

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto
Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORA:

Bach. Rivera Córdova, Xiomara Jasmín

Código ORCID: 0009-0007-6003-7429

ASESOR:

Mag. Solís Godoy, James Stuard

DNI: 33263858

Código ORCID: 0000-0001-8220-5269

Nuevo Chimbote - Perú

2025

HOJA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR



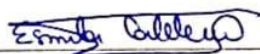
Yo, Mag. James Solís Godoy, mediante la presente certifico mi asesoramiento de la tesis de licenciatura titulada: **Credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025**, que tiene como autora a Xiomara Jasmín Rivera Córdova, bachiller en Comunicación Social de la Facultad de Educación y Humanidades, la cual ha sido elaborada de acuerdo al Reglamento de Normas y Procedimientos para obtener la licenciatura en la Universidad Nacional del Santa; quedando expedito para ser evaluado por el Jurado Evaluador Correspondiente.



MAG. JAMES SOLÍS GODOY
ASESOR
DNI N.º 33263858
Código ORCID: 0000-0001-8220-5269

CONFORMIDAD DEL JURADO EVALUADOR

Los suscritos docentes miembros del Jurado Evaluador de la presente tesis titulada **“Credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025”**, perteneciente a la bachiller **Xiomara Jasmin Rivera Córdova**, identificada con D.N.I. 70808175 y código ORCID: 0009-0007-6003-7429, como requisito para obtener el título profesional de Licenciada en Comunicación Social, manifiestan la conformidad de la tesis, declarándola **APROBADA** por unanimidad.

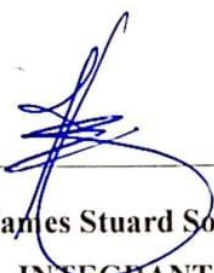


Mag. Esmila Calderón Reyes

PRESIDENTE

D.N.I. 32929393

Código ORCID: 0000-0002-7747-3952



Mag. James Stuard Solís Godoy

INTEGRANTE

D.N.I. 33263858

Código ORCID: 0000-0001-8220-5269



Mag. Manuel Sarango Reyes

INTEGRANTE

D.N.I. 40962630

Código ORCID: 0000-0001-8245-9736

ACTA EVALUACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS



FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ACTA DE EVALUACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

En el Campus Universitario de la Universidad Nacional del Santa, siendo las 11:00 a.m. del día viernes 07 de noviembre de 2025, en el auditorio de la EPCS, en atención a la Resolución N° 478-2025-UNS-CFEH de Declaración de Expedida de fecha 24.10.2025; se llevó a cabo la instalación del jurado Evaluador, designado mediante Resolución Decanatural N° 327 - 2025 -UNS- DFEH de fecha 16.07.2025, integrado por la Mag. ESMILA CALDERÓN REYES (Presidente), Mag. JAMES STUARD SOLIS GODOY (Integrante -Asesor), Mag. MANUEL BALTASAR SARANGO IBAÑEZ (Integrante) para dar inicio a la sustentación del Informe Final de Tesis, cuyo título es "CREDIBILIDAD DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS PANORAMA, CUARTO PODER Y PUNTO FINAL SEGÚN LOS POBLADORES DEL CASCO URBANO DE SECHURA, 2025", perteneciente a la bachiller: XIOMARA JASMIN RIVERA CORDOVA con código de matrícula N° 0201434006, tiene como ASESOR al MAG. JAMES STUARD SOLIS GODOY, según T/R. Decanal N° 052-2023-UNS-DFEH de fecha 26.01.2023 y T/R. Decanal N° 482A-2024-UNS-DFEH de fecha 14.10.2024, (modificar el título del proyecto de tesis).

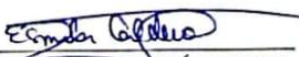
Terminada la sustentación, la tesista respondió a las preguntas formuladas por los miembros del Jurado Evaluador y el público presente.

El Jurado después de deliberar sobre aspectos relacionados con el trabajo, contenido y sustentación del mismo y con las sugerencias pertinentes y en concordancia con el artículo 71º y 111º del Reglamento General de Grados y Títulos, vigente de la Universidad Nacional del Santa; considera la siguiente nota final de Evaluación:

BACHILLER	CALIFICACIÓN	CONDICIÓN
XIOMARA JASMIN RIVERA CORDOVA	17	Aprobada

Siendo la 12: 10 p.m. se dio por terminado el Acto de Sustentación y en señal de conformidad, firma el Jurado la presente Acta.

Nuevo Chimbote, 07 de noviembre de 2025


MAG. ESMILA CALDERÓN REYES
PRESIDENTE


MAG. JAMES STUARD SOLÍS GODOY
INTEGRANTE


MAG. MANUEL BALTASAR SARANGO IBAÑEZ
INTEGRANTE

RECIBO DE TURNITIN



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: James Solis
Título del ejercicio: INFORME TESIS
Título de la entrega: INFORME TESIS
Nombre del archivo: TESIS_JASMIN_RIVERA_CORREDIDO_25.09.2025_4PM_1.docx
Tamaño del archivo: 5.44M
Total páginas: 120
Total de palabras: 30,437
Total de caracteres: 159,560
Fecha de entrega: 03-oct-2025 09:07a. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 2769768018



REPORTE PORCENTUAL DE TURNITIN

INFORME TESIS

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%	11%	1%	3%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

5%

★ hdl.handle.net

Fuente de Internet

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 20 words

DEDICATORIA

A mi querida familia, por siempre estar a mi lado en los momentos de alegrías y desafíos, por su aliento cuando la distancia fue inevitable por buscar un futuro mejor.

En especial, a mi padre Wender, quien ha sido mi roca inquebrantable, siempre apoyándome en todo momento y más, en lo difícil; también, a mi madre Angelica por enseñarme a ser fuerte frente a las adversidades.

A mis hermanos y sobrinos, quienes son mis fuentes inagotables de motivación y superación para querer salir adelante y no desistir en el camino.

Por inspirarme cada día a ser mi mejor versión, este logro académico también es de ellos.

Jasmin

AGRADECIMIENTO

A toda la plana docente de la escuela profesional de Comunicación Social de la UNS, por haber formado académicamente y fortalecido mi vocación en aulas.

A mi asesor Mag. James Stuard Solís Godoy, agradezco de manera especial, por su paciencia, dedicación y sugerencias para corregir y mejorar este trabajo.

A mi amiga Belinda, por estar dispuesta a apoyarme en este proceso largo de investigación.

La autora

ÍNDICE

CARÁTULA	i
HOJA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR	ii
HOJA DEL AVAL DEL JURADO EVALUADOR	iii
ACTA EVALUACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE LA TESIS	iv
RECIBO DE TURNITIN	v
REPORTE PORCENTUAL DE TURNITIN	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCIÓN	15
1.1. Descripción y formulación del problema	15
1.2. Objetivos	21
1.3. Formulación de la hipótesis	22
1.4. Justificación e importancia	22
II. MARCO TEÓRICO	23
2.1. Antecedentes	23
2.2. Teorías	29
2.2.1. La credibilidad periodística	29
a. Fundamentos teóricos del periodismo informativo	29
b. Concepción de la credibilidad periodística	30
c. Definición de credibilidad periodística	32
d. Criterios para obtener una credibilidad periodística	32
e. Dificultades en el periodismo para lograr la credibilidad	33
f. La calidad informativa como condición de la credibilidad	34
g. Medición de la credibilidad periodística	35
h. Dimensiones de la credibilidad periodística	36
i. Programas televisivos objeto de estudio	42

2.3. Marco conceptual	43
III. METODOLOGÍA	44
3.1. Método	44
3.1.1. Tipo de investigación	44
3.1.2. Método de la investigación	44
3.1.3. Diseño de la investigación	45
3.1.4. Población y muestra	45
3.1.5. Dimensiones e indicadores	49
3.1.6. Técnicas de recopilación de datos	51
3.1.7. Validación y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos	51
3.1.8. Procedimiento de recolección de datos	52
3.1.9. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	52
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	53
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70
VII. ANEXOS	80
Anexo N.º 1	81
Anexo N.º 2	83
Anexo N.º 3	86
Anexo N.º 4	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Niveles de la credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en el casco urbano de Sechura, 2025.	54
Tabla 2	Niveles de veracidad de los programas en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.	55
Tabla 3	Niveles de la dimensión Veracidad según sus indicadores en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.	56
Tabla 4	Niveles de confiabilidad en los periodistas en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.	57
Tabla 5	Niveles de la dimensión Confiabilidad en los periodistas según sus indicadores en Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.	58
Tabla 6	Niveles de conformidad con el lenguaje en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final	59
Tabla 7	Niveles de la dimensión Conformidad con el lenguaje según sus indicadores en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.	60
Tabla 8	Niveles de rigor informativo en las noticias de los programas en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final	61
Tabla 9	Niveles de la dimensión Rigor informativo en las noticias según sus indicadores en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Distribución porcentual según niveles de la credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en el casco urbano de Sechura, 2025.	54
Figura 2	Distribución porcentual según niveles de veracidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en el casco urbano de Sechura, 2025.	55
Figura 3	Distribución según la valoración de los indicadores de la dimensión Veracidad en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.	56
Figura 4	Distribución porcentual de la confiabilidad en los periodistas de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en el casco urbano de Sechura, 2025.	57
Figura 5	Distribución según la valoración a los indicadores de la dimensión Confiabilidad en los periodistas en Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.	58
Figura 6	Distribución porcentual de la conformidad con el lenguaje en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.	59
Figura 7	Distribución según la valoración de los indicadores de la dimensión Conformidad con el lenguaje en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.	60
Figura 8	Distribución porcentual del rigor informativo en las noticias de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en el casco urbano de Sechura, 2025.	61
Figura 9	Distribución según la valoración de los indicadores de la dimensión Rigor informativo en las noticias en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.	62

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar la credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025. Todo el trabajo se ciñó estrictamente dentro del enfoque cuantitativo, en lo referente al diseño, este fue descriptivo. La población comprendió a los 8690 pobladores del casco urbano de la provincia de Sechura, mediante el muestreo probabilístico se determinó la muestra a 353 personas. La técnica utilizada fue la encuesta personal, anónima y aplicada en forma presencial, el instrumento fue un cuestionario con 19 interrogantes. Los resultados se procesaron con el soporte estadístico electrónico Excel para la obtención de recuentos en tablas y gráficos tanto circulares como de barras simples. En cumplimiento al objetivo general, se pudo concluir que hasta un 51.6 % de los pobladores que habitan en el casco urbano del distrito de Sechura consideran que el programa dominical denominado “Cuarto Poder” tiene alta credibilidad entre los programas dominicales nocturnos. En segundo lugar, la mención la ocupa “Panorama” (30.6 %) y finalmente “Punto final” con la más baja credibilidad (17.8 %).

Palabras clave: Credibilidad, programas televisivos, rigor informativo y veracidad.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the level of credibility of the television programs Panorama, Cuarto Poder and Punto Final in the urban area of Sechura, 2025. All the work was strictly within the quantitative approach, no innovative input was required through experiments in terms of design, this was descriptive. The population comprised 8,690 inhabitants of the Sechura Province, by probabilistic sampling the sample was reduced to only 353. The variable was measured using a personal survey technique, anonymous and administered in person; the instrument was a questionnaire with 19 questions. The results were processed with the electronic statistical support Excel for obtaining counts in charts and graphs both circular and simple bar. Meeting the overall objective, it was concluded that up to 51.6 % of the inhabitants living in the urban area of the district of Sechura consider that the Sunday program called "Fourth Power" rating in the distinction of high credibility among Sunday night programs. Second, the mention is "Panorama" (30.6 %) and finally "Punto final" with the lowest credibility (17.8 %).

Keywords: Credibility, television programs, informative rigor and truthfulness.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En una sociedad que se caracteriza por su constante inestabilidad político y económica, sumada a diversas crisis de inseguridad, corrupción, burocracia, etc., el periodismo cobra especial importancia como contrapeso del poder desde la fiscalización y defensa de la verdad, inclusive la justicia tal como se verá a continuación.

La ausencia de credibilidad en el periodismo es un fenómeno muy conocido. Urrego (2019) se ha referido al estudio realizado por Reuters Institute denominado Reuters Institute Digital News Report 2017, en el que se demuestra que la confianza en 36 países respecto a las noticias sigue en descenso (p. 92). Por su parte Santos (s.f.), ha invitado a reflexionar sobre la dinámica mercantilista que aplica un sector de la élite periodística y ha perjudicado su credibilidad. Asimismo, en Estados Unidos se le reconoce como periodismo de mercado (marken-drive-journalisme) a aquellas prácticas que solo anhelan la máxima rentabilidad con las informaciones y siendo así la forma en que se organizan y producen las redacciones se pierde seriedad (párr. 7).

De acuerdo a Cisión, empresa de Comunicación y Relaciones Públicas, en su informe anual sobre la situación mundial de los medios del 2023, en el que se entrevistaron a 3132 colaboradores en más de 15 mercados del mundo, pudo obtenerse dos conclusiones que revelan la falta de credibilidad periodística: una es la necesidad de garantizar la credibilidad y la otra es la falta de resguardo en el equilibrio de las informaciones, ambos son considerados como retos de relevancia enorme que afrontan los periodistas, ello como medición al contexto de la industria de las informaciones (Asociación de la Prensa de Málaga, 19 de julio del 2023, párr. 1).

Newman (17 de junio del 2024), al abordar la credibilidad que se tiene en las informaciones periodísticas, señala que hay una cifra aproximada al 40 % de televidentes que las prefiere y ello durante el último año se ha mantenido estable,

el especialista destaca a Finlandia como país con un 69 % de ciudadanos con altos niveles de confianza, Hungría y Grecia con un 23 % quedan como los más bajos.

Un declive notorio lo tuvo Argentina al pasar del 77 % de confianza en el periodismo en el año 2017 a un actual 45 % de credibilidad en las informaciones periodísticas (párr. 5).

