impactó negativamente en la evaluación que hacía la audiencia sobre la veracidad de los contenidos. En ese orden de ideas, aunque los comunicadores empíricos poseen legitimidad práctica y cercanía con su público, estas cualidades no compensan la falta de formación profesional. Según la teoría del profesionalismo periodístico (Glasser & Ettema, 1996), la veracidad de la información requiere de competencias éticas y técnicas, que rara vez están presentes en comunicadores

empíricos sin entrenamiento formal (Hanusch & Löhmann, 2022). Por lo tanto, se concluye que la simple práctica empírica no potencia la percepción de veracidad ni garantiza confianza en el contenido informativo.

Respecto al cuarto objetivo específico, que consistió en determinar la relación entre los comunicadores empíricos y la trayectoria del medio radial, los resultados indicaron una correlación negativa baja y no significativa ($\rho = -0.097$; $p = 0.059$). Por lo tanto, se aceptó la hipótesis nula H4, que sostenía que no existe relación entre la presencia de comunicadores empíricos y la trayectoria del medio. Este hallazgo refleja que el tiempo de funcionamiento de la emisora no genera necesariamente una percepción sólida de credibilidad si la figura del comunicador carece de preparación técnica. En este contexto, la teoría del profesionalismo periodístico plantea que la legitimidad y la confianza se construyen no solo con experiencia, sino con la adhesión a estándares éticos y competencias formales (Hanusch & Löhmann, 2022). En consecuencia, se demuestra que la antigüedad del medio no favorece la valoración del contenido si el perfil del comunicador empírico no garantiza calidad ni rigor informativo.

Este resultado se relaciona con el estudio de Ruiz (2023), quien en su análisis de medios en Tumbes concluyó que la trayectoria institucional no garantizaba mayor credibilidad, a menos que existiera diversidad de fuentes y transparencia editorial. En ese sentido, la audiencia no asocia los años de emisión con calidad informativa si percibe que los contenidos carecen de análisis, profundidad o contrastación. Por otro lado, esta situación se agrava cuando los comunicadores empíricos dominan la producción sin una estructura formativa clara. Según la teoría del periodismo de proximidad, la cercanía puede generar atención o conexión con la audiencia, pero no necesariamente confianza cuando el contenido es percibido como superficial o tendencioso (Martín-Barbero, 2002; De León et al., 2023). En ese orden de ideas, se evidencia que la trayectoria del medio no potencia la percepción de credibilidad cuando el personal a cargo de la información no cuenta con respaldo académico ni profesional.

Asimismo, la Teoría de la Disonancia Cognitiva de Festinger permite comprender cómo, en Atalaya, los oyentes aceptan información por afinidad con el comunicador aunque esta no esté verificada, lo que influye directamente en la credibilidad radial. Cuando la audiencia siente cercanía emocional o comunitaria, tiende a reducir la tensión interna justificando mensajes poco rigurosos, pero cuando surgen inconsistencias, la disonancia genera dudas que afectan la valoración del medio. De este modo, la simpatía hacia el emisor no compensa la falta de precisión informativa ni fortalece la percepción de credibilidad.

En relación al quinto objetivo específico, que fue determinar la relación entre los comunicadores empíricos y la especialización del presentador en la credibilidad de los medios radiales, los resultados evidenciaron una correlación negativa muy baja y no significativa ($\rho = -0.018$; $p = 0.806$). Por lo tanto, se aceptó la hipótesis nula H5, la cual sostenía que no existe relación entre el nivel de especialización del presentador empírico y la credibilidad percibida. Esta ausencia de vínculo indica que la audiencia no asocia necesariamente la especialización empírica con la confianza informativa. En este contexto, la teoría de la disonancia cognitiva (Festinger, 1957) sugiere que los oyentes tienden a rechazar contenidos que no encajan con sus expectativas cognitivas sobre profundidad, análisis o neutralidad (Parra et al., 2021; Vivas & Tapia, 2022). La falta de preparación formal provoca que el presentador no domine técnicas de argumentación ni criterios editoriales, lo que origina desconfianza, incluso si el comunicador es reconocido o cercano.

También, la Teoría de la Disonancia Cognitiva de Festinger permite entender por qué, en Atalaya, la supuesta especialización empírica no incrementa la credibilidad radial. Aunque algunos oyentes sienten afinidad con el presentador por su cercanía comunitaria, la falta de verificación y profundidad genera incongruencias entre lo que esperan y lo que reciben, provocando rechazo y desconfianza. De ese modo, el público reduce la disonancia aceptando al comunicador como figura cercana, pero cuestiona el contenido, lo que debilita la percepción de credibilidad del medio.

Este resultado guarda relación con el antecedente de Chávez Villalva (2024), quien estudió emisoras en Ayacucho y concluyó que la calidad de contraste de fuentes y la claridad en la exposición eran factores más valorados por la audiencia que la especialización temática del locutor. La investigación mostró que los oyentes reconocen la especialización cuando está acompañada de profundidad y verificación, no solo de experiencia práctica. En este sentido, la teoría del profesionalismo periodístico refuerza que el dominio temático debe articularse con una formación ética y técnica para generar credibilidad (Hanusch & Löhmann, 2022). Por tanto, el comunicador empírico, aunque especializado por la práctica, no genera un impacto en la percepción pública si no respalda su discurso con herramientas formales. En consecuencia, la especialización sin base académica no favorece la confianza del oyente, lo que reafirma la importancia de la profesionalización en medios locales.

En reflexión final, la investigación generó una comprensión más profunda de las dinámicas entre comunicadores empíricos y credibilidad radial. Aunque se esperaba que la cercanía y la práctica empírica fomentaran la confianza, los resultados pasados demostraron

que sin un marco ético y profesional sólido estas prácticas no mejoran la percepción pública. Este estudio provoca una invitación a fortalecer la capacitación, la regulación y los códigos de ética en medios comunitarios, para que el potencial de los comunicadores empíricos pueda realmente desarrollarse y generar confianza.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones:

6.1.1 Con respecto al objetivo general, se concluye que, aunque los comunicadores empíricos presentan en su mayoría una influencia media y las emisoras radiales alcanzan niveles de credibilidad entre medio y alto, no existe relación estadísticamente significativa entre ambas variables. La correlación global fue $r = -0,075$ ($p = 0,143$), por lo que se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis general de investigación sobre dicha relación.

6.1.2 Con respecto al objetivo específico 1, se determinó que la variable comunicadores empíricos se ubica predominantemente en un nivel de influencia media (88 %), con escasa presencia de niveles altos y bajos. Sus dimensiones también se concentran en rangos medios. Esto evidencia que los comunicadores empíricos inciden moderadamente en la construcción de credibilidad radial, pero aún carecen de un liderazgo comunicacional suficientemente sólido para consolidar una confianza más robusta.