Los niveles de credibilidad en los medios informativos se redujeron casi a la mitad en el Reino Unido desde el año 2015, esto va a la par con la disminución del interés por lo político. Cabe precisar que, hay una tendencia que se caracteriza por la evasión selectiva de informaciones, la cual es creciente. Por cada diez, son cuatro los admiten que evitan conocer de noticias de actualidad, los incrementos más preocupantes ocurren en Alemania España, Finlandia y Brasil. Las audiencias comienzan a sentirse bien en temas como los deportes, música y demás entretenimientos (párr. 5).

En el ámbito nacional, Navarrete (2020) afirma con preocupación que el tratamiento noticioso suele emplear un lenguaje audiovisual muy similar al usado en las series de televisión o películas, eso es algo que tiende a generar emociones en los públicos, de ese modo dificulta el análisis claro de los hechos conforme han sucedido. Y son muchos los especialistas, quienes explican que en la actual televisión se exageran las representaciones de la realidad. La cuota de espectacularización presente en las informaciones periodísticas impone algo diferente a la realidad y así resulta percibida (p. 10).

Para Cueva (2024) el escenario peruano es muy claro, más de la mitad de personas que se encuestan (aproximadamente un 53 %) se han declarado muy interesados en información periodística, y el alcance en el país de los medios principales se ha mantenido en gran medida. En cuestión de sintonía, Panamericana TV Noticias mantiene un 19 % en su audiencia semanal y un 10 % tres días a la semana, América Televisión un 44 % en una semana y la mitad en días solo 30%, este último canal es muy similar a Latina, pues mantiene un 44 % en una semana, pero 31 % en tres días (párr. 12).

En ese contexto, de la alta demanda informativa, Cobos (2021) explica que el incremento del consumo de información no necesariamente genera mayor claridad, sino que puede producir incertidumbre y confusión. Además, señala que muchos responsables o gestores que cubren dichas crisis no cuentan con datos suficientes, lo que incrementa la presión desde la sociedad civil a los medios de comunicación para otorgar soluciones y explicaciones (párr. 9).

Mayoral, et al. (2019) explican que el origen de la falta de ética en periodistas radica en la desinformación intencionada o con la difusión de noticias falsas, fenómenos que no son completamente nuevos. Los periodistas han convivido con la deformación, la mentira interesada o manipulaciones de noticias desde sus inicios, el costo ha sido la pérdida o deterioro inmediato de la credibilidad. Si se toma en cuenta una perspectiva histórica, la pérdida de credibilidad periodística es un riesgo latente desde que surgió el vigente modelo o esquema de periodismo informativo dado que puede caer bajo intereses comerciales o ideológicos, allí radica su anomalía histórica, es decir, sujetar el ejercicio al criterio impuesto de alguna voluntad imperante (p. 395).

Vázquez-Barrio et al. (2021) ha precisado que todo descrédito de los medios periodísticos está inmerso como posibilidad en el diseño de negocio con el que funciona la prensa, ello no ha cambiado con la llegada del entorno digital (p. 194). Del Valle (2019) añade que las causas de la incredulidad ante los medios que informan radican básicamente en la ausencia de precisión, así como calidad en las informaciones, ausencia de veracidad informativa y difusión anticipada o a destiempo (p. 68).

La credibilidad de los medios es tan cuestionada que en ocasiones trascienden escándalos como lo resaltado por el Instituto Prensa y Sociedad (2021) al difundir la renuncia de un grupo de periodistas al programa Cuarto Poder. Según el comunicado del exreportero de la unidad de investigación de ese programa, Daniel Yovera, estos tomaron dicha decisión al mostrarse en desacuerdo con la reciente línea informativa del canal, ya que colisionaba con los principios rectores del derecho a las informaciones y la ética periodística, dicho gesto recibió la solidaridad de compañeros periodistas del noticiero América Noticias, inclusive

de Canal N, otro de los medios de propiedad del grupo El Comercio (párr. 1). El tema de la ética periodística resulta muy cuestionable porque cada cierto tiempo se observan casos muy mediáticos, Caballero (2022) al analizar el rol del periodismo en el transcurso de la campaña en circunstancias de la segunda vuelta electoral entre abril y junio del año 2021 en Perú, cuestionó que los discursos periodísticos de diarios como Ojo y Trome, diarios populares del Grupo El Comercio buscaron orientar en sus portadas pueda asociarse la idea del comunismo a la par del odio, la violencia y el terrorismo, todo eso en contraposición a la paz, la libertad y la democracia, inclusive hasta reiteradamente descalificaron las propuestas económicas del candidato Pedro Castillo, además de una estigmatización de su persona con el hambre y la pobreza (p. 74).

Asorza (2021) atribuyó falsedades difundidas en el programa Rey con Barba en Willax Televisión durante la pasada crisis sanitaria, cuando comenzó a circular versiones de que la ivermectina contribuía favorablemente a los tratamientos y prevención del COVID – 19, desde dicho espacio se expuso un cuadro comparativo en el que esbozaban bondades supuestas de la ivermectina, esto impactó en el público que esperaba desde la ciencia médica algún fármaco que cure o ayude a prevenir tal enfermedad, se trató de una fake news o noticia falsa que engañó a los televidentes, hasta tuvo repercusiones en las redes sociales, esto contribuyó con la desinformación. El propio Colegio de Médicos del Perú a través de redes sociales aclaró lo falso de tal manipulación al catalogarla como nefasta infodemia (p. 53).

Saavedra (27 de noviembre del 2024), informó que Diana Seminario, periodista de El Comercio, mencionó en una columna que el Tribunal Constitucional (TC) estableció como "improcedente" la demanda competencial que presentó el Parlamento por el cierre de dicho poder el 2019, tal afirmación fue desmentida por Salvador del Solar, primer ministro de entonces, primero lo hizo en redes sociales, luego encaró a la periodista en una entrevista en vivo. El aludido señaló que el término correcto es declaración "infundada" tal como corresponde a lo juzgado, tras la aclaración solicitó las disculpas públicas, la periodista aceptó la aclaración, pero negó el hecho de haber mentido y no se disculpó conforme a lo exigido (párr. 1).

En cuanto a los niveles actualizados de la sintonía de programas informativos, tradicionales, a nivel nacional, de lo poco que existe se halló que CONCORTV (2018) identificó a la región Piura con una preferencia del 7 % de personas que sintonizan algo en el televisor diariamente. Cabe precisar que, según un estudio nacional sobre los consumos radiales y televisivos, en los resultados promedio para las regiones, se conoció que hasta un 76 % se mantiene satisfecho con la producción informativa en sus ciudades o regiones, solo un 17 % está poco satisfecho (pp. 42-45). Debe precisarse que, en Piura, Latina cuenta con un corresponsal para envíos esporádicos, en el caso de América Televisión si tienen un noticiero local. CONCORTV (2019) realizó un estudio en base a 432 piuranos como muestra, en sus resultados se conoció que hay un notorio descenso de la tenencia de televisión por cable, en el año 2017 la preferencia de dicho servicio alcanzó hasta un 56 %, para el año 2019 solo fue de un 46 %. En dicha región, hasta 11 personas ven televisión a diario (p. 53).

El Instituto de Estudios Peruanos (2024), ha establecido que, en lo concerniente a la confianza depositada en los medios de comunicación, existe un 9 % mucha confianza, un 27 % solo algo, para un 36 % un poco, un 28 % simplemente nada y solo un 1 % desconoce al respecto o no opina. Si se trata desde la perspectiva de macrozonas, en el norte del país un 11 % tiene plena confianza en los medios de comunicaciones, un 30 % tiene algo de confianza, un 35 % un poco, un 23 % nada y un 1 % desconoce al respecto o no opina (p. 36).

Debe considerarse que el aporte de la tendencia es complementada también por lo proporcionado por el Observatorio de Medios, iniciativa de Calandria y CONCORTV expuesto por Chávez (21 de noviembre del 2023), describen que la transformación es experimentada gracias a las tecnologías informáticas y que las comunicaciones ha desplazado en gran medida a los medios tradicionales, en el caso de la televisión de señal abierta, esta alcanzó una preferencia del 56 % de la población en el año 2017, luego ascendió a un 74 % en el 2019, pasó luego a un 41 % en el 2022, sin embargo pudo conocerse que el 75 % de peruanos tienen preferencia por el consumo diario de televisión en su localidad producida por emisoras propias de cada ciudad o región, ello revela un enorme interés por hallar contenidos sobre temas más específicos y relevantes de cada región (párr. 4).

En Perú los tres programas periodísticos dominicales más antiguos y que suelen tener un alto nivel de sintonía en el ámbito nacional son Panorama (canal Panamericana), Cuarto Poder (canal América) y Punto Final (canal Latina), sin embargo, no se cuenta con indicadores de rating actualizados por provincias. Media Map Perú (2024) al referirse a Piura, ha señalado en cuanto al consumo de medios, que el 38.3 % del piurano se mantiene en lo tradicional (radio, televisión, etc.) y el 59.2 % ya migró a lo digital, de manera más específica, la región piurana cuenta con 407 medios digitales de un total de 623 encontrados en su macrorregión, dicha cifra equivale el 65.3 % de la totalidad de plataformas informativas, en Lambayeque se encuentra un 31,1 % (194) y Tumbes tiene el 3.5 % (22 medios) (párr. 4).

Lovatón y Zapata (2020) describen los programas dominicales como productos basados en reportajes de investigación, de interés social que se emiten cada domingo en los canales televisivos de señal abierta, sus contenidos son generalmente sobre temas de coyuntura o actualidad, aunque con predominio de lo social y político. Suelen ser realizados en vivo (p. 21).

El programa dominical “Cuarto Poder” se transmite por América Televisión, quien lo conduce la periodista Sol Carreño de 8 p.m. - 10 p.m. Su oferta informativa se basa en investigaciones informativas y entrevistas. El programa “Punto Final” cuya conducción recae en la periodista Mónica Delta, se transmite por Latina Televisión de 8 p.m. - 10 p.m. “Panorama” es el más antiguo programa de análisis periodístico de la televisión nacional (inició en el año 1982), su conducción la asume la periodista Carla Muschi a través de Panamericana Televisión.

Expreso (2022) reportó que los programas periodísticos perdían sintonía por la audiencia, ‘Cuarto Poder’ (América Televisión) obtuvo 7.8 puntos, mientras que ‘Punto final’ (Latina) logró 4.4 puntos y ‘Panorama’ (Panamericana Televisión) logró apenas 3.9 puntos, las conductoras de dichos programas son reconocidas como influyentes, sin embargo, no pueden consolidar un buen rating como antes (párr. 1).

Los programas mencionados siguen funcionando y corresponde a los académicos analizar en detalle las emisiones, así como también la recepción de sus contenidos, los públicos tienen sus posturas y es factible conocerlas. Antes, los televidentes esperaban a los mencionados dominicales para enterarse de información relevante y de actualidad, sobre todo en política, sin embargo, muchos programas alternativos ya obtienen buenas primicias y denuncias que estremecen a la opinión pública. La cercanía con el poder ha involucrado muchas veces a periodistas y directivos de estos grandes medios, principalmente en la capital.

Existe otro dato más, que proporciona un panorama respecto a la falta de estudios de consumo televisivo, en el año 2017 ascendió al 56 %, en el año 2019 un 46 %, para el año 2020 ascendió a 47 % y un 90 % para el año 2022 (Ministerio de Transportes y Comunicaciones, 2022, p. 20). Si bien es cierto que en Sechura están presentes las televisoras de alcance nacional y también periodistas independientes en escasas señales de cable y algunos novedosos mediante streaming creando contenidos periodísticos multimedia, no hay información publicada respecto a sus audiencias, tampoco se ha podido registrar investigaciones de consumo noticioso ni sondeos para conocer de las preferencias informativas en dicho lugar, por ello la necesidad y actualidad del tema a tratar.

La formulación del problema fue: ¿Qué credibilidad tienen los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Describir la veracidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025.

Describir la confiabilidad en los periodistas en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025.

Describir el lenguaje en las informaciones empleados en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025.

Describir el rigor informativo en las noticias en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025.

1.3. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Por tratarse de más de un medio de comunicación fue muy difícil hipotetizar las posibilidades en grupo, por ende, quedó descartada la formulación de hipótesis en el presente estudio.

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El estudio revistió una enorme conveniencia ya que interesa a los periodistas, jefes de prensa y editores como directos involucrados en el ejercicio periodístico, también le incumbe a los colectivos de ciudadanos veedores de medios de comunicación, inclusive ciudadanía en general.

La relevancia social estuvo presente porque la temática implica una enorme sensibilidad por el valor enorme del periodismo en una sociedad. Es imprescindible en una democracia un periodismo serio, responsable y ético, los públicos esperan informarse con seriedad. Existen gremios periodísticos que

promueven un ejercicio ejemplar para producir informaciones periodísticas de utilidad.

La perspectiva teórica se ciñó a la construcción de ciudadanía, es decir, la construcción democrática en que las prácticas informativas constituye un servicio social para fortalecer una sociedad ya que al proporcionar información esta ha de ser creíble, por tanto, el rol del periodismo se ha de asumir como una práctica responsable con todo su trabajo. Asimismo, este estudio extendió un sucinto fundamento cuya delimitación abordó la credibilidad como atributo de los receptores de acuerdo a Azran y Hasyat (2019), pero a la vez como vínculo entre medios de comunicación y opinión pública según Estremadoyro (2009, p. 136) y en conjunto denotó teóricamente la convergencia de la psicología y la comunicación desde Palau y Vásquez (2015) precisando que la confianza es un factor objetivable y accesible de medir.

Las implicancias prácticas del estudio se evidenciaron en cada una de las recomendaciones que se generaron al culminarse la investigación, estas fueron concretas y puntuales para responsables definidos, asimismo, pudo prestarse atención a una comunicación periodística que resulta sensible de prestar atención por sus consecuencias en la vida cotidiana (aceptación o rechazo).

Como utilidad metodológica, se aportó con un instrumento original y gracias a su utilidad otros investigadores podrán replicarlo en nuevas investigaciones para extender y profundizar más respecto a la credibilidad periodística de medios cuyo alcance es nacional.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

INTERNACIONALES

En España, Soengas, et al. (2023) se propusieron indagar si hay un consenso respecto a los parámetros que definen, identifican y valoran la credibilidad en el espectro televisivo público de España, estudio cualitativo y no experimental, se

contó con entrevistas a expertos académicos, investigadores y profesionales, en los resultados pudo conocerse que la credibilidad podría perderse progresivamente si los informativos televisivos abandonan su rol de referentes para las audiencias por una continuada y paulatina pérdida en la calidad de lo que emiten, mucho peor aún si se trata de un medio con buena reputación y larga trayectoria. La muestra contó con 17 investigadores/as y comunicadores profesionales. Como transversal conclusión se manifestó que la credibilidad constituye un constructo con multidimensionales componentes, producto de un proceso en el que intervienen factores profesionales y filtros éticos que han de condicionar las percepciones de los hechos afectando cada punto de vista en los ciudadanos (p. 10).

Alcalá-Santaella, et al. (2021) se plantearon como objetivo conocer los factores influyentes en la credibilidad y el interés por la noticia, las posibles interdependencias entre ellos y en qué medida lo hacen. Investigación de naturaleza cuantitativa con un alcance correlacional y descriptivo, tuvo como muestras a 50 participantes a quienes se le aplicó una encuesta online a través de un panel que arrojó como resultado que, claramente destaca un atributo del resto, se trata de la vía de acceso al suceso (por ejemplo, si está implicado algún personaje público destaca en forma positiva con una mayor credibilidad dada la popularidad) que aporta un 28 % el interés de una noticia y el 29 % la credibilidad, por ello, es la vía, la clave por la que se descubre el titular, esto demostrará mayor o menor credibilidad de una noticia, concluyendo así que, el interés y la credibilidad dependerá de muchos factores, siendo la vía el factor más influyente por la que la noticia accede, siguiéndole otros más que tienen relación con el contenido como por ejemplo, el estilo de redacción, el título, la credibilidad y el interés (p. 748).

Mayoral, et al. (2019) tuvieron como objetivo estudiar la pérdida de la credibilidad periodística desde el ámbito de la perspectiva histórica, la investigación fue de naturaleza mixta, contemplando la exploración cualitativa y cuantitativa, se realizó una muestra aleatoria simple y utilizó el cuestionario como método de recolección de datos, llegando a obtener como resultado que, el tipo de periodismo tanto riguroso como el informativo presume una rareza histórica debido a que los intereses comerciales e ideológicos han asignado sus razonamientos en las

prácticas dominantes del periodismo; de esa manera se puede concluir que el inconveniente para que haya una expresa falta de credibilidad en los medios de comunicación o en los periodistas no procede necesariamente de los fake news o de la desinformación (p. 406).

Desde Colombia, Cobos (2021) se trazó como objetivo descubrir el hábito de consumo de los medios noticiosos, así como también, la confianza y percepción de credibilidad que se tenían a los medios. La investigación fue cuantitativa con un alcance descriptivo y exploratorio de contingencia generada y tuvo a 2.084 personas de todo el país como parte de su muestra a quienes se les aplicó un cuestionario de 34 interrogantes para recolectar datos. Como resultados se obtuvo que, durante la pandemia en primer lugar primó el consumo de las redes sociales y en segundo lugar la prensa digital y el noticiero, teniendo una pésima credibilidad de los medios, una negativa percepción y falta de confianza en los medios nacionales El Tiempo y Canal 1. Se llegó a concluir que, la audiencia colombiana, durante los primeros meses de confinamientos preventivo por la pandemia, optó por utilizar de manera preponderante en todas las opciones a las redes sociales como canal para informarse acerca de la Covid-19 y todo con respecto al tema (p. 124).

Vásquez-Barrio, et al. (2021) se propusieron investigar las actitudes de las personas hacia el consumo de la información con la finalidad de establecer los elementos que conforman la credibilidad de las noticias y atraer las explicaciones acerca del nivel de confianza en las noticias y en los medios periodísticos online que proceden de fuentes ajenas. Investigación de tipo cualitativa que tuvo como muestra aleatoria simple a cuatro grupos mixtos que pertenecían a un nivel socioeconómico medio y que residían en la Comunidad Autónoma de Madrid a quienes se le aplicó el cuestionario como medio de recolección de datos, obteniendo como resultados que el internet brinda un canal de comunicación y expresión de los intereses, pensamientos y actividades propias, especialmente mediante las redes sociales a quienes se les describe también como un medio libre y abierto; de esa manera se pudo afirmar como conclusión que, la credibilidad de una noticia dependerá únicamente de la creencia que tiene el consumidor al medio de comunicación que lo difunde (p. 207).

Del Valle (2018) tuvo como objetivo, indagar el sentir de la audiencia con respecto a las nuevas tecnologías y a la prensa, asimismo, identificar el nivel de confianza que los aceptantes les atribuyen a los medios señalados y el motivo del por qué sucede ello; investigación de tipo cualitativa que tuvo como muestra a 600 personas a quienes separó en tres grupos, donde para el primer grupo utilizó el análisis pormenorizado, en el segundo grupo la técnica de la observación y al último grupo se le aplicó el análisis de contenido de 15 medios de comunicación que se encuentran ubicados en tres zonas elegidas. Como resultado, un 76 % que representa a la mayoría de los encuestados aseguraron que los medios de comunicación tradicionales no son de confiar. Del 76 % solo un 25 % de los receptores aseguraron que los medios de comunicación antiguos jamás han sido de confiar y el 51 % aseguró que actualmente no creen en los medios; de esa manera se pudo concluir que, el internet y la prensa fueron los medios con mayor credibilidad para la audiencia estudiada; sin embargo, como en la muestra elegida fueron considerados lectores constantes de los diarios impresos, cabe indicar que las tecnologías nuevas van avanzando mucho más rápido que otros medios en la preferencia del público, sobre todo en los jóvenes (p. 304).

NACIONALES

Vásquez (2023) se planteó como objetivo examinar la forma en que las informaciones periodísticas emitidas por medios informativos peruanos en televisión guardan relación con la credibilidad ciudadana. En su metodología, se trató de una investigación de tipo correlacional, de enfoque cuantitativo, y aplicada. La muestra se conformó por 386 participantes del distrito Los Olivos, fue necesario utilizar un cuestionario. Como resultados, pudo conocerse que hasta un 67.4 % correspondió a una cifra equivalente a 260 encuestados que admitieron que las informaciones que reciben son a través de la televisión. En conclusión, existe relación significativa entre la información periodística y la credibilidad ciudadana, por tanto, fue una correlación regular (p. 64).

Miranda (2021) estableció como objetivo contrastar el parámetro de credibilidad respecto a la veracidad del programa televisivo de corte periodístico “Beto a Saber” según los jóvenes del centro poblado El Milagro. Estudio de enfoque

cuantitativo, no experimental y descriptivo simple. La muestra aleatoria comprendió a 150 jóvenes entre mujeres y hombres de la jurisdicción referida. Se consideró una encuesta personal. Los resultados revelaron que para el mayoritario 51.3 % de los jóvenes encuestados el nivel de credibilidad respecto al producto televisivo “Beto a Saber” es simplemente medio, para un 28 % el nivel es bajo, aunque para un 11.3 % es alto. Se concluyó que si bien existe una controversia en torno al mencionado programa existe un nivel intermedio sobre la credibilidad de la veracidad, para los jóvenes se trata de un referente de transparencia, sin embargo, ello es suficiente para generar confianza desde su público consumidor (p. 28).

Cuentas (2020) se propuso estudiar las tipologías de las fake news en redes sociales que difundieron noticias acerca del nuevo coronavirus y además, establecer los resultados de la credibilidad en los medios de comunicación en la ciudad de Arequipa en el año 2020. Estudio cuantitativo no experimental de corte transeccional descriptivo que utilizó el cuestionario de encuesta para recolectar la información que permita conocer cuál es el impacto que tuvo en la población luego de que se difundieran las fake news, comprobándose que los medios de comunicación no son los únicos responsables de la desinformación pero que sí influyen directamente en la credibilidad del medio. Como resultado de la investigación se tuvo que, el 48 % de los encuestados consideraron que es por la desconfianza del periodismo el motivo de la creencia en las fake news, mientras que el 21 % se encontró de acuerdo totalmente con ello, concluyendo que, durante la pandemia, en las redes sociales se difundieron distintas notas que presentaban característicos sucesos propios de las fake news con respecto a la COVID-19, de esa manera, en ese grupo de desinformación se hallan las noticias fabricadas con falsos contextos, las noticias engañosas y las manipuladas (p. 114).

Sandoval y Miranda (2019) se plantearon como objetivo analizar de qué manera afectan las fake news en la red social Facebook a la credibilidad según los jóvenes entre los 18 a 35 años de edad en la ciudad de Lima, específicamente la atención estuvo en medios digitales de comunicación como La República, América televisión y el Comercio en cuanto al caso “Alan García y su suicidio”. Investigación de tipo cualitativa que tuvo como muestra a jóvenes entre 18 y 25

años de edad escogidos por medio del muestreo aleatorio simple y que utilizó la encuesta como medio de recolección de datos. Se obtuvo como resultados que lo que afectó en cierta medida la credibilidad de los medios, fueron las noticias falsas, al manipular contenidos y datos con el fin de que se difundan conjuraciones que impliquen al gobierno como a los propios medios, generándose de esa manera, la desinformación. Se llegó a concluir que, los fake news que se popularizaron en la red social Facebook con respecto al suicido del ex presidente Alan García, fueron clasificadas en ocho tipos según las contribuciones de los autores que se mencionan en el análisis de contenido, las mismas que se caracterizan por imitar el formato de la noticia periodística: Utilizar colores llamativos en sus imágenes, utilizar falsos titulares, diseñar contenido falso, textos con faltas ortográficas, apelar a las emociones y prejuicios del público ante un desenlace impactante sobre un personaje polémico como Alan García, redactar su nota en mayúsculas apelando a la indignación y utilizar contenido de los propios medios de comunicación (p. 116).

Quisocala (2019) se propuso como objetivo conocer la actitud de la población respecto a la credibilidad de los medios de comunicación masiva correspondiente al proceso de elaboración de noticias en la ciudad de Arequipa. Investigación cuantitativa de alcance descriptivo con diseño no experimental de corte transversal que tuvo como muestra a 400 personas a quienes se les aplicó el cuestionario de encuesta como técnica de recolección de datos, obteniendo como resultado que solo el 2 % respondió tener una credibilidad favorable respecto a los medios de comunicación, mientras que el 16 % desfavorable y el 0,25 muy desfavorable, ello que nos indica que la credibilidad hacia los medios es crítica. Se concluye que el manejo de la pluralidad informativa de las fuentes, así como de otros factores que involucran a los medios de comunicación, no están siendo tomadas en cuenta al momento del tratamiento de las noticias a publicar, por ello, se reconoce que existen circunstancias en donde los medios pueden llegar a ser manipulados (p. 115).

LOCALES

No se encontró investigaciones anteriores en la localidad.

2.2. TEORÍAS

2.2.1. LA CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA

a. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL PERIODISMO INFORMATIVO

El ejercicio del periodismo informativo como legado del periodismo norteamericano en occidente se caracteriza por ser pragmático, serio e impersonal, a continuación, las teorías que proporcionan centralidad al respecto:

- **Teoría de la autorrepresentación del comunicador.** Maletzke (1992), indica que consiste en la proyección hacia un público por parte de los periodistas, la cual se erige como una representación de lo mejor que quiere de sí el que comunica, en ese sentido, la objetividad se convierte en un atributo de valor al que se aspira y se procura en sus quehaceres y función social como tal (p. 62). Moraga (2023) complementa el soporte de la objetividad al traer a colación el “imperativo categórico” del filósofo alemán Emmanuel Kant, el cual alude a la acción de todo individuo motivado siempre a llevar presente una voz interior que exige cumplir con todo el deber, porque todos sabemos qué es lo que tenemos que hacer (p. 40).
- **Teoría del procesamiento de la información.** Fue establecida por Sughan (1980) en ella se ha establecido que precisamente por la capacidad que tienen los consumidores de tomar decisiones en contextos de incertidumbre o riesgo, es necesario sopesar opciones, de procesar para reducir los costos que se puedan asociar y ello lo plantean con sus decisiones de consumo. Los consumidores escogen o seleccionan con conocimiento de causa un medio o un programa, así se manifiesta el goce de la credibilidad, con dicho valor se asume que deja atrás los riesgos de eventualmente equivocarse (p. 100). Los seres humanos sostienen su existencia en la esperanza para no sucumbir ante la incertidumbre y desesperación, para ello satisfacen necesidades concretas. De acuerdo a Calvo-

Porral et al. (2014) la “Teoría del procesamiento”, aporte exclusivo para entender la credibilidad de los medios, asume que los individuos tienen en su capacidad cognitiva la posibilidad de conocer, pero van más allá al otorgar valoración a algo, en ese sentido, los consumidores de informaciones determinan qué tan creíble es una noticia y por ende que condición de credibilidad ostenta un determinado medio (p. 302). La necesidad de informarse se enmarca como una expectativa por creer en lo que realmente acontece, desde la perspectiva del periodismo, se trata de la necesidad de recibir informaciones serias y puntuales. Y, a partir de esta teoría, se ha visto la necesidad de complementarla con el aporte de O’keefe (2022, p. 12), quien desarrolla los niveles de la credibilidad con las siguientes dimensiones: Veracidad de los programas, Confiabilidad en los periodistas, Lenguaje en las informaciones y rigor informativo.

b. CONCEPCIÓN DE LA CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA

Palau y Vásquez (2015) precisan que Tseng y Fogg enmarcándose en la psicología, alcanzaron a ver el surgimiento de las preocupaciones académicas respecto a la credibilidad, esto ocurrió a mediados de la década pasada, con un desarrollo especial en campos como la psicología y la comunicación. Asimismo, la confianza resulta objetivable y los niveles de fiabilidad pueden medirse. Se manifiesta la fiabilidad por determinados productos que son externos al individuo. La credibilidad se vincula con la percepción, aquí puede reconocerse la influencia de dos claves elementos, uno es la confiabilidad porque puede percibirse la moralidad o la bondad de la fuente, allí se incorpora el sentido de la retórica, del ethos y por ende de la veracidad, muy distinto a lo tendencioso. La credibilidad presupone el sentido común, puede ser reconocida por terceros, basta la simple inspección para reconocerla y se adquiere por la experiencia. Desde el aporte de Metzger, la credibilidad debe entenderse por la pericia y la fiabilidad de la fuente por proporcionar alguna información. La credibilidad podría ser una especie de fenómeno derivado de la confianza, por tanto, constituye una característica atribuida o un rasgo a individuos, a organizaciones, medios o a sus productos comunicativos, sean textuales, orales, escritos o con códigos audiovisuales, por algún receptor respecto a algo (hechos, eventos, etc.). El análisis de la credibilidad proviene desde mediados del pasado siglo. La reflexión desde Estados Unidos

optó por el concepto de credibilidad concentrándose en factores interpersonales que se fijan en la fuente de los mensajes, inclusive del medio que los difunde, desde la posición germánica se ha priorizado a la confianza a modo de macro o mezzo, dependiendo así de la función que cumplen los medios (pp. 15 - 18).