6.1.3 Con el objetivo específico 2, se concluye que la credibilidad de los medios de comunicación radiales es percibida, en general, entre niveles alto (54 %) y medio (46 %), sin registros en bajo. A nivel de dimensiones, destacan la trayectoria del medio y la especialización del presentador, mientras la veracidad del programa muestra algunos focos de duda. En conjunto, la audiencia reconoce una credibilidad radial consistente, pero todavía perfectible frente al desempeño de los comunicadores empíricos.

6.1.4 El objetivo específico 3, presenta la relación con la veracidad del programa, la correlación entre comunicadores empíricos y esta dimensión resultó $r = -0,015$ ($p = 0,769$), negativa muy débil y estadísticamente no significativa. Por ello se acepta la hipótesis nula que plantea que no existe relación entre comunicadores empíricos y veracidad del programa. La credibilidad radial en términos de veracidad parece depender más de rutinas editoriales y controles informativos que del carácter empírico del comunicador.

6.1.5 Con respecto al objetivo específico 4, se obtuvo una correlación $r = -0,097$ ($p = 0,059$), también negativa muy débil y sin significancia estadística. En consecuencia, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis específica que suponía relación entre comunicadores empíricos y trayectoria del medio. La credibilidad radial asociada a la historia y permanencia

de las emisoras proviene principalmente del prestigio institucional acumulado, más que de la práctica empírica de los comunicadores.

6.1.6 Por último, el objetivo 5, en cuanto a la especialización del presentador, pese a que el 83 % de la audiencia la valora en nivel alto, la correlación con los comunicadores empíricos fue $r = -0,018$ ($p = 0,728$), negativa muy débil y no significativa. Se acepta, por tanto, la hipótesis nula que indica ausencia de relación. La credibilidad radial derivada de la especialización temática no se explica por el carácter empírico del comunicador, sino por otros factores editoriales y profesionales del medio.

6.2 Recomendaciones:

6.2.1 Se recomienda a los concesionarios y propietarios de las emisoras de radios a promover programas básicos de capacitación para comunicadores empíricos que alquilan los espacios para sus programas. Dado que en Atalaya no existe empresa de comunicación formalizados, la formación puede darse mediante talleres o apoyo con el apoyo de instituciones públicas, con la finalidad de fortalecer las habilidades técnicas y éticas, que ayuden a mejorar la credibilidad informativa.

6.2.2 Asimismo, a los comunicadores empíricos se sugiere, que antes de difundir contenidos, tomen responsabilidad de manera autónoma o colectiva de verificación. Si bien los propietarios no cuentan con protocolos formales, a diferencia de radios asociados, es viable implementar rutinas simples de verificación, como por ejemplo contrastar fuentes locales, corroborar información con autoridades para así evitar la difusión de información falsas. Esta práctica, incrementa la transparencia y fortalecen la confianza del público oyente.

6.2.3 Por otro lado, se recomienda a los actores locales y comunicadores empíricos, a elaborar un acuerdo comunitarios de ética radial. Al no existir códigos institucionales necesarios, estos acuerdos pueden ser guías pactado que encaminen hacia la responsabilidad comunicativa y profesional, así como también genera lineamientos precisos. Asimismo, su aplicación sistemática favorece la integridad editorial y origina un marco de actuación coherente en todas las emisiones.

6.2.4 Del mismo modo, es aconsejable implementar mecanismos sencillos de retroalimentación continua con la audiencia, como encuestas telefónicas, formularios virtuales o trabajar con los mismos programas radiales realizando espacios cortos de consulta. Esta interacción con la audiencia permite mejorar e identificar errores, necesidades informativos y

expectativas del público. Además, el análisis de comentarios y sugerencias repercute en la adaptación de contenidos. Esto impacta en la pertinencia informativa y favorece la fidelización de los oyentes.

6.2.5 No obstante, se sugiere fomentar alianzas estratégicas con universidades, municipalidades o centros de investigación. A través de estos convenios, es factible trabajar coordinadamente con capacitaciones, acceder a metodologías que ayuden a mejora de contenidos y compartir buenas prácticas. La ausencia de grandes empresas radiales, son suplido con este tipo de apoyo externos y contribuye a mejorar la calidad progresiva de los servicios informativos.

6.2.6 Asimismo, a los comunicadores empíricos se sugiere incorporar, en la medida de sus recursos económicos, herramientas digitales para conocer mejor a su audiencia, como estadísticas de redes sociales o usar las interacciones mediante el WhatsApp. Estas herramientas facilitan información útil para el análisis, sobre todo interés y necesidades del público oyente, lo que facilita producir contenidos más acertados y mejorar la credibilidad desde un punto de vista adaptada a la realidad de Atalaya.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acero, M. Tandalla, S. Vicente, N. (2024). Análisis empírico de las estrategias de comunicación en redes sociales en el contexto universitario ecuatoriano: caso de estudio Facultad CIYA-UTC. *Ibero-American Journal of Education & Society Research*, 4(1), 157-165.
<https://edsociety.iberojournals.com/index.php/IBEROEDS/article/view/670>
- Aguaded, I., Civilá, S., & Vizcaíno-Verdú, A. (2022). Paradigm changes and new challenges for media education: Review and science mapping (2000-2021). *El Profesional de la información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.06>
- Arbulú, C. (2023). *Definición de método hipotético-deductivo*. [Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco].
https://www.researchgate.net/publication/374898591_Definicion_de_metodo_hipotetico-deductivo
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación* (1era ed.). Enfoques Consulting EIRL. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Aslett, K., Sanderson, Z., Godel, W., Persily, N., Nagler, J., & Tucker, J. (2023). Online searches to evaluate misinformation can increase its perceived veracity. *Nature*, 625, 548 - 556. <https://doi.org/10.1038/s41586-023-06883-y>
- Avakova, E., & Kuznetsov, A. (2024). Training of media specialists in the field of social communication. *Communicology*. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2023-11-4-60-69>
- Avanceña, J., & Oliva, E. (2022). A STRUCTURAL EQUATION MODEL ON COMMUNICATIVE ABILITY OF STUDENTS IN SENIOR HIGH

- SCHOOL. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*.
<https://doi.org/10.36713/epra9387>
- Avanceña, J., & Oliva, E. (2022). A STRUCTURAL EQUATION MODEL ON COMMUNICATIVE ABILITY OF STUDENTS IN SENIOR HIGH SCHOOL. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*.
<https://doi.org/10.36713/epra9387>
- Aznar, H., Mercado-Sáez, M., & Álvarez-Villa, À. (2024). Verifying a new historical stage in the ethics of communication: second generation ethics codes. *Frontiers in Communication*. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1495897>
- Backhaus, B. (2023). Connections, Community, Coconuts: Exploring the History of Regional Community Radio. *Media International Australia*.
<https://doi.org/10.1177/1329878x231154686>
- Baksh, S., Fisher, H., & Magee, S. (2022). Who said that? Impact of source expertise: A generations focused experiment on the perception of radio news sources' gender, ethos and expertise.. *KOME*. <https://doi.org/10.17646/kome.75672.92>
- Blaich, C., Kenny, B., & Jimenez, Y. (2023). Leadership in Ethical Practice: Students Learning Outcomes. *Journal of Academic Ethics*, 21, 719 - 741.
<https://doi.org/10.1007/s10805-023-09479-3>
- Bruns, A. (2023). From “the” public sphere to a network of publics: towards an empirically founded model of contemporary public communication spaces. *Communication Theory*. <https://doi.org/10.1093/ct/qtad007>
- Cabezuelo, F. Serrano, J. López, J. (2023). Retórica y educación humanística en la formación de los comunicadores ante los retos de la sociedad digital. *IROCAMM: International Review of Communication and Marketing Mix*, 6 (1), 41-55.
<https://idus.us.es/handle/11441/143081>

- Carbajal Fernandez, V. G. (2022). *Cobertura de los medios de comunicación digitales a través de las redes sociales en el contexto de la pandemia de COVID-19: análisis de los casos El Comercio, Latina y RPP Noticias* (Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas). Repositorio Académico UPC. <http://doi.org/10.19083/tesis/667292>
- Carhuancho, I., et al. (2019). Metodología para la investigación holística. UIDE. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3893/3/Metodolog%C3%ADa%20para%20la%20investigaci%C3%B3n%20hol%C3%ADstica.pdf>
- Carlosama, H. Restrepo, J. (2022). Formación profesional audiovisual y desempeño ocupacional en comunicadores sociales y periodistas. *Revista Paca*, (13), 81-96. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8740396>
- Casteel, A., & Bridier, N. (2021). Describing Populations and Samples in Doctoral Student Research. *International Journal of Doctoral Studies*, 16, 339-362. <https://doi.org/10.28945/4766>
- Censo de población Perú (2021). *Censo de población Perú 2021: Atalaya, Ucayali*. Telencuestas. Recuperado el 2 de agosto de 2025, de <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/peru/2021/ucayali/atalaya>
- Cevallos Sandoval, C. K. (2024). Linguistic games program to develop oral expression in early childhood education students. *Universidad Ciencia Y Tecnología*, 28(Special), 330-339. <https://doi.org/10.47460/uct.v28iSpecial.832>
- Chamorro, M., Orellana, N., Rojas, M. (2023). Evaluación ciudadana a los atributos informativos en los medios tradicionales y digitales. *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*(62), 161-178. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i62.09>

- Chávez Villalva, A. E. (2024). *Credibilidad y confianza de los medios digitales ayacuchanos en la sociedad huamanguina durante la pandemia de la COVID-19, Ayacucho - 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/6422>
- Christofoletti, R. (2024). Trust in Media and journalism credibility in the sea of misinformation. *The International Review of Information Ethics*. <https://doi.org/10.29173/irrie500>
- Dawson, S. (2022). Poll Wars: Perceptions of Poll Credibility and Voting Behaviour. *The International Journal of Press/Politics*, 29, 206 - 226. <https://doi.org/10.1177/19401612221087181>
- De León, P., Maldonado, A., & Aparicio, J. (2023). Word and action: the many routes through Jesús Martín-Barbero. *Cultural Studies*, 37, 727 - 745. <https://doi.org/10.1080/09502386.2023.2222742>
- Del Valle, N., Carreño, F. (2020). Diversos pero concentrados: percepciones de comunicadores sobre el pluralismo de los medios digitales en Chile. *Comunicación y medios*, 29(42), 30-43. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-15292020000200030&script=sci_arttext
- DeMars, T. (2022). Editor's Remarks: Learning from History and Recognizing Propaganda. *Journal of Radio & Audio Media*, 29, 1 - 4. <https://doi.org/10.1080/19376529.2022.2055066>
- Dunsizer, A. (2021). *Enfoque en la confianza en los medios de comunicación en Perú* [Spotlight on media trust in Peru]. Latin American Public Opinion Project (LAPOP), Vanderbilt University.

<https://www.vanderbilt.edu/lapop/spotlights/Spotlight-Dunsizer-PER-B37-spa-final.pdf>

Escudero, C. (2023). Transforming Crises Into Opportunities: Self-Managed Media in Argentina. *Media and Communication*. <https://doi.org/10.17645/mac.7455>

Essuman, G., & Cudjoe, J. (2025). AHANTA-ENGLISH CODE SWITCHING AND CODE MIXING IN CONVERSATION: A CASE OF COMMUNICATORS ON RADIO-AHANTA AWOLOHYĪ DWUMALILEZU (MORNING SHOW). *European Journal of Applied Linguistics Studies*. <https://doi.org/10.46827/ejals.v8i2.600>

Evdokimova, E. (2022). Features of Presentation of Media Educational Activities of Teachers in 1920–1930s in the Specialized Publication “Enlightenment of Siberia”. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*. <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2022-21-6-109-118>

Feria, H.; Matilla, M. y Mantecón, S. (2020) *la entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica?*. Didasc@lia: Didáctica y Educación

Fernández-Barrero, Á., Rivas-De-Roca, R., & Pérez-Curiel, C. (2024). Disinformation and Local Media in the Iberian Context: How to Protect News Credibility. *Journalism and Media*. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5010005>

Garavito, G., Moniz, T., Mansilla, C., Iqbal, S., Dobrogowska, R., Bennin, F., Talwar, S., Khalid, A., & Vindrola-Padros, C. (2024). Activities used by evidence networks to promote evidence-informed decision-making in the health sector– a rapid evidence review. *BMC Health Services Research*, 24. <https://doi.org/10.1186/s12913-024-10744-3>

García, D. Hernández, C. (2024). Formación del comunicador social en entornos virtuales de aprendizaje. Potencialidades, fracturas y desafíos. *Revista Científica Cultura*,

Comunicación y Desarrollo, 9(1), 22-28.

<https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/542>

Garusi, D., & Miro, C. (2024). Unpacking news consumption and trust decisions through a folk theory approach: A study of Austrian young adults. *Media, Culture & Society*, 47, 567 - 584. <https://doi.org/10.1177/01634437241291453>

Gergul, S., Gorodnycha, L., Olkhovyk, M., & Panchenko, V. (2025). The Effectiveness of using Information Verification Services in the Training of Future Teachers. *WSEAS TRANSACTIONS ON COMPUTER RESEARCH*. <https://doi.org/10.37394/232018.2025.13.28>

González-Robaina, Y., Larenas, C., & López-Angulo, Y. (2023). Oral Discourse Coherence and Oral Fluency in English as a Foreign Language Preservice Teachers' Oral Narratives. *Mextesol Journal*. <https://doi.org/10.61871/mj.v47n3-7>

Guo, S., Shen, C. F., & Wang, D. (2024). The expectation-evaluation gap: Audience news engagement and perceptions of media performance and credibility. *Global Media and China*, *0*(0), 1–18. <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/20594364241268137>

Guragain, G. (2023). Community Engagement in Local Governance. *Kutumbha vani*. <https://doi.org/10.3126/kv.v5i1.70888>

Hanusch, F., & Löhmann, K. (2022). Dimensions of Peripherality in Journalism: A Typology for Studying New Actors in the Journalistic Field. *Digital Journalism*, 11, 1292 - 1310. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2148549>