Palau y Gómez (2015) señalan que la confianza es un fundamental pilar de la vida social, ya que sin confiar en quienes tenemos un trato directo o con los que nos rodean, incluyendo a las instituciones, las organizaciones políticas, sociales, culturales, los medios de comunicación, entre otros, no sería simplemente posible poder vivir en sociedad. La confianza une a los miembros de una cultura. La credibilidad periodística puede definirse como un fundamental elemento para garantizar la misma supervivencia económica, es decir, como legitimadas instituciones para dar cuenta de la realidad, a la vez constituye un soporte que implica una responsabilidad democrática (p. 12).

Jaimes (2019) constituye un fundamental soporte para cualquier medio de comunicación, específicamente sus periodistas. Se trata del resultado tras la emisión de informes o noticias o contados de tal forma que no generan casi dudas en la audiencia en lo que respecta al trabajo periodístico del medio. La credibilidad es el respaldo que otorgan los públicos, no necesariamente en la información en sí, sino en la interpretación que estos hacen de la narración de un hecho. La credibilidad periodística es la premisa básica para asumir una posición favorable o desfavorable de un gobierno. La credibilidad de la información periodística de los medios de comunicación constituye un vínculo muy sensible respecto a sus intereses porque de sus informaciones podrían erigirse realidades muy cercanas o lejanas a sus intereses, las audiencias por eso tienden a informarse por medios diversos para asumir un claro juicio respecto a una noticia (p. 18).

Para Del Hoyo-Almagro, et al. (2020) define la credibilidad periodística como todas las percepciones provenientes de una audiencia basadas en la experiencia de la cual se deriva una confianza y aprobación a determinado comunicador o medio de información (p. 1400).

c. DEFINICIÓN DE CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA

En principio, Estremadoyro (2009) define la credibilidad periodística como un valor intangible, que proporciona fortaleza al programa o medio de comunicación, el mismo que se ha construido con el tiempo en base a un periodismo serio, riguroso con los datos, fuentes y testimonios, dado que su existencia se sustenta en la percepción social, de la audiencia que consume información periodística. La credibilidad es sinónimo de prestigio, por tanto, asegura la circulación de sus mensajes con un determinado alcance y sintonía (p. 136). En ese sentido, la credibilidad no solo depende de la reputación institucional del medio sino de factores concretos que sustentan la confianza de la audiencia, como la veracidad de la información, la confiabilidad en los periodistas y las fuentes, el uso de un lenguaje claro y accesible, y el rigor para contrastar y verificar datos. De esta manera podemos evidenciar la credibilidad que poseen los medios y periodistas, credibilidad que se construye día a día con practicas periodísticas éticas, transparentes y coherentes.

d. CRITERIOS PARA OBTENER UNA CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA

Sánchez-Navarro y Aranda (2011) como se citó en Catalina-García, et al. (2015) afirman que han de considerarse tres criterios que estilan emplear los públicos para evaluar la utilidad, veracidad o confianza en las informaciones: En primer lugar, está la esfera de los conocimientos ya obtenidos o previos, otro criterio tiene que ver con el prestigio de la fuente, aunque actualmente la sociedad se caracteriza por la perspectiva compartida del conocimiento, esto quiere decir que no obstante la variedad importa mucho la calidad. Un tercer criterio se vincula a la noción de “reiteración”, es quiere decir que la posibilidad de acceso a la misma información puede ser posible a través de fuentes diferentes, en este caso es importante añadir el valor de la confianza (p. 603).

Ha podido esclarecerse que los usuarios o consumidores tienden a juzgar la credibilidad de los elementos informativos cuando se suscita algún conflicto o anomalía entre su confianza en la fuente que informa y la que realmente les interesa como vínculo social que les puede remitir la información. Cuando se

analiza dichas situaciones se ponen en juego los procesos actuales o presentes hasta ese momento de valoración de las noticias y que da lugar a la credibilidad (Azran y Hasyat. 2019, p. 71)

De acuerdo a Metzger como se citó en Del Hoyo- Almagro, et al. (2020), las investigaciones respecto a la credibilidad de los productos mediáticos ponen énfasis en tres elementos: La credibilidad del medio, la credibilidad de la fuente y la credibilidad del mensaje (p. 1400).

Para Del Hoyo et al. (2020) desde algunas instituciones hay un esmero esencial para que funcione el contexto ideal de la prensa, es decir, la democracia. Los ciudadanos delegan a los medios su fundamental derecho a recibir informaciones veraces. Es cierto que el poder social de los periodistas se sostiene en tan frágiles e intangibles atributos como la construcción de confianza conducente a la credibilidad (p. 1400).

e. DIFICULTADES EN EL PERIODISMO PARA LOGRAR LA CREDIBILIDAD

A criterio de Del Hoyo, et al. (2020, p. 1400) lo contrario a la credibilidad periodística es el descrédito mediático, esto se debe a dos fenómenos muy concretos: La desinformación, generalmente es el proceso en el que se intenta deliberadamente manipular o confundir a las personas con información deshonestas. Este caso es en particular muy peligroso. Los especialistas sostienen que está presente el esfuerzo deliberado, intencional o intencionado de llevar a cabo un engaño, se busca confundir o falsear a la opinión pública. Es una práctica opuesta al periodismo de calidad. En ocasiones, la desinformación puede comparársele con la mentira. En las desinformaciones periodísticas se miente cuando afirman algo, inclusive las presentan como verdaderas), los productores saben de su falsedad y que las intenciones apuntan al engaño, estos tienen sus propias metas y objetivos, siniestros a veces.

La información errónea suele usarse para proporcionar informaciones engañosas, creadas o diseminadas, pero sin intención maliciosa ni cálculo manipulador. La

mala información o información errónea pueden filtrarse en el flujo de noticias que, si son auténticas, la más inmediata consecuencia es que la ciudadanía resta credibilidad a estas informaciones.

En concreto, cuando es evidente la opacidad en los procedimientos al producir noticias se aumenta la desconfianza de los ciudadanos, ello porque se alimenta la ausencia de credibilidad de las informaciones que circulan por la esfera pública. Es sabido que las labores de los periodistas para filtrar esa ingente cantidad de datos, jerarquizarlos y simplificarlos es más importante que nunca, sin embargo, Herrero (2015) afirma que los periodistas que laboran en medios tradicionales, utilizan en sus trabajos diarios herramientas básicas y complementarias y son conscientes que tienen cierta desventaja ante las plataformas de internet respecto a la fiabilidad (p. 166).

f. LA CALIDAD INFORMATIVA COMO CONDICIÓN DE LA CREDIBILIDAD

Según Ferrer (2016) cuando se habla de calidad televisiva en el periodismo, se trata de un cúmulo de inherentes propiedades a la veracidad o lo que realmente es, en ese sentido, se trata de valor asignado que puede ser juzgado. La naturaleza de dicha calidad es relacional y se produce a partir de factores como la audiencia, las condiciones de producción, la regulación, las empresas anunciantes, etc. La calidad informativa goza de credibilidad porque está presente el paradigma de la excelencia informativa, se trata de un rasgo muy sensible y susceptible a cambios rápidos porque toda calidad informativa pasa por la percepción de las audiencias, por tanto, adquieren un valor producto de las interpretaciones de aquellas, pero se trata finalmente de juicios sobre la calidad y estos no son inmutables, son provisionales y factibles de cambiar (p. 37).

Según Parreira (2021) la calidad informativa debe ser una prioridad, un imperativo de las reglas éticas del periodismo. La credibilidad es el resultado de entender que el ejercicio periodístico solo debe abocarse a hechos verdaderos, es decir, verdades factuales. En principio, toda verdad factual debe asumirse como frágil,

pequeña y efímera, es por ello que puede ser fácilmente vulnerable a las manipulaciones y falsificaciones. La verdad factual es reconocible fácilmente por todos los individuos comunes normalmente. La calidad informativa es un reto del día a día porque “no hay nadie que no pueda divisar las diferencias entre la verdad factual y la deliberada invención de falsedades con la finalidad de ocultar los hechos”. En el plano de los acontecimientos, los hechos, de los eventos, cualquier persona puede ver y comprobar gracias a sus facultades comunes, la calidad informativa no puede ausentarse siempre, tarde o temprano todo se sabe (p. 217).

Está claro que la calidad constituye un fundamental elemento cuando se analiza la confianza depositada en los medios de comunicación y por ende la credibilidad que han de merecer sus informaciones, Palau y Gómez (2015) definen la calidad periodística como aquella expresión de variados procesos de gestión y difusión de las informaciones producto de la aplicación de los estándares de imparcialidad y equilibrio, de pluralidad y contraste, al tiempo que exige originalidad y variedad, profunda investigación así como independencia (p. 19).

g. MEDICIÓN DE LA CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA

Según Palau y Gómez (2015) el término credibilidad tiene un significado poliédrico, entonces tiene partes o componentes definidos, ello hace factible el hecho de calcular o medir la calidad de las informaciones y también de la confianza en el periodismo. Esta perspectiva se relaciona directamente con las dimensiones e indicadores considerados en este estudio, las cuales representan los distintos ángulos desde los que se construye la credibilidad periodística. Si bien es cierto la credibilidad no es tangible, sabemos se encuentra en el ámbito de lo perceptible, de las interacciones directas entre las audiencias con el medio de comunicación, manifestándose en la credibilidad que otorgan a sus informaciones. En ese sentido, la credibilidad no se trata de un concepto unidimensional, sino de una combinación de confiabilidad, integridad y competencia profesional. Una información periodística creíble requiere se muestren fuentes plenamente identificadas, con evidencias debidamente contrastadas o narradas de tal forma que se ajuste a los hechos, elementos que refuercen la transparencia y fortalezcan el vínculo de confianza entre el medio y su audiencia. Como antecedente, puede

mencionarse el esfuerzo de Gaziano y McGrath quienes establecieron doce ítems para la medición de la credibilidad. La percepción puede auscultarse desde las fuentes, el medio mismo y los mensajes (pp. 12 - 21).

Según Metzger (2007) la naturaleza de la credibilidad es en absoluto no subjetivo del todo ya que «un juicio basado en los receptores, que involucra tanto a las percepciones subjetivas de la honradez, a los juicios objetivos de la calidad de la información, también a la experiencia, el atractivo entre otras cualidades de la fuente» (p. 9).

Vázquez-Barrio, et al. (2021) afirman que cuando se mide la credibilidad de los programas o medios con encuestas, generalmente, se obtienen dos resultados; están aquellos productos que gozan de confianza y los que tienen un “déficit de credibilidad” (p. 196)

h. DIMENSIONES DE LA CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA

A primera impresión, el periodismo se torna un servicio de utilidad diaria, por ello el hecho de presentarla en dimensiones, según O’keefe (2022, p. 12), siempre en el marco de la credibilidad establecida por Sughan (1980, p. 100) implica un abordaje desde las siguientes:

- **Veracidad de los programas.** Esta dimensión comprende su aspiración a cumplir con decir lo cierto, expresada con la realidad concreta que se informa, la misma que ha de demostrar con suficiente evidencia para respaldar lo afirmado, esto quiere decir que la contundencia de la información radica en la afirmación manifiesta con un soporte de datos o pruebas. Es la renuncia al hecho de expresar datos no confirmados. Asimismo, es proporcionar datos y fuentes pero que simultáneamente se corroboran con imágenes. Por ejemplo, la revista Sí reveló con acertada documentación, el mapa de ubicación, que ayudó a resolver el caso del secuestro y asesinato de estudiantes de la Universidad La Cantuta en julio de 1993, asesinados todos por un destacamento militar clandestino, el caso fue muy mediático (Díaz, 4 de julio del 2022, párr. 1). Un aspecto esencial que va a la par con la veracidad de las

informaciones atañe mucho a su verificación por cada dato que debe ser exacto (Medina-Reyes y León-Valle, 2022, p. 89). Los indicadores son transparencia en las noticias, cantidad de fuentes y confiabilidad de las fuentes:

Transparencia en las noticias, se refiere a la relación entre cantidad y confiabilidad de fuentes en las noticias, y la solvencia manifiesta de los datos sustentados con pruebas o evidencias tras filtros de contrastación o verificación, sin ocultar detalles que puedan afectar la comprensión de los hechos. Este indicador representa uno de los más importantes en la construcción de credibilidad periodística, dado que fortalecen la confianza entre el medio y la audiencia. La transparencia constituye un valor ético que se proyecta en cada proceso comunicativo y que refuerza la percepción de veracidad de los contenidos informativos (Córdoba-Cabús y García-Borrego, 2020, p. 367).