- Henestrosa, A., Greving, H., & Kimmerle, J. (2022). Automated journalism: The effects of AI authorship and evaluative information on the perception of a science journalism article. *Comput. Hum. Behav.*, 138, 107445. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107445>
- Hernández, B. (2021). Verdad, objetividad y subjetividad en la construcción mediática. *Alcance*, 10(27), 171-181. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2411-99702021000300171&script=sci_arttext
- Horoub, I. (2023). Understanding media empowerment: citizen journalism in Palestine. *Humanities & Social Sciences Communications*, 10. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01526-z>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024). *Estimaciones y proyecciones de población nacional, departamental, provincial y distrital*. Recuperado el 2 de agosto de 2025 desde <https://www.gob.pe/institucion/inei/coleccion/71202-estimaciones-y-proyecciones-de-poblacion-nacional-departamental-provincial-y-distrital>
- Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú [IRTP]. (2024). *Informe Digital News Report 2024: 53% de los peruanos confía en la información de TVPerú Noticias*. [gob.pe](https://www.gob.pe). <https://www.gob.pe/institucion/irtp/noticias/973637-informe-digital-news-report-2024-53-de-los-peruanos-confia-en-la-informacion-de-tvperu-noticias>
- Islam, M. A., Das, A., & Tabassum, M. (2023). Factors affecting trust in news media among young people in Bangladesh. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, *3*, 41-68. https://www.researchgate.net/publication/380183761_Factors_affecting_trust_in_news_media_among_young_people_in_Bangladesh_Factors_affecting_trust_in_news_media_among_young_people_in_Bangladesh#:~:text=and%20qualitative%20interviews%20in%20answering,19%20pandemic

- Ismailova, K. (2022). Modern Manifestations of Radio Journalism. *International Journal of Social Science Research and Review*. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v5i2.199>
- Jiang, M., & Zhou, H. (2022). Investigation and Analysis of the Oral Expression Competency Among Students in Second-tier Universities: Based on China's Standards of English Language Ability. *Journal of Contemporary Educational Research*. <https://doi.org/10.26689/jcer.v6i2.3563>
- Korenaga, R., & Ogawa, T. (2023). "Everyone has it, everyone uses it": The emergence of "publicness" through multiplication in dialogical networks. *Discourse, Context & Media*. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2022.100657>
- Kulakova, D., Oleinikov, S., Puyu, A., & Gromova, L. (2024). Axiological foundations of a journalist's professional activity. *Litera*. <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2024.6.71023>
- Leonhardt, B., Hanusch, F., & Singh, S. (2025). The impact of local culture on journalistic roles and practices: Evidence from the Pacific Islands. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/14648849251326034>
- Lermann, A., Greving, H., & Kimmerle, J. (2022). Automated journalism: The effects of AI authorship and evaluative information on the perception of a science journalism article. *Comput. Hum. Behav.*, 138, 107445. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107445>
- MacKinnon, J., Nielsen, M., & Webb, M. (2022). Cluster-robust inference: A guide to empirical practice. *Journal of Econometrics*. <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2022.04.001>
- Mamani Huañec, F. R. (2024). *Influencia del periodista ciudadano en el periodismo radial de Tacna - 2022* (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. <https://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/20.500.12510/4034>

- Marín, P. Penagos, R. García, J. (2020). Hacia un Modelo de Comunicación Comunitaria para el Pos-acuerdo. Caso: región del Ariari, Colombia. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, (17). <https://icjournal-ojs.org/index.php/IC-Journal/article/view/584>
- Mason, S. (2021). Qualitative versus quantitative approaches. In F. R. Volkmar (Ed.), *Encyclopedia of Autism Spectrum Disorders* (pp. 1–3). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-6435-8_167-3
- Meinert, J., & Krämer, N. (2022). How the expertise heuristic accelerates decision-making and credibility judgments in social media by means of effort reduction. *PLoS ONE*, 17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0264428>
- Miranda Perez, G. J. (2021). *Credibilidad del programa periodístico televisivo “Beto a Saber” en los jóvenes del Centro Poblado El Milagro. La Libertad, 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/84287>
- Miranda Perez, G. J. (2021). *Credibilidad del programa periodístico televisivo “Beto a Saber” en los jóvenes del Centro Poblado El Milagro. La Libertad, 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/84287>
- Modi, A., & Mishra, D. (2023). Exploring The Expansion Of Fake News: Investigating Its Effects On Media Trust And The Credibility Of Authentic News. *Journal for ReAttach Therapy and Developmental Diversities*. <https://doi.org/10.53555/jrtdd.v6i6s.2647>
- Moe, H. (2023). Operationalizing distribution as a key concept for public sphere theory. A call for ethnographic sensibility of different social worlds. *Communication Theory*. <https://doi.org/10.1093/ct/qtad008>

- Moestrup, S. (2023). Persona-driven journalism at Radio24syv: Ditte Okman's affective labor of performing an unashamed persona. *Journalistica*, 17(1), 212–232. <https://doi.org/10.7146/journalistica.v17i1.125256>
- Montero Reyes, R. (2024). La ética periodística en la era digital. Desafíos y nuevas demandas. *Revista Científica De Comunicación Social*, (6), 99-111. <https://doi.org/10.71187/brc.v0i6.108>
- Mori López, N. S. (2023). Implementación del formato de noticias en Radio Interactiva 98.3fm – Tarapoto y el impacto en sus oyentes, 2023 [Tesis de licenciatura, Universidad Jaime Bausate y Meza]. <https://hdl.handle.net/20.500.14229/313>
- Nahorniak, M. (2024). To the Question of Violation of Standards of News Broadcasting in the Telemarathon «Edyni Novyny». *Scientific notes of the Institute of Journalism*. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.84.6>
- Nikkels, A., Berns, P., & Neijenhuis, K. (2023). Communication partner training for SLT students: Changes in communication skills, knowledge and confidence.. *Journal of communication disorders*, 105, 106366 . <https://doi.org/10.1016/j.jcomdis.2023.106366>
- Ning, C., Guo, D., Wu, J., & Gao, H. (2022). Media Exposure and Media Credibility Influencing Public Intentions for Influenza Vaccination. *Vaccines*, 10. <https://doi.org/10.3390/vaccines10040526>
- Olan, F., Jayawickrama, U., Arakpogun, E., Suklan, J., & Liu, S. (2022). Fake news on Social Media: the Impact on Society. *Information Systems Frontiers*, 1 - 16. <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10242-z>