Cantidad de fuentes en las noticias, comprende el enriquecimiento de los datos a partir de más de una sola fuente, a menudo oficial, implica un panorama más completo para aportar distintas perspectivas sobre un mismo hecho, un ejemplo clásico es la convergencia de los distintos puntos de vista en una nota con diversas fuentes para que la apreciación sea solo de las audiencias escuchando a todos los implicados. Este indicador refleja el compromiso profesional del periodista con la objetividad y la pluralidad, puesto que la presencia de diferentes fuentes contribuye a que la audiencia pueda tener diversidad de opiniones, reduciendo sesgos y fortaleciendo la credibilidad en la información brindada y el medio (Lubianco 7 de diciembre del 2022, párr. 8).

La **Confiabilidad de las fuentes**, comprende en esencia la credibilidad de quienes califican como fuentes autorizadas, es decir, con suficiente reconocimiento en la localidad o sociedad por su competencia técnica, legitimidad o experiencia en el tema abordado, esto quiere decir, no proporcionar o considerar fuente a la primera persona que quiera hacerlo, debe calificar para ello y ese examen le toca al periodista con la finalidad de evitar la difusión de datos erróneos. Este indicador refuerza la responsabilidad ética

del periodista, al promover la transparencia, la coherencia y la entrega de información verificable, elementos que contribuyen a la construcción de la credibilidad periodística. Por ejemplo, una nota sobre los peligros de la industria alimentaria en programas sociales, se podría contar con la opinión de un ingeniero de alimentos procesados, ello proporciona una mayor confianza porque se cuenta con un experto (Sixto-García, et al., 10 de septiembre del 2024, párr. 1)

- **Confiabilidad en los periodistas.** En esta dimensión, la credibilidad se le reconoce a la persona o personas que emiten las informaciones en su calidad de periodista, a menudo ganada con su trayectoria; se trata de periodistas con rostros visibles que gozan de enorme prestigio. Un ejemplo icónico lo constituyen Carl Bernstein y Bob Woodward, periodistas de investigación, de alta reputación en Estados Unidos, que por el famoso caso Watergate, obligó al mandatario Richard Nixon a renunciar a la presidencia (France24, 21 de noviembre del 2021). Para Ortega et al. (2023) una premisa fundamental de los periodistas confiables pasa por su compromiso con su función social, es decir, en la medida en que se vela por la función de difundir informaciones con seriedad a una sociedad viene por efecto una confiabilidad ganada como periodista desde los públicos (p. 391). Tiene por indicadores a: Los mensajes y posición neutral del periodista.

Los mensajes, se trata del conjunto de informaciones que tienen un indudable valor periodístico para los públicos. Este indicador considera que la calidad del mensaje no solo depende del valor noticioso, sino también de la coherencia narrativa y la profundidad del contenido, sin alterar la realidad de los hechos. En ese sentido, el mensaje se convierte en un reflejo directo del rigor profesional y del compromiso con la verdad informativa, elementos fundamentales para consolidar la credibilidad (Díez-Garrido y Campos, 2018, p. 51).

La **posición neutral** del periodista, es la capacidad de independizarse de toda causa al momento de informar, ello exige el desprendimiento de afinidades, gustos, pasiones o simpatías. Se sostiene que dicha neutralidad no implica una

ausencia de criterio, sino una actitud ética basada en la objetividad, la transparencia y la responsabilidad frente al público. El periodista neutral no renuncia a su sentido crítico, sino que asume una postura equilibrada que evita la manipulación de la información y prioriza el interés colectivo por encima de cualquier interés particular (Córdoba-Cabús y García-Borrego, 2020, p. 368).

- **Lenguaje en las informaciones.** Esta dimensión, lo constituyen los códigos con los que se estructuran los mensajes periodísticos. A menudo se apela a la construcción sintagmática (ilación de ideas definidas y concretas en una secuencia de palabras para dar a conocer un mensaje). Un mensaje muy descrito en sus líneas permite conectar con un mejor entendimiento y tiene que ver con una selección adecuada y ordenada de palabras, el resultado es un entendimiento claro, en síntesis, el lenguaje pulcro, sencillo y directo aprovechando el repertorio de palabras proporcionado por el idioma español. Según Guzmán y Pagán (2024) prefieren hablar de un encuadre que presenta la información, este debe ir depurado de sesgos, subjetividades, estereotipos o creencias de tal forma que presente a un periodista como cercano y equilibrado frente a los hechos, su equilibrio de transitar en la difusión de informaciones tiene que ver en cómo lo dice (p. 10).

Sus indicadores son: Estilo del periodista, cantidad de datos y datos verificados.

Estilo del periodista. Para Mamani (2022, p. 7) representa la forma particular en que cada profesional comunica la información, combinando claridad, coherencia y dominio del lenguaje para lograr que los mensajes sean comprendidos por diversas audiencias. No se trata solo de la manera de hablar o redactar, sino de la capacidad para transmitir datos verificados con precisión y un discurso accesible, manteniendo siempre la rigurosidad informativa.

Cantidad de datos, consiste de acuerdo a Mafra (6 de mayo del 2019, párr. 11), en un cúmulo de datos que se integran en un relato periodístico con el propósito de argumentar, evidenciar y demostrar lo que se dice. Un mensaje bien argumentado, proporciona un mayor panorama y genera confianza en la audiencia.

Datos verificados. Para Renedo-Farpón, et al. (2023, p. 3), constituyen el pilar del estilo profesional, es el conjunto de datos con valor periodístico que sirven como insumo para construir informaciones de valor publicable, los mismos que han de ser filtrados y contrastados con rigor. De este modo el periodista, no solo refleja su identidad profesional, sino también su compromiso con la veracidad, la transparencia y la responsabilidad informativa, aspectos fundamentales para fortalecer la credibilidad de los medios de comunicación. En el caso de Perú hubo muchos casos sonados que se revelaron como “destapes” de enorme impacto mediático, un ejemplo lo constituye el medio prensa digital de investigaciones, cuyo nombre es IDL Reporteros, institución que goza de fuentes de primera mano en instancias altas de instituciones públicas para conocer y profundizar datos. Desde los receptores, este indicador vela por la seguridad del dato o datos al que se accede (Villa, 4 de abril del 2024, párr. 1).

- **Rigor informativo en las noticias.** Esta última dimensión, se relaciona directamente con la credibilidad periodística, ya que el uso responsable y minucioso de los datos fortalece la confianza del público en el medio y en el periodista. El rigor informativo prioriza la difusión de contenidos sustentados en evidencias verificables y en la presentación clara de los hechos con alto interés público. Un ejemplo es el seguimiento minucioso que hicieron reporteros de Panorama sobre el recorte de sueldos por parte del denunciado congresista Pasión Dávila, donde siguieron pistas y lograron conocer cantidades, y las rutas de estas para pasar desde las cuentas bancarias de los afectados a su congresista empleador, es decir, la práctica del recorte del sueldo a los trabajadores de los representantes del Legislativo es un delito, tales operaciones se realizan en la completa clandestinidad, por ello se requiere documentarse o evidenciar con contundencia del caso (Rojas, 03 de octubre del 2024, párr. 1). Este tipo de investigación demuestra cómo el rigor informativo contribuye a la construcción de la credibilidad al sustentar denuncias con pruebas concretas. A menudo el rigor no solo implica un tratamiento previo a la publicación, el rigor también puede ser explotado a continuación de emitirse la información preparada, ya en la conducción misma, al analizarla y con ello proporcionar más información. Zapata (2023) afirma que la práctica del rigor

informativo constituye una virtud en los periodistas, se distingue por ser preciso con el manejo de los datos, diligente con la ilación del suceso y sus implicancias, puede añadirse que está presente el ánimo de ser vehemente con todo propósito por alcanzar lo que es verdad cuando se trata de construir lo noticioso al identificar el hecho noticiable mediante una indagación y composición en lo textual, sonoro y visual (p. 45). Sus indicadores son: Uso de las informaciones de base, uso de información de apoyo y ética periodística.

Uso de informaciones de base, lo constituyen los datos que tienen enorme peso periodístico y deben darse a conocer desde las primeras líneas o los primeros minutos. Se trata de evidencias con un alto valor noticioso y verificable. Un ejemplo lo ilustra el contar con recibos y vouchers que evidencian traslados de dinero no sustentados a personas de máxima confianza, puede ser un congresista, inclusive los testimonios de los propios afectados que ya no pueden soportar más. El uso adecuado de informaciones de base determina gran parte el nivel de credibilidad periodística, puesto que son datos que permiten a la audiencia percibir la veracidad del hecho y solidez del trabajo periodístico.

Uso de informaciones de apoyo, lo constituyen datos que tienen poco peso periodístico, son complementarios, que si bien no son determinantes en la demostración del hecho principal, permiten contextualizar la comprensión del suceso, estos no deben darse a conocer desde las primeras líneas o los primeros minutos, incluyen opiniones de expertos, antecedentes históricos, declaraciones de terceros, imágenes de archivo, o datos comparativos que aporten profundidad; por ejemplo, en el caso de los congresistas “mocha sueldos” denunciados, algunos medios lograron hacer declarar a los asesores perjudicados por los descuentos. Otro ejemplo pertinente es el seguimiento de los periodistas a la ruta del prófugo Vladimir Cerrón (líder del movimiento político Perú Libre, acusado por malversación de fondos), donde los periodistas obtuvieron imágenes de apoyo que visualizan la probable ruta del aludido (pistas, peajes, paraderos, etc.), por donde circuló para evitar la captura (Weiss, 2019, p. 25), (Cubbin, 19 de setiembre del 2024), (Bravo-Mera y Jaramillo-Carrera, 2023, p. 653) y (Ruíz, 24 de setiembre del 2024, párr. 1).

La ética periodística, se trata de pautas que rigen el buen proceder del periodismo serio, a menudo establecido por un código, el mismo que es acordado y consensuado, garantizando que la información difundida se base en la verdad, la imparcialidad y el respeto hacia las personas involucradas. Un periodista ético que tenga la aclamación unánime es casi imposible, sin embargo, se puede mencionar como ejemplo la destacada trayectoria ética de la conductora Rosa María Palacios, que con una sencilla oratoria, mucho auto control y harta experiencia ante cámaras, se ha convertido en una líder de opinión y referente analítica muy reconocida y en conducción periodística como les consta a muchos, Mònica Delta, conocido rostro en la conducción de dominicales, crítica y enjundiosa para entrevistar, se le considera toda una leyenda del periodismo (Renedo-Farpón., et al., 2023, p. 2) y (Perú21, 27 de octubre del 2023).

i. PROGRAMAS TELEVISIVOS OBJETO DE ESTUDIO

PANORAMA

Constituye un programa televisivo dominical peruano dedicado a las investigaciones con entrevistas explotando el análisis periodístico, se emite por el canal Panamericana Televisión. Asimismo, se ha afirmado como uno de los espacios de investigaciones periodísticas más importantes en el país, inclusive es el programa con mayor antigüedad de análisis e investigaciones de la televisión peruana, su esmero radica en proporcionar los mejores destapes que cubren la agenda de actualidad, preferentemente en la semana. Su actual conducción la asume la periodista Carla Muschi (Maccha, 2022, p. 44).

CUARTO PODER

Corresponde al nombre del programa dominical de América Televisión con 19 años de duración, se trata de un producto televisivo de señal abierta que proporciona a la ciudadanía informaciones minuciosas mediante reportajes. Se emite de 8.00 p.m. a 10.30 pm en la que se emiten reportajes que abordan aspectos

diversos como la política, lo social, temas de coyuntura, lo cultural, entre otros. Sus criterios audiovisuales se plasman en la visión de cada informe y abordaje de temas (Jaimes, 2019, p. 53).

PUNTO FINAL

Conducida por la experimentada periodista Mónica Delta, proporciona exhaustivos análisis políticos, sociales y económicos de los eventos principales que cubren la agenda tanto nacional e internacional, se estila profundizar en los temas abordados con reportajes e incisivas entrevistas Cuenta con un periodo de 12 años de trayectoria al aire y tiene una duración de 2 horas el programa, de 8.00 p.m. a 10.00 p.m. (Gordillo y Velarde, 2021, p. 13).

2.3 MARCO CONCEPTUAL

- ESPECIALISTAS EN EL PERIODISMO

Periodistas involucrados con su experiencia a un trabajo concreto dada la especialización del trabajo en secciones y/o comisiones específicas (investigador de notas políticas, sociales, policiales, etc.) (Vallejos, 2021, p.2).

- ÉTICA PERIODÍSTICA

Comportamiento de los periodistas ceñidos a principios consagrados en la búsqueda de la verdad y los medios empleados para obtenerla (Renedo-Farpón, et al., 2023, p. 2)

- CREDIBILIDAD DEL MEDIO

Respaldo corporativo de un medio de comunicación por su reputación ganada en el tiempo desde la sociedad civil (Del Hoyo- Almagro, et al., 2020, p. 1400).

- **CREDIBILIDAD DE LA FUENTE**

Calidad de valoración favorable a todo testimonio o documento como evidencia para construir un relato periodístico que goza de certeza objetiva (Del Hoyo- Almagro, et al., 2020, p. 1400).

- **CREDIBILIDAD DEL MENSAJE**

Calidad de valoración favorable que tiene una cantidad de informaciones periodísticas que se emite con todos sus datos (Del Hoyo- Almagro, et al., 2020, p. 1400).

III. METODOLOGÍA

3.1. MÉTODO

3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Arispe, et al. (2020) dan cuenta de aquellos estudios que se caracterizan por no interesarse en la aplicación de innovaciones o modificaciones que corrijan algo en la realidad, ya que solo levantan datos (p. 69).

Para Mazur (2021) el conocimiento científico es posible mediante las mediciones objetivas y esto quiere decir que técnicamente hay un empleo de herramientas estadísticas. El paradigma en este caso empleado se denomina positivismo, es decir, metodológicamente se asentó un estudio en el enfoque cuantitativo (p. 1).

Chu y Ke (2017) señalan que en el caso de los estudios cuantitativos es necesario aplicar el método deductivo, esto quiere decir que la discusión de los datos estadísticos procedió a realizarse con las bases teóricas (p. 288).

3.1.2. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

Para Suárez (25 de septiembre del 2024) consiste en centrarse en las teorías que se han seleccionado y así tomar un cabal entendimiento de lo específico

(resultados), se trata de aquel proceso lógico que desde una premisa de carácter general se llega a una conclusión específica (párr. 9).

3.1.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Tomando en cuenta que se trató de un estudio cuantitativo y con una sola variable, se asumió además lo aportado por Hernández – Sampieri y Mendoza (2018), dichos expertos han explicado que las investigaciones sin modificaciones en la realidad son catalogadas como no experimentales (p. 127).

Según Sánchez y Reyes (2016) si en un estudio se aborda una sola variable cuantitativa, el diseño se denomina descriptivo simple y transversal porque la recogida de datos se obtendrá en un solo momento (p. 78). Su gráfica a continuación fue:



Donde:

M: Muestra conformada por ciudadanos (as) de Sechura.

O: Observación de la variable credibilidad periodística.

3.1.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

Tomando en cuenta a Salazar y Del Castillo. (2018) una población es el total o cúmulo de unidades de análisis en la perspectiva de un estudio (p. 13). La población de estudio comprendió a los pobladores que habitan en el casco urbano del distrito de Sechura, que actualmente; según la Municipalidad Provincial de Sechura en el casco urbano ocupan 8690 viviendas (Ver Anexo nro. 4).

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

Leyenda:

N: Población: 8,690

Z: 1,96 (95 %)

d: Nivel de precisión (0.05)

p: Probabilidad de aciertos (0.5)

q: Probabilidad de error (0.5)

Reemplazando valores:

$$n = \frac{8,690 \times 1,96^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (8690 - 1) + (1,96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{8690 \times 3.8416 \times 0.25}{22.6829}$$

$$n = \frac{8346.77}{22.6829}$$

$$n = 367.97$$

$$n = 368$$

De aplicarse la fórmula de corrección finita:

$$n_1 = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}}$$

$$n = \frac{368}{1 + \frac{368 - 1}{8690}}$$

$$n = 353$$

MUESTRA

Se denomina muestra a una sola parte proveniente de la población. Gallardo (2017) denomina que el muestreo probabilístico es el procedimiento en el que se parte del principio de selección al azar, es decir, se imponen los cálculos en base a la probabilidad.

De manera específica en este caso, el muestreo por juicios (intencional u opinático) resultó pertinente por la conveniencia al estudio. Se seleccionaron elementos en base a juicios o criterios que se establecen por el investigador (p. 66). La selección se realizó sobre los siguientes criterios:

Criterios de inclusión:

- Ser poblador (a) del distrito de Sechura.
- Ser morador (a) del casco urbano del distrito de Sechura.
- Ser jefe de familia.
- Ser mayor de edad.
- Ser televidente de los programas dominicales Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.

- Ser televidente que practica el “flipping channels” (cambio constante de canales televisivos) entre los programas dominicales Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.

Criterios de exclusión:

- Ser poblador (a) ajeno al distrito de Sechura.
- Ser morador (a) fuera del casco urbano del distrito de Sechura.
- No ser jefe de familia.
- Ser menor de edad.
- No ser televidente de los programas dominicales Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.

La cifra correspondiente a la muestra fue de 353 personas.

3.1.5. DIMENSIONES E INDICADORES

DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Credibilidad de los programas televisivos	Para Del Hoyo-Almagro, et al. (2020) se define la credibilidad periodística como todas las percepciones provenientes de una audiencia basadas en la experiencia de la cual se deriva una confianza y aprobación a determinado	Veracidad de los programas	Transparencia en las noticias	1	Ordinal
			Cantidad de fuentes en las noticias	2, 3	
			Confiabilidad de las fuentes	4	
		Confiabilidad en los periodistas	Mensajes	5, 6	
			Posición neutral del periodista	7, 8, 9, 10	
		Lenguaje en las informaciones	Estilo en el periodista	11, 12	
			Cantidad de datos	13	
			Datos verificados	14, 15	
			Uso de informaciones de base	16	

	comunicador o medio de información (p. 1400).	Rigor informativo en las noticias	Uso de informaciones de apoyo	17	
			Ética periodística	18, 19	

3.1.6. TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE DATOS

A) TÉCNICAS

La técnica empleada fue la encuesta personal, anónima y administrada en forma presencial. Cabe precisar que una encuesta es, según Arispe, et al. (2020, p. 82), un recurso metódico de cualquier investigador dispuesto a obtener datos primarios, es decir, provienen de forma directa desde una población.

B) INSTRUMENTOS

Arispe, et al. (2020, p. 78) afirma que un cuestionario resulta ser un instrumento pertinente si hace posible aplicar ítems con suficiente pertinencia y su construcción debe ser derivada de las variables, específicamente de sus indicadores. En el caso de la medición de la variable credibilidad periodística, se construyó por la investigadora un cuestionario con 19 interrogantes, las alternativas fueron tres: Panorama (Panamericana Televisión), Cuarto Poder (América) y Punto Final (Latina), los colaboradores pudieron marcar una sola opción.

La alternativa a marcar fue única, es decir, se instruyó a los encuestados a elegir una opción. La escala de medición fue ordinal, de ese modo pudo establecerse el primer canal con más credibilidad, seguido del segundo y tercero, esto se correspondió con los calificativos de: Alta credibilidad periodística, mediana credibilidad periodística y baja credibilidad periodística.

3.1.7. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Mediante la revisión y aprobación de tres especialistas (Juicio de experto), específicamente comunicadores con posgrados alcanzados, se formalizó la validación del instrumento.

Para evaluar la confiabilidad en esta investigación se aplicó el coeficiente Alpha de Cronbach. Este coeficiente midió la consistencia interna del conjunto de ítems del cuestionario con una muestra piloto de 15 personas voluntarias ajenas a la muestra oficial, al obtenerse un valor de 0,89387309 (Alta confiabilidad estadística), fue posible determinar que los ítems evalúan efectivamente la variable.

Los niveles de rigor fueron:

Coeficiente alfa	> 0.9	Es excelente
Coeficiente alfa	> 0.8	Es bueno
Coeficiente alfa	> 0.7	Es aceptable
Coeficiente alfa	> 0.6	Es cuestionable
Coeficiente alfa	> 0.5	Es pobre
Coeficiente alfa	< 0.5	Es inaceptable

3.1.8. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se ubicó a los elementos muestrales dentro del casco urbano del distrito de Sechura, requeridos en estricta conformidad a los criterios de selección antes expuestos y se les aplicó el cuestionario.

El desarrollo del cuestionario fue personal y completamente anónimo. Fue necesario un día para culminar el recojo de datos.

3.1.9. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Luego de la culminación con el recojo de datos, estos fueron almacenados electrónicamente en un archivo Excel, con dicha base de datos se procedió conforme lo establecen López et al. (2019), se obtuvo las tablas de frecuencias por dimensiones y de manera global con la variable para determinar sus niveles alcanzados en conformidad a los objetivos (Estadística descriptiva) (p. 3).

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigadora recopiló la totalidad de datos conforme a su muestra indicada, previo al recojo, tuvo que realizar un reconocimiento visual por la zona aludida verificando la autenticidad de avenidas, calles y manzanas del casco urbano de Sechura.

La investigadora contó con la colaboración de encuestadores, a quienes pacientemente informó sus fines y las instrucciones para el respectivo llenado, dicho trabajo fue casa por casa, al culminar con un encuestado se revisó y verificó minuciosamente el llenado completo.

Al culminarse, el encuestador procedió de inmediato a enumerar y archivar las encuestas, se procedió de inmediato al almacenaje de todos los datos en una hoja de cálculo electrónica en Excel. Gracias al ejercicio de la estadística descriptiva con ayuda de tutoriales, pudo presentarse los datos solicitados en los objetivos y además ilustrados en barras y círculos de frecuencias.

4.1. RESULTADOS

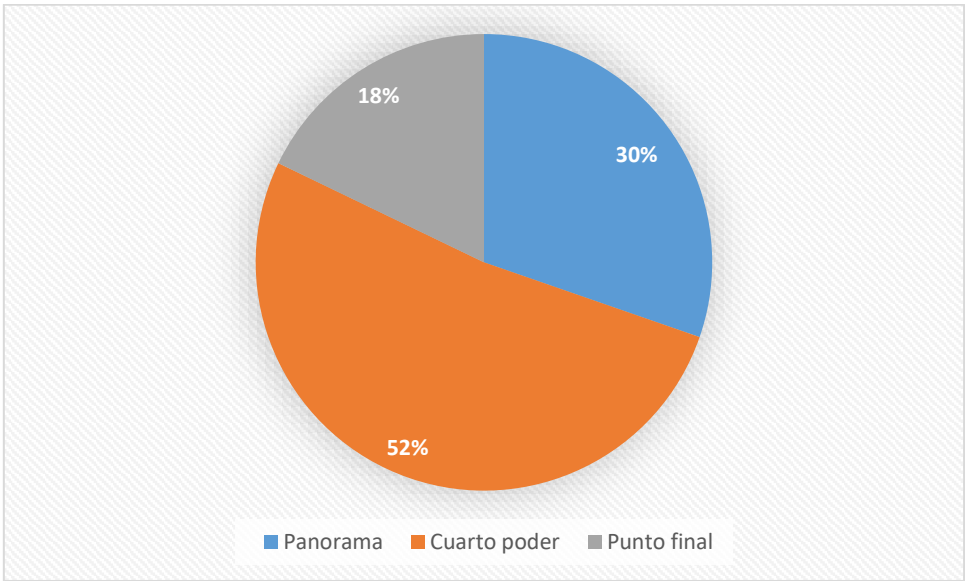
EN RELACIÓN AL OBJETIVO GENERAL:

Tabla 1
Niveles de la credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en el casco urbano de Sechura, 2025

Canales	Frecuencia	Porcentaje
Panorama	108	30,6
Cuarto poder	182	51,6
Punto final	63	17,8
Total	353	100,0

Fuente: Resultados del encuestado realizado por la investigadora.

Figura 1
Distribución porcentual según niveles de la credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en el casco urbano de Sechura, 2025



Interpretación:
De acuerdo a la exposición de datos a la vista, pudo notarse claramente que el 51.6 % de los pobladores que habitan en el casco urbano del distrito de Sechura consideran que el programa dominical denominado “Cuarto poder” califica con la distinción de más alta credibilidad entre los programas dominicales nocturnos. En segundo lugar, la mención la ocupa “Panorama” (30.6 %) y finalmente “Punto final” con la más baja credibilidad (17,8).

En relación al objetivo específico 1:

Tabla 2

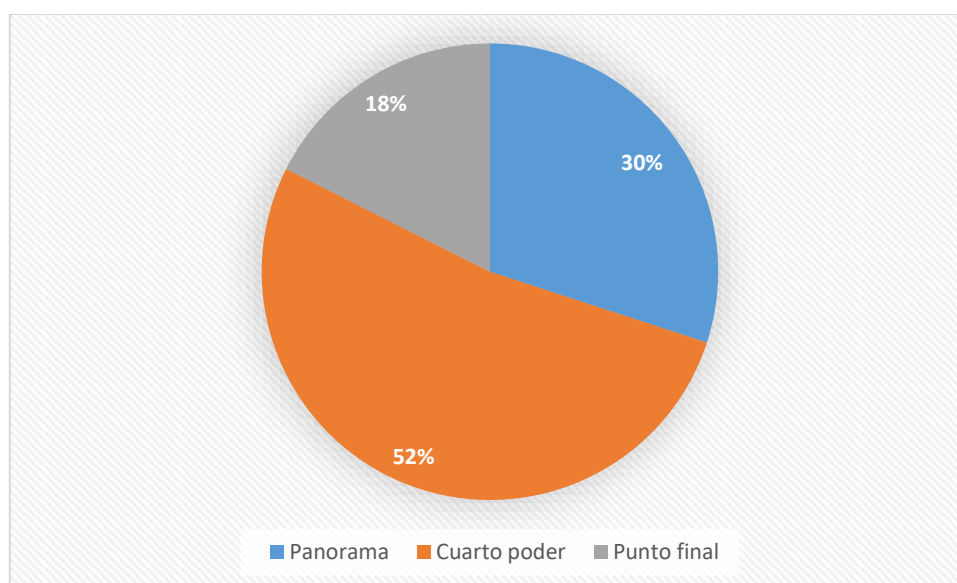
Niveles de veracidad de los programas en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final

Canales	Frecuencia	Porcentaje
Panorama	107	30,3
Cuarto poder	183	51,8
Punto final	63	17,8
Total	353	100,0

Fuente: Resultados del encuestado realizado por la investigadora.

Figura 2

Distribución porcentual según niveles de veracidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en el casco urbano de Sechura, 2025



Interpretación:

Ante los datos obtenidos, pudo evidenciarse claramente que el 51.8 % de los pobladores que habitan en el casco urbano del distrito de Sechura consideran que el programa dominical denominado “Cuarto poder” resulta ser el de mayor veracidad en sus informaciones, cifra muy amplia que supera a la del 30 % del programa “Panorama” y al 17.8 % de “Punto final”.