- Olivera Pérez, D., & Marrero Santana, L. (2025). Predictores de la confianza en los medios nativos digitales: Estudio del proyecto independiente cubano Periodismo de Barrio. *Revista de Comunicación*, *24*(1), 389-408. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/3765/2921>
- Ovalle, E. Mejía, B. (2022). Necesidades del sector productivo frente a las competencias del comunicador social-periodista, y su contribución a la productividad y competitividad de las organizaciones. *Perspectivas*, 14(2). <https://revistas.unicomfaucauca.edu.co/ojs/index.php/Perspectives/article/view/450>
- Pan, L., Wu, X., Lu, X., Luu, A., Wang, W., Kan, M., & Nakov, P. (2023). Fact-Checking Complex Claims with Program-Guided Reasoning. *ArXiv*, abs/2305.12744. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2305.12744>
- Parra, I.; Borja, K. y Reinoso, D. (2021) Disonancia Cognitiva y desarrollo integral, desde las Terapias alternativas, en estudiantes Cantón Latacunga, 2021-2022. *Pol. Con.* 63(6), pp. 914-937 ISSN: 2550 - 682X DOI: 10.23857/pc.v6i11.3308
- Paz Quiroz, F. A. (2023). *ANDINA: Caracterización y trayectoria de la agencia estatal de noticias del Perú* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/26375>
- Peña-Fernández, S., Larrondo-Ureta, A., & Agirreazkuenaga, I. (2024). Mediatised Participation: Citizen Journalism and the Decline in User-Generated Content in Online News Media. *Social Sciences*, 13(5), 266. <https://doi.org/10.3390/socsci13050266>
- Pérez, C., Jiménez, G. Domínguez, R. (2022). Twitter como herramienta de comunicación y desinformación. Un análisis sobre la transparencia informativa y la corrupción política en España. *Política y sociedad*, 59 (3). <https://idus.us.es/handle/11441/141115>

- Prieto-Arosa, J., & d'Haenens, L. (2025). Bridging youth 'media egocentrism' and journalistic values: strategies for public service media. *Frontiers in Communication*. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1534133>
- Rahmawati, F. (2024). Collaboration of Artificial Intelligence and Journalists in Online Media from the Perspective of Human-Machine Communication. *Kalijaga Journal of Communication*. <https://doi.org/10.14421/kjc.61.06.2024>
- Ram, R., & Rizoiu, M. (2024). Empirically measuring online social influence. *EPJ Data Science*, 13, 1-18. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-024-00492-z>
- Ram, R., & Rizoiu, M. (2024). Empirically measuring online social influence. *EPJ Data Science*, 13, 1-18. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-024-00492-z>
- Ramírez Farias, T. L. (2023). *El estallido social desde la prensa escrita concentrada en el Perú (2022-2023)*. *Discursos del Sur*, 12, 101–132. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9388199>
- Ramírez, R. Abadía, J. Fondevila, M. (2024). El Reporte Integrado como instrumento comunicador de la RSE en América Latina. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (84), 99-120. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/cont/article/view/354716>
- Rasooly, A., Ben-Sheleg, E., Davidovitch, N., & Ellen, M. (2023). Rethinking the path from evidence to decision-making. *Israel Journal of Health Policy Research*, 12. <https://doi.org/10.1186/s13584-023-00559-8>
- Renisyifa, A., Sunarti, S., & Pebriyanti, A. (2022). Podcast Media Credibility as a Means of Fulfilling Public Information. *International Journal of Research and Applied Technology*. <https://doi.org/10.34010/injuratech.v2i1.6931>

- Renisyifa, A., Sunarti, S., & Pebriyanti, A. (2022). Podcast Media Credibility as a Means of Fulfilling Public Information. *International Journal of Research and Applied Technology*. <https://doi.org/10.34010/injuratech.v2i1.6931>
- Reyes-De-Cózar, S., Pérez-Escolar, M., & Navazo-Ostúa, P. (2022). Digital Competencies for New Journalistic Work in Media Outlets: A Systematic Review. *Media and Communication*. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4439>
- Reyes-Gonzalez, J., Agneessens, F., & Esteve, M. (2023). Shaping influence in governance networks: The role of motivations and information exchange. *Public Administration*. <https://doi.org/10.1111/padm.12942>
- Riesthuis, P., & Woods, J. (2023). “That’s just like, your opinion, man”: the illusory truth effect on opinions. *Psychological Research*, 88, 284 - 306. <https://doi.org/10.1007/s00426-023-01845-5>
- Ruiz Cruz, J. E. (2023). *Credibilidad de las noticias difundidas en redes sociales en universitarios durante las elecciones generales de segunda vuelta en el Perú-2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes]. <https://repositorio.untumbes.edu.pe/server/api/core/bitstreams/65043c6e-325c-4beb-9856-5a0f4c942380/content>
- Sacín Gavancho, L. C., & Zevallos Morón, J.M. (2023). *El reto de implementar una estrategia de transformación digital en el aspecto periodístico en Radio Nacional entre octubre 2022 y junio 2023* [Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional UPC. <http://hdl.handle.net/10757/670152>
- Serna-Ortega, Á., Castillo-Esparcia, A., & Moreno-Cabanillas, A. (2024). Analysis of the Notoriety of General Press and Radio Media in Spain. *Profesional de la información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0003>

- Sharma, L., & Gupta, A. (2024). COMMUNITY RADIO BROADCASTING: REGAINING THE LOST FAITH AND AUTHENTICITY OF RADIO BROADCASTING IN INDIA. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i1.2024.932>
- Shevchenko, L., & Dergach, D. (2024). Fact-checking linguistic technologies in information genres of modern mass media. *Current issues of Ukrainian linguistics: theory and practice*. <https://doi.org/10.17721/apultp.2024.49.77-100>
- Sierra-Rodríguez, J. (2022). Enfoques ante una reforma de la Ley de Transparencia: Especial referencia a la transparencia informativa del Gobierno. *Revista española de la transparencia*, (14), 37-56. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8458204>
- Son, I., & Krolikowski, C. (2024). Developing a sense of place through attendance and involvement in local events: the social sustainability perspective. *Tourism Recreation Research*. <https://doi.org/10.1080/02508281.2024.2335749>
- Sumaiya, B., Srivastava, S., Jain, V., & Prakash, V. (2022). The Role of Effective Communication Skills in Professional Life. *World Journal of English Language*. <https://doi.org/10.5430/wjel.v12n3p134>
- Terashkevich, I. (2025). Self-representation of social sphere organizations on VKontakte: routinization and loss of authenticity. *Science. Culture. Society*. <https://doi.org/10.19181/nko.2025.31.1.6>
- Tricárico, L. (2023). Collectivizing communicative spaces for collaboration in rural lodging in Brazil. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 56, 126-148. <https://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/818>
- Vásquez Vásquez, L. G. (2023). La información periodística de medios informativos del Perú en televisión, TikTok y la credibilidad de los ciudadanos, Los Olivos 2023 [Tesis de