Tabla 3

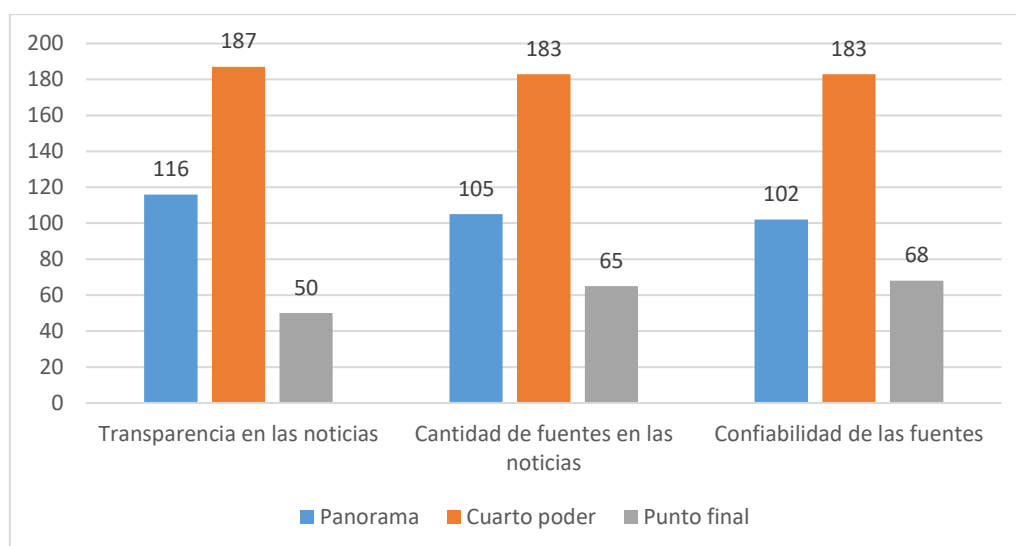
Niveles de la dimensión Veracidad según sus indicadores en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.

Canales	Indicadores de la dimensión Veracidad					
	Transparencia en las noticias		Cantidad de fuentes en las noticias		Confiabilidad de las fuentes	
Panorama	116	32,9	105	29,7	102	28,9
Cuarto poder	187	53,0	183	51,8	183	51,8
Punto final	50	14,2	65	18,4	68	19,3

Fuente: Ficha de observación elaborado por la autora

Figura 3

Distribución según la valoración de los indicadores de la dimensión Veracidad en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.



Interpretación:

Conforme se apreció anteriormente, “Cuarto poder” calificó en la distinción de mayor veracidad, ello se sustenta en los resultados de indicadores, como puede verse ahora, un 53.0 % reconoció en dicho programa mucho más “Transparencia en las noticias”, un 51.8 % reconoció que se proporciona más “Cantidad de fuentes en las noticias, otra cifra similar a esta última reconoció más “Confiabilidad de las fuentes”. Con dichos indicadores, “Panorama” ocupó el segundo lugar y “Punto Final” el tercero.

En relación al objetivo específico 2:

Tabla 4

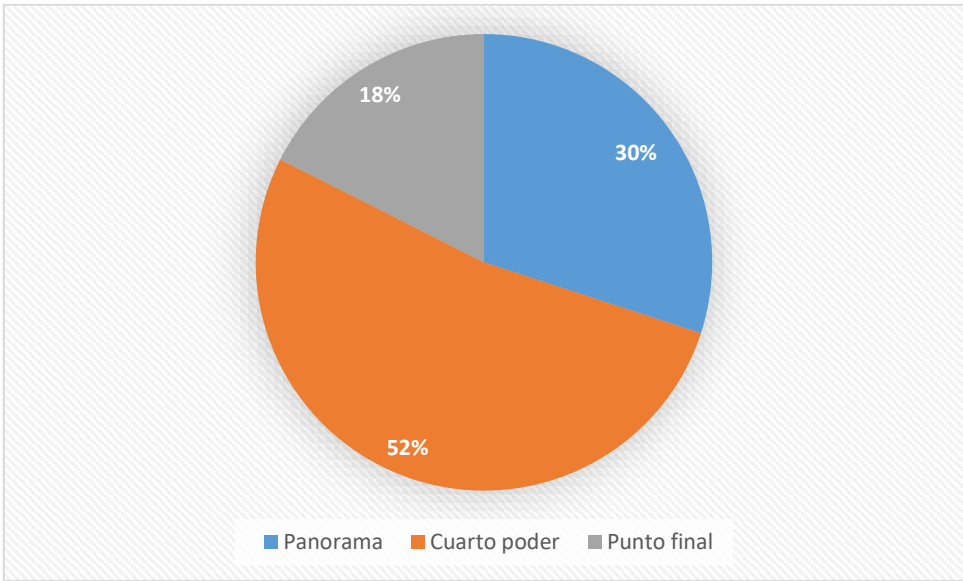
Niveles de confiabilidad en los periodistas en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final

Canales	Frecuencia	Porcentaje
Panorama	108	30,6
Cuarto poder	180	51,0
Punto final	65	18,4
Total	353	100,0

Fuente: Resultados del encuestado realizado por la investigadora.

Figura 4

Distribución porcentual de la confiabilidad en los periodistas de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en el casco urbano de Sechura, 2025



Interpretación:

Conforme a los datos que se presentan, pudo claramente notarse que el 52 % de los pobladores que habitan en el casco urbano del distrito de Sechura consideran que el programa dominical denominado “Cuarto poder” goza de la audiencia por su enorme confiabilidad respecto a los periodistas con que cuenta. En segundo lugar, la mención es ocupada por el programa dominical “Panorama” (30.6 %) y finalmente “Punto final” con la más baja percepción (18,4).

Tabla 5

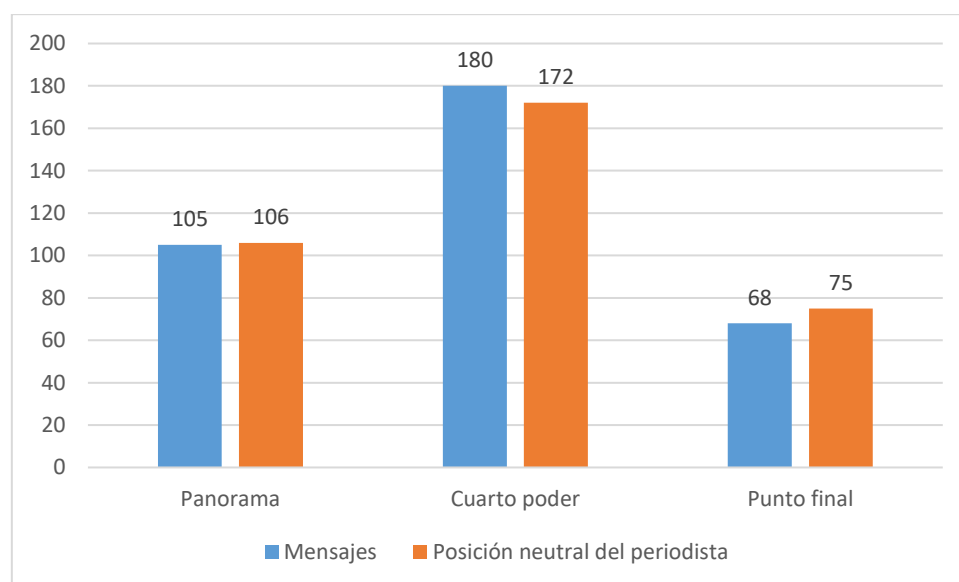
Niveles de la dimensión Confiabilidad en los periodistas según sus indicadores en Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.

Canales	Indicadores de la dimensión Confiabilidad en periodistas			
	Mensajes		Posición neutral del periodista	
Panorama	105	29,7	106	30,0
Cuarto poder	180	51,0	172	48,7
Punto final	68	19,3	75	21,2

Fuente: Ficha de observación elaborado por la autora

Figura 5

Distribución según la valoración a los indicadores de la dimensión Confiabilidad en los periodistas en Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.



Interpretación:

Según los datos, el programa “Cuarto Poder” goza de mayor confiabilidad por los periodistas que tiene, puede explicarse desde sus indicadores. Un 51 % admite que en dicho programa sus periodistas son claros en sus mensajes, además para el 48.7 % se les reconoce que asumen una posición neutral. El segundo lugar lo ocupa el programa “Panorama”, su claridad en mensajes y neutralidad son reconocidos por el 29.7 % y 30 % respectivamente. El tercer lugar lo sigue manteniendo “Punto Final”.

Respecto al objetivo específico 3:

Tabla 6

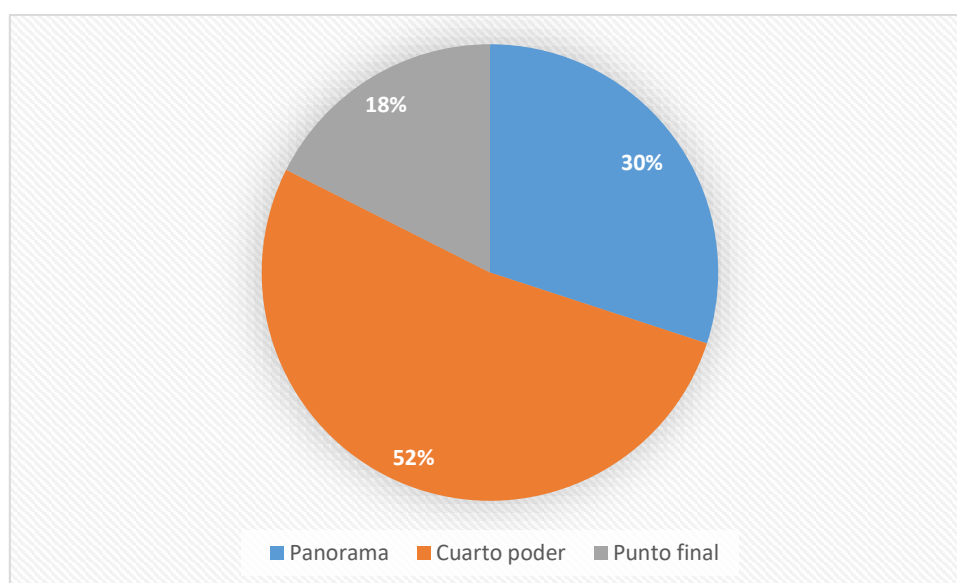
Niveles de conformidad con el lenguaje en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final

Canales	Frecuencia	Porcentaje
Panorama	109	30,9
Cuarto poder	182	51,6
Punto final	62	17,6
Total	353	100,0

Fuente: Resultados del encuestado realizado por la investigadora.

Figura 6

Distribución porcentual de la conformidad con el lenguaje en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final



Interpretación:

Un aspecto del cual depende la comunicación es el lenguaje. Un 51.6 % de los encuestados consideró que el lenguaje más apropiado se realiza en la emisión del programa “Cuarto Poder”, el lenguaje empleado en el programa “Panorama” es solo reconocido por un 30.9 %, finalmente, un 17.6 % reconoce mérito en el lenguaje del programa “Punto Final”, cifra que lo ubica en un tercer lugar.

Tabla 7

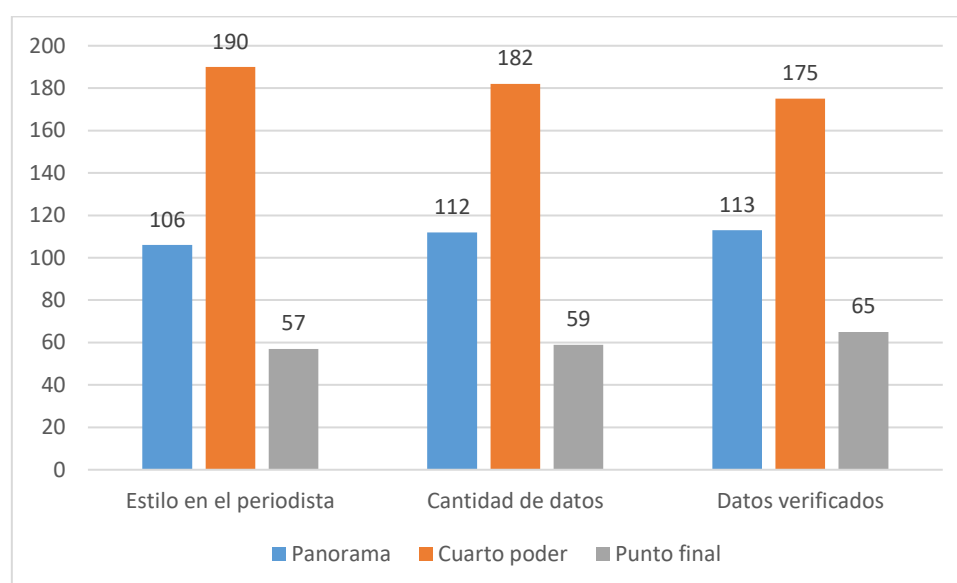
Niveles de la dimensión Conformidad con el lenguaje según sus indicadores en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.

Canales	Indicadores de la dimensión Conformidad con el lenguaje					
	Estilo en el periodista		Cantidad de datos		Datos verificados	
Panorama	106	30,0	112	31,7	113	32,0
Cuarto poder	190	53,8	182	51,6	175	49,6
Punto final	57	16,1	59	16,7	65	18,4

Fuente: Ficha de observación elaborado por la autora

Figura 7

Distribución según la valoración de los indicadores de la dimensión Conformidad con el lenguaje en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.



Interpretación

El programa “Cuarto Poder” goza de mayor confiabilidad por los periodistas que tiene, puede explicarse desde sus indicadores. Un 51 % admite que en dicho programa sus periodistas son claros en sus mensajes, además para el 48.7 % se les reconoce que asumen una posición neutral. El segundo lugar lo ocupa el programa “Panorama”, su claridad en mensajes y neutralidad son reconocidos por el 29.7 % y 30 % respectivamente. El tercer lugar lo sigue manteniendo “Punto Final”.