- licenciatura, Universidad Jaime Bausate y Meza]. Repositorio institucional.
<https://hdl.handle.net/20.500.14229/317>
- Vera Vera, A. A., & Romero Chavez, S. A. (2022). Local development from the perspective of community leadership. *Minerva*, 3(9), 28-37.
<https://doi.org/10.47460/minerva.v3i9.70>
- Villa, J. D., Velásquez, N., Barrera, D., & Avendaño, M. (2020). El papel de los medios de comunicación en la fabricación de recuerdos, emociones y creencias sobre el enemigo que facilitan la polarización política y legitiman la violencia. *El Ágora USB*, 20(1), 18-49.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-80312020000100018&script=sci_arttext
- Weikmann, T., Greber, H., & Nikolaou, A. (2024). After Deception: How Falling for a Deepfake Affects the Way We See, Hear, and Experience Media. *The International Journal of Press/Politics*, 30, 187 - 210. <https://doi.org/10.1177/19401612241233539>
- Yen, R., Feng, L., Mehra, B., Pang, C., Hu, S., & Lu, Z. (2023). StoryChat: Designing a Narrative-Based Viewer Participation Tool for Live Streaming Chatrooms. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. <https://doi.org/10.1145/3544548.3580912>
- Zeng, F., & Gao, W. (2024). JustiLM: Few-shot Justification Generation for Explainable Fact-Checking of Real-world Claims. *Transactions of the Association for Computational Linguistics*, 12, 334-354. https://doi.org/10.1162/tacl_a_00649
- Zhang, W., & Brandes, U. (2023). Conformity versus credibility: A coupled rumor-belief model. *Chaos, Solitons & Fractals*. <https://doi.org/10.1016/j.chaos.2023.114172>

Zhao, Z., & Elmqvist, N. (2022). DataTV: Streaming Data Videos for Storytelling. *ArXiv*, abs/2210.08175. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2210.08175>

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p>GENERAL ¿Cuál es la relación entre los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024?</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>¿Cuál es la relación entre comunicadores empíricos y la veracidad del programa en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024?</p> <p>¿Cuál es la relación entre comunicadores empíricos y la trayectoria del medio en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024?</p> <p>¿Cuál es la relación entre comunicadores empíricos y la especialización del presentador en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024?</p>	<p>GENERAL Determinar la relación entre los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>Determinar la relación entre comunicadores empíricos y la veracidad del programa en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.</p> <p>Determinar la relación entre comunicadores empíricos y la trayectoria del medio en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.</p> <p>Determinar la relación entre comunicadores empíricos y la especialización del presentador en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.</p>	<p>GENERAL Existe relación entre los comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.</p> <p>ESPECÍFICAS</p> <p>Existe relación entre comunicadores empíricos y la veracidad del programa en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.</p> <p>Existe relación entre comunicadores empíricos y la trayectoria del medio en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.</p> <p>Existe relación entre comunicadores empíricos y la especialización del presentador en la Ciudad de Atalaya, Ucayali 2024.</p>	<p>V1: Comunicador empírico</p> <p>V2: Credibilidad de los medios de comunicación radiales</p>	<p>D1: Habilidad comunicativa</p> <p>D2: Influencia social</p> <p>D3: Compromiso</p> <p>D1: Veracidad del programa.</p> <p>D2: Trayectoria del medio.</p> <p>D3: Especialización del presentador</p>	<p>ENFOQUE: Cuantitativo</p> <p>DISEÑO: No experimental</p> <p>TIPO: Básica</p> <p>NIVEL: Correlacional</p> <p>MUESTRA: 380 ciudadanos</p> <p>TÉCNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario</p>

ANEXO 2
Instrumento de recolección de datos
CUESTIONARIO

Título: Comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA VARIABLE: Comunicadores empíricos							
Opciones para marcar: Total mente en desacuerdo: 1 En desacuerdo: 2 Ni de acuerdo ni en desacuerdo: 3 De acuerdo: 4 Totalmente de acuerdo: 5							
Dimensio nes	Indi ca dore s	Ítems	1	2	3	4	5
Habilidad comunicativa	1	El comunicador se expresa con claridad al hablar por la radio.					
	2	Usa un lenguaje que es fácil de entender para el público local.					
	3	Organiza bien sus ideas al momento de transmitir la información.					
Influencia	4	Las opiniones del comunicador influyen en lo que piensa la gente sobre temas locales.					
	5	Considero que el comunicador es una persona confiable.					
	6	Escucho a otras personas repetir lo que dice el comunicador en la radio.					
Compromiso	7	El comunicador participa activamente en actividades de la comunidad.					
	8	En sus programas, trata temas que realmente importan a la comunidad.					
	9	Ha promovido acciones o iniciativas para resolver problemas locales.					

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA VARIABLE: Credibilidad de medios de comunicación radiales							
Opciones para marcar: Total mente en desacuerdo: 1 En desacuerdo: 2 Ni de acuerdo ni en desacuerdo: 3 De acuerdo: 4 Totalmente de acuerdo: 5							
Dimensiones	Indicadores	Ítems	1	2	3	4	5
Veracidad del programa	1	El programa radial presenta información basada en hechos reales.					
	2	Lo que se dice en el programa suele coincidir con lo que pasa en la realidad.					
	3	El programa evita difundir datos falsos o exagerados.					
Trayectoria del medio	4	La emisora tiene varios años funcionando en la comunidad.					
	5	El medio radial es reconocido por muchas personas en el lugar donde vivo.					
	6	El medio transmite sus programas con regularidad y sin interrupciones.					
Especialización del presentador	7	El presentador demuestra saber sobre los temas que trata.					
	8	Usa correctamente los términos relacionados con cada tema.					
	9	Habla con seguridad y claridad al dar la información.					

ANEXO 3

Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos

Ficha 1

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **Castillo Chávez Luis Manuel**
 1.2 Grado académico: **Maestro en Ciencias de la Comunicación**
 1.3 Cargo e institución donde labora: **Universidad Jaime Bausate y Meza**
 1.4 Título de la investigación: **“Comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024”**
 1.5 Autor del instrumento: **Hector Rolando Sinti Sebastian**
 1.6 Nombre del instrumento: CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA VARIABLE:
Comunicadores empíricos
 1.7 Criterios de aplicabilidad:
- | | |
|--|--------------------------------------|
| 1) De 01 al 10 (No válido, reformular) | 2) De 11 a 20 (No válido, modificar) |
| 3) De 21 a 30 (válido, mejorar) | 4) De 31 a 40 (Válido, precisar) |
| 5) De 41 a 50 (Válido, aplicar) | |

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

II. ASPECTOS A EVALUAR

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 conducta observables					x
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					x
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos del estudio					x
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					x
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					x
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					x
Sub Total						50
Total						50

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento puede ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 02 de octubre de 2024



 Luis Manuel Castillo Chávez
 DNI: 08736365

Ficha 2

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **Castillo Chávez Luis Manuel**
 1.2 Grado académico: **Maestro en Ciencias de la Comunicación**
 1.3 Cargo e institución donde labora: **Universidad Jaime Bausate y Meza**
 1.4 Título de la investigación: **“Comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024”**
 1.5 Autor del instrumento: **Hector Rolando Sinti Sebastian**
 1.6 Nombre del instrumento: CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA VARIABLE:
Credibilidad de medios de comunicación radiales
 1.7 Criterios de aplicabilidad:
- | | |
|--|--------------------------------------|
| 1) De 01 al 10 (No válido, reformular) | 2) De 11 a 20 (No válido, modificar) |
| 3) De 21 a 30 (válido, mejorar) | 4) De 31 a 40 (Válido, precisar) |
| 5) De 41 a 50 (Válido, aplicar) | |