Respecto al objetivo específico 4:

Tabla 8

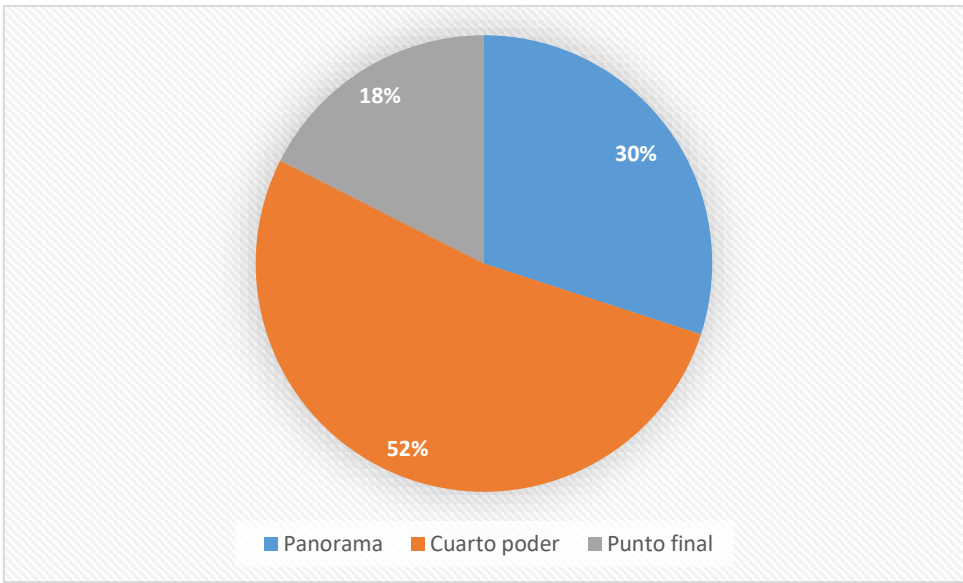
Niveles de rigor informativo en las noticias de los programas en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final

Canales	Frecuencia	Porcentaje
Panorama	106	30,9
Cuarto poder	185	52,4
Punto final	62	17,6
Total	353	100,0

Fuente: Resultados del encuestado realizado por la investigadora.

Figura 8

Distribución porcentual del rigor informativo en las noticias de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en el casco urbano de Sechura, 2025



Interpretación:

En cuanto al rigor informativo en las noticias, su abordaje y cobertura detallada, su contrastación de fuentes, desde un 52 % de los pobladores encuestados se reconoció al programa “Cuarto Poder” como el de mayor esfuerzo en ello, solo un 30 % le reconoció o atribuyó tal minuciosidad al programa “Panorama” y un 18 % lo hizo con “Punto Final”.

Tabla 9

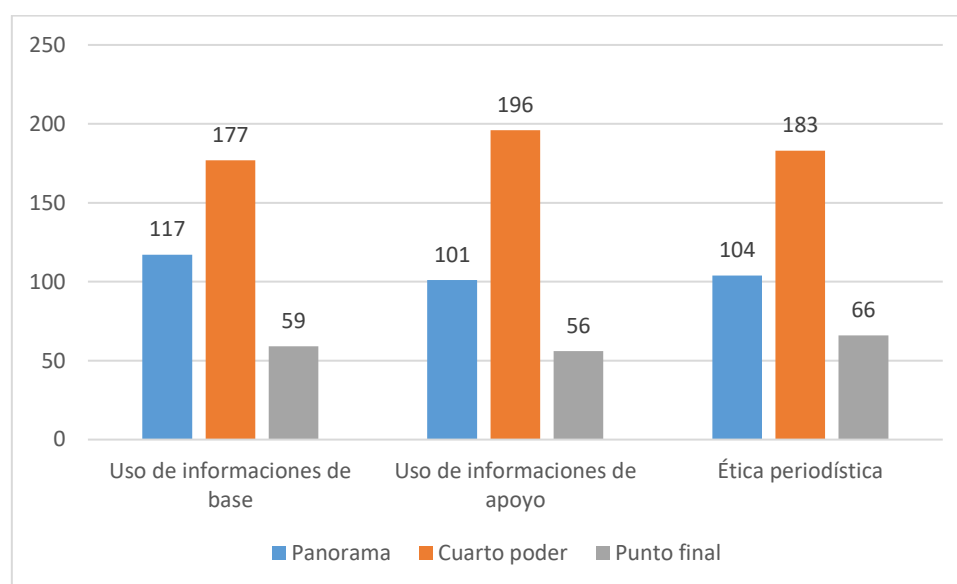
Niveles de la dimensión Rigor informativo en las noticias según sus indicadores en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.

Canales	Indicadores de la dimensión Rigor informativo en las noticias					
	Uso de informaciones de base		Uso de informaciones de apoyo		Ética periodística	
Panorama	117	33,1	101	28,6	104	29,5
Cuarto poder	177	50,1	196	55,5	183	51,8
Punto final	59	16,7	56	15,9	66	18,7

Fuente: Ficha de observación elaborado por la autora

Figura 9

Distribución según la valoración de los indicadores de la dimensión Rigor informativo en las noticias en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final.



Interpretación

La minuciosidad reconocida mayoritariamente al programa “Cuarto Poder”, cómodamente puede explicarse con detalle desde los indicadores. Un 50 % admite que en dicho programa hay un correcto uso de las informaciones de base, para un 55.5 % existe en dicho espacio un adecuado uso de informaciones de apoyo y para un 51.8 % debe reconocerse su ética periodística, en los mismos indicadores se atribuyó mérito a “Panorama” con un 33.1 %, 28.6 % y 29.5 % respectivamente. El programa “Punto Final” ocupó cifras inferiores a todas las anteriores.

4.2.DISCUSIÓN

En este acápite, la investigadora interpreta los resultados desde la perspectiva teórica, inclusive con los aportes proporcionados por los antecedentes citados.

En lo que respecta al objetivo general: **Determinar la credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025.**

En la tabla 1, se evidencia que el 51.6 % de los pobladores que habitan en el casco urbano del distrito de Sechura consideran que el programa dominical denominado “Cuarto Poder” califica con la distinción de alta credibilidad, entre los programas dominicales nocturnos. En segundo lugar, “Panorama” (30.6 %) y, finalmente, “Punto final” con la más baja credibilidad (17.8 %). Este resultado evidencia una competencia mediática entre dichos programas. Desde la Teoría de la Credibilidad periodística (Palau y Vásquez, 2015; Metzger, 2007), el resultado puede interpretarse como consecuencia de la percepción de pericia o competencia profesional que el público le atribuye al medio o a sus periodistas, así como su independencia y consistencia informativa del medio. La población sechurana reconoce a “Cuarto Poder” como un espacio donde predomina la verificación de datos y coherencia narrativa, factores que refuerzan la confianza.

Metzger sostiene que la credibilidad está asociada a la competencia percibida y a la confiabilidad del emisor, lo que sugiere que los espectadores no confían únicamente por afinidad, sino porque reconocen en el programa una práctica constante de responsabilidad informativa. Asimismo, desde la Teoría del procesamiento de la información, los públicos seleccionan las fuentes que les resultan más fiables para reducir la incertidumbre y el riesgo de desinformación. En este sentido, “Cuarto Poder” logró posicionarse como una fuente segura frente a los acontecimientos nacionales.

En contraste con los resultados, Del Valle (2018), quien encontró desconfianza hacia los medios tradicionales, permite comprender que, aunque existe una crisis general de credibilidad mediática, ciertos programas conservan la confianza de la audiencia debido a su reputación acumulada y a la transparencia de sus mensajes.

De acuerdo al objetivo específico 1: **Describir la veracidad de los programas en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025.**

En los datos de la tabla 2, ante los datos obtenidos, pudo evidenciarse claramente que el 51.8 % de los pobladores que habitan en el casco urbano del distrito de Sechura consideran que el programa dominical denominado “Cuarto poder” califica con la distinción de mayor veracidad, cifra muy amplia que supera al 30 % del programa “Panorama” y al 17.8 % de “Punto final”. Este predominio se explica a través de los indicadores: transparencia en las noticias, la cantidad de las fuentes y confiabilidad de las fuentes.

Desde la perspectiva teórica, la veracidad constituye el eje ético del periodismo. Según Díaz (2022), la veracidad implica la objetividad expresada con evidencia suficiente para respaldar lo afirmado, renunciando a la difusión de información no confirmada. En ese sentido, los resultados demuestran que la audiencia sechurana percibe en “Cuarto Poder” un manejo informativo más apegado a los principios de evidencia y contraste de fuentes.

Estos hallazgos coinciden con lo señalado por Soengas et al. (2023), quienes concluyeron que la credibilidad se deteriora cuando los medios abandonan la calidad de su contenido o renuncian a la pluralidad informativa. La audiencia de Sechura parece reconocer en “Cuarto Poder” la persistencia de un enfoque investigativo, lo cual fortalece su imagen de medio veraz y confiable.

Según el objetivo específico 2: **Describir la confiabilidad en los periodistas de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025.**

En la tabla 4, conforme a los datos que se presentan, los resultados mostraron que el 52 % de los pobladores que habitan en el casco urbano del distrito de Sechura consideran que el programa dominical denominado “Cuarto poder” cuenta con mayor confiabilidad en los periodistas, frente a “Panorama” con 30.6 % y “Punto Final” con 18.4 %, siendo el porcentaje más bajo. Este resultado se explica desde la Teoría de la autorrepresentación y el ethos profesional (Palau y Vásquez, 2025; Maletzke, 1992). La confiabilidad se

construye cuando el periodista proyecta una imagen de moralidad, equilibrio y competencia. El ethos periodístico, entendido como el conjunto de valores éticos que el comunicador transmite mediante su conducta y estilo discursivo, se convierte en un elemento decisivo para la aceptación del mensaje.

Estos resultados, se relacionan con Cuentas (2020), quien señaló que la confianza hacia el periodismo potencia la difusión de los fake news. En ese sentido, la credibilidad que conserva “Cuarto Poder” podría atribuirse a la percepción de independencia y responsabilidad en sus conductores, factores que contrarrestan la desinformación.

En cuanto al objetivo específico 3: **Describir el lenguaje en las informaciones en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025.**

En la tabla 6, se evidencia que el 51.6 % de los encuestados consideró que el lenguaje en las informaciones más apropiado lo realiza el programa “Cuarto Poder”, mientras que “Panorama” es solo reconocido por un 30.9 % y finalmente “Punto Final” con un 17.6 %

El lenguaje periodístico, de acuerdo con Sánchez, Navarro y Aranda (2011), influye directamente en la percepción de credibilidad porque permite construir claridad, coherencia y cercanía con la audiencia. El estilo claro, didáctico y verificable de “Cuarto Poder” refuerza la comprensión de los hechos y reduce la carga cognitiva del receptor, lo que, según la Teoría del procesamiento de la información, incrementa la aceptación del mensaje como verdadero.

Los resultados también coinciden con Alcalá, Santaella et al. (2021), quienes demostraron que la vía al acceso a la noticia, el tono del mensaje y el estilo de redacción influyen en la percepción de credibilidad e interés. En consecuencia, la preferencia del público sechurano por el lenguaje de “Cuarto Poder” sugiere que su narrativa combina profesionalismo con un lenguaje accesible, manteniendo equilibrio entre rigor informativo y comprensión ciudadana.

Respecto al objetivo específico 4: **Describir el rigor informativo en las noticias en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025.**

Según la tabla 8, en cuanto al rigor informativo en las noticias, los pobladores encuestados reconocieron al programa “Cuarto Poder” con el 52 %, como el de mayor esfuerzo en ello, so lo un 30 % se le atribuyó al programa “Panorama” y un 18 % a “Punto Final”. El rigor informativo se relaciona con la contrastación de fuentes, el contexto y la ética en la cobertura. Según Ferrer (2016) y Parreira (2021), el rigor constituye una dimensión central de la calidad informativa, ya que determina la profundidad del contenido y la responsabilidad con la que se comunican los hechos.

Estos resultados contrastan con lo planteado por Quisocala (2019), quien advirtió un déficit de pluralidad informativa, siendo crítica la credibilidad de los medios en Arequipa. En cambio, los encuestados en Sechura perciben en “Cuarto Poder” una práctica más profesional y documentada, lo que sugiere una mejor gestión de fuentes y una mayor transparencia. Ejemplos recientes de investigaciones televisivas, como el seguimiento periodístico de denuncias legislativas, refuerzan la percepción.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El nivel de credibilidad de los programas analizados “Panorama, Cuarto Poder y Punto Final” evidenció una jerarquía marcada en la percepción de los pobladores del casco urbano de Sechura. El programa “Cuarto poder” alcanzó la mayor credibilidad debido a su coherencia informativa, transparencia y equilibrio periodístico; en segundo lugar se ubicó “Panorama”, mientras que “Punto Final” obtuvo el nivel más bajo. Esto, confirma que la credibilidad depende directamente de la ética y la calidad del tratamiento informativo, tal como lo sostienen O’Keefe (2022) y Ferrer (2016).
- El nivel de credibilidad de los programas analizados, según la dimensión veracidad reveló que “Cuarto Poder” mantiene una mayor transparencia y confiabilidad en sus fuentes informativas, al contrastar datos y ofrecer mayor pluralidad de voces. Este resultado demuestra que la audiencia asocia la veracidad con la precisión y el contraste de fuentes, coincidiendo con Palau y Gómez (2015), quienes plantean que la verdad y la claridad de las evidencias son pilares de la credibilidad periodística.
- El nivel de credibilidad de los programas analizados, según la dimensión confiabilidad en los periodistas, “Cuarto Poder” destacó por la percepción de la neutralidad y claridad en sus periodistas. Los encuestados valoraron su independencia frente a intereses, reflejando lo señalado por Jaimes (2019), quien afirma que la confianza en el periodista es un proceso social cimentado en su ética profesional y coherencia. En contraste, “Panorama y Punto Final” fueron percibidos con menor imparcialidad, lo que limita la confianza en los pobladores del casco urbano del distrito de Sechura
- El nivel de credibilidad de los programas analizados, según la dimensión Lenguaje en las informaciones, la población sechurana percibió