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

II. ASPECTOS A EVALUAR

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 conducta observables					x
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					x
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos del estudio					x
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					x
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					x
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					x
Sub Total						50
Total						50

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento puede ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 02 de octubre de 2024



.....
 Luis Manuel Castillo Chávez
 DNE: 08736365

ANEXO 3

Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos

Ficha 1

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **Sanga Coarite Brenda Gabriela**
 1.2 Grado académico: **Doctora en Gestión Pública**
 1.3 Cargo e institución donde labora: **Directora Distrital - MINJUS**
 1.4 Título de la investigación: **“Comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024”**
 1.5 Autor del instrumento: **Hector Rolando Sinti Sebastian**
 1.6 Nombre del instrumento: CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA VARIABLE:
Comunicadores empíricos
 1.7 Criterios de aplicabilidad:
- | | |
|--|--------------------------------------|
| 1) De 01 al 10 (No válido, reformular) | 2) De 11 a 20 (No válido, modificar) |
| 3) De 21 a 30 (válido, mejorar) | 4) De 31 a 40 (Válido, precisar) |
| 5) De 41 a 50 (Válido, aplicar) | |

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

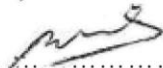
II. ASPECTOS A EVALUAR

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 conducta observables				X	
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos del estudio				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías				X	
Sub Total					28	15
Total					43	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 43

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

Lugar y fecha: Tacna, 03 de octubre de 2024



 Sanga Coarite Brenda Gabriela
 DNI: 44649904

Ficha 2

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **Sanga Coarite Brenda Gabriela**
- 1.2 Grado académico: **Doctora en Gestión Pública**
- 1.3 Cargo e institución donde labora: **Directora Distrital - MINJUS**
- 1.4 Título de la investigación: **“Comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024”**
- 1.5 Autor del instrumento: **Hector Rolando Sinti Sebastian**
- 1.6 Nombre del instrumento: CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA VARIABLE:
Credibilidad de medios de comunicación radiales
- 1.7 Criterios de aplicabilidad:
- | | |
|--|--------------------------------------|
| 1) De 01 al 10 (No válido, reformular) | 2) De 11 a 20 (No válido, modificar) |
| 3) De 21 a 30 (válido, mejorar) | 4) De 31 a 40 (Válido, precisar) |
| 5) De 41 a 50 (Válido, aplicar) | |

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

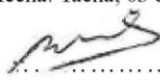
II. ASPECTOS A EVALUAR

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 conducta observables				X	
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos del estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.				X	
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías				X	
Sub Total					28	15
Total					43	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 43

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

Lugar y fecha: Tacna, 03 de octubre de 2024



 Sanga Coarite Brenda Gabriela
 DNI: 44649904

ANEXO 3

Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos

Ficha 1

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **Carlos Alberto Cruzado Bernal**
- 1.2 Grado académico: **Maestría en Comunicación y Marketing**
- 1.3 Cargo e institución donde labora: **Catedrático universitario en UTP, UCV y UB**
- 1.4 Título de la investigación: **“Comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024”**
- 1.5 Autor del instrumento: **Héctor Rolando Sinti Sebastian**
- 1.6 Nombre del instrumento: CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA VARIABLE: **Comunicadores empíricos**
- 1.7 Criterios de aplicabilidad:
- 1) De 01 al 10 (No válido, reformular))
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (Válido, precisar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, mejorar)
 - 5) De 41 a 50 (Válido, aplicar)

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

II. ASPECTOS A EVALUAR

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 conducta observables					X
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos del estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
Sub Total						50
Total						50

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Es viable la aplicación en tanto las preguntas son objetivas.

Lugar y fecha: Lima, 06 de septiembre de 2024



 Carlos Alberto Cruzado Bernal
 DNI: 47115721

Ficha 2

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **Carlos Alberto Cruzado Bernal**
- 1.2 Grado académico: **Maestría en Comunicación y Marketing**
- 1.3 Cargo e institución donde labora: **Catedrático universitario en UTP, UCV y UB**
- 1.4 Título de la investigación: **“Comunicadores empíricos y la credibilidad de los medios de comunicación radiales en la ciudad de Atalaya, Ucayali 2024”**
- 1.5 Autor del instrumento: **Héctor Rolando Sinti Sebastian**
- 1.6 Nombre del instrumento: CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA VARIABLE: **Credibilidad de medios de comunicación radiales**
- 1.7 Criterios de aplicabilidad:
- 1) De 01 al 10 (No válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (Válido, precisar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, mejorar)
 - 5) De 41 a 50 (Válido, aplicar)

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


II. ASPECTOS A EVALUAR

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 conducta observables					X
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos del estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
Sub Total						50
Total		50				

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Es viable la aplicación en tanto las preguntas son objetivos.

Lugar y fecha: Lima, 06 de septiembre de 2024

.....


 Carlos Alberto Cruzado Bernal
 DNI: 47115721

ANEXO 4

Base de datos en Excel

Variable comunicadores empíricos

Base de datos - Héctor - Excel

Archivo Inicio Insertar Dibujar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edici

A1 El comunicador se expresa con claridad al hablar por la radio

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
	El comunicador se expresa con claridad al hablar por la radio	Usa lenguaje que es fácil de entender para el público	Organiza bien sus ideas al momento de transmitir	Dim 1: Habilidad comunicativa		Las opiniones del comunicador o influyen en lo que piensa la gente	Considero que el comunicador es una persona confiable.	Escucho a otras personas repetir lo que dice el comunicador o en la radio.	Dim 2: Influencia social		El comunicador participa activamente en actividades de la comunidad	En sus programas, trata temas que realmente importan a la comunidad	Ha promovido acciones o iniciativas para resolver problemas locales	Dim 3: Compromiso		Total	Nivel	
1																		
2	3	3	3	9 Medio		3	3	3	3 Medio		3	3	3	9 Medio		27	Medio	
3	3	3	5	11 Alto		4	2	5	11 Alto		1	1	5	7 Medio		23	Medio	
4	5	5	5	15 Alto		1	4	4	3 Medio		4	5	2	11 Alto		35	Alto	
5	3	2	1	6 Bajo		4	3	3	10 Medio		3	1	4	8 Medio		24	Medio	
6	2	4	1	7 Medio		4	5	4	13 Alto		1	4	1	6 Bajo		26	Medio	
7	3	4	1	8 Medio		5	4	1	10 Medio		3	3	1	7 Medio		25	Medio	
8	1	1	4	6 Bajo		4	1	5	10 Medio		2	3	2	7 Medio		23	Medio	
9	5	3	1	9 Medio		5	3	4	12 Alto		1	3	3	7 Medio		28	Medio	
10	3	5	5	13 Alto		3	3	4	10 Medio		2	3	3	8 Medio		31	Medio	
11	2	2	5	9 Medio		4	3	4	11 Alto		3	3	2	8 Medio		28	Medio	
12	2	5	1	8 Medio		3	1	1	5 Bajo		1	5	4	10 Medio		23	Medio	
13	4	1	5	10 Medio		3	4	1	8 Medio		4	5	3	12 Alto		30	Medio	
14	4	4	3	11 Alto		4	1	1	6 Bajo		2	2	1	5 Bajo		22	Medio	
15	2	4	4	10 Medio		4	3	4	11 Alto		3	4	4	11 Alto		32	Medio	
16	2	2	4	8 Medio		4	1	5	10 Medio		4	5	2	11 Alto		23	Medio	
17	1	3	3	7 Medio		1	1	5	7 Medio		4	5	3	12 Alto		26	Medio	
18	3	1	2	6 Bajo		5	3	3	11 Alto		2	5	5	12 Alto		23	Medio	
19	4	4	4	12 Alto		5	3	2	10 Medio		4	4	4	12 Alto		34	Alto	
20	4	4	4	12 Alto		5	3	2	10 Medio		5	4	3	12 Alto		34	Alto	
21	5	3	5	13 Alto		4	1	1	6 Bajo		3	4	2	9 Medio		28	Medio	
22	3	3	5	11 Alto		5	1	3	9 Medio		3	2	1	6 Bajo		26	Medio	
23	3	1	2	6 Bajo		3	4	3	10 Medio		1	5	3	9 Medio		25	Medio	
24	2	5	4	11 Alto		1	3	5	9 Medio		5	3	1	9 Medio		29	Medio	

V1 - Comunicadores empíricos V2 - Credibilidad de medios rad Total de base de datos

Listo Accesibilidad: es necesario investigar

Base de datos en Excel Variable credibilidad de medios de comunicación radiales

The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following data table:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	
	El programa radial presenta información basada en hechos reales	Lo que se dice en el programa suele coincidir con lo que pasa en la realidad	El programa evita difundir datos falsos o exagerados	Dim 1: Veracidad del Programa		La emisora tiene varios años funcionando en la comunidad	El medio radial es reconocido por muchas personas en el lugar en donde vivo	El medio transmite sus programas con regularidad y sin interrupciones	Dim 2: Trayectoria del medio			El presentador demuestra saber sobre los temas que trata	Usa correctamente los términos relacionados con cada tema	Habla con seguridad y claridad al dar información	Dim 3: Especialización del presentador		Total	Nivel	
1																			
2	5	1	3	9 Medio		4	5	3	12 Alto		4	3	4	11 Alto		32 Medio			
3	5	5	1	11 Alto		5	4	3	12 Alto		5	3	3	11 Alto		34 Alto			
4	4	5	3	12 Alto		4	2	2	8 Medio		4	4	4	12 Alto		32 Medio			
5	5	1	5	11 Alto		3	3	3	9 Medio		4	5	3	12 Alto		32 Medio			
6	3	4	1	8 Medio		4	2	2	8 Medio		5	3	3	11 Alto		27 Medio			
7	4	3	5	12 Alto		3	3	4	10 Medio		4	5	3	12 Alto		34 Alto			
8	5	1	5	11 Alto		4	2	4	10 Medio		5	4	3	12 Alto		33 Alto			
9	5	5	1	11 Alto		3	3	4	10 Medio		4	3	5	12 Alto		33 Alto			
10	4	4	3	11 Alto		5	3	2	10 Medio		5	5	5	15 Alto		36 Alto			
11	4	3	1	8 Medio		3	4	2	9 Medio		4	5	4	13 Alto		30 Medio			
12	4	5	2	11 Alto		5	3	2	10 Medio		3	5	5	13 Alto		34 Alto			
13	4	4	5	13 Alto		5	4	4	13 Alto		4	5	4	13 Alto		39 Alto			
14	5	4	3	12 Alto		4	4	2	10 Medio		5	5	5	15 Alto		37 Alto			
15	5	1	3	9 Medio		4	3	5	12 Alto		4	4	4	12 Alto		33 Alto			
16	5	5	5	15 Alto		5	2	5	12 Alto		5	5	4	14 Alto		41 Alto			
17	4	5	3	12 Alto		5	3	3	11 Alto		4	4	4	12 Alto		35 Alto			
18	5	2	3	10 Medio		5	2	4	11 Alto		4	5	3	12 Alto		33 Alto			
19	5	2	5	12 Alto		4	2	5	11 Alto		4	4	5	13 Alto		36 Alto			
20	3	4	4	11 Alto		3	4	2	9 Medio		5	3	5	13 Alto		33 Alto			
21	5	4	3	12 Alto		5	2	3	10 Medio		4	5	3	12 Alto		34 Alto			
22	4	1	1	6 Bajo		5	2	2	9 Medio		4	4	3	11 Alto		26 Medio			
23	3	2	1	6 Bajo		3	3	2	8 Medio		5	3	5	13 Alto		27 Medio			

base de datos.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 8 de 8 variables

	Dim1Habilidad comunicativa	Dim2Influencia social	Dim3Compromiso	V1Comunicador esempíricos	Dim1Veracidad del Programa	Dim2Trayectoria del medio	Dim3Especialización del presentador	V2Credibilidad de medios radiales	var	var	var	var
1	9	9	9	27	9	12	11	32				
2	11	11	7	29	11	12	11	34				
3	15	9	11	35	12	8	12	32				
4	6	10	8	24	11	9	12	32				
5	7	13	6	26	8	8	11	27				
6	8	10	7	25	12	10	12	34				
7	6	10	7	23	11	10	12	33				
8	9	12	7	28	11	10	12	33				
9	13	10	8	31	11	10	15	36				
10	9	11	8	28	8	9	13	30				
11	8	5	10	23	11	10	13	34				
12	10	8	12	30	13	13	13	39				
13	11	6	5	22	12	10	15	37				
14	10	11	11	32	9	12	12	33				
15	8	10	11	29	15	12	14	41				
16	7	7	12	26	12	11	12	35				
17	6	11	12	29	10	11	12	33				
18	12	10	12	34	12	11	13	36				
19	12	10	12	34	11	9	13	33				
20	13	6	9	28	12	10	12	34				
21	11	9	6	26	6	9	11	26				

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Vista de datos en Software Spss

Vista de Variable en software spss

base de datos.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Dim1Habilid...	Numérico	2	0	Dim 1: Habilida...	Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
2	Dim2Influen...	Numérico	2	0	Dim 2: Influen...	Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
3	Dim3Compr...	Numérico	2	0	Dim 3: Compr...	Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
4	V1Comunic...	Numérico	2	0	V1: Comunicad...	Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Escala	Entrada
5	Dim1Veraci...	Numérico	2	0	Dim 1: Veracid...	Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
6	Dim2Trayec...	Numérico	2	0	Dim 2: Trayect...	Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
7	Dim3Especi...	Numérico	2	0	Dim 3: Especia...	Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
8	V2Credibilid...	Numérico	2	0	V2: Credibilidad...	Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Escala	Entrada
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											

1

Vista de datos **Vista de variables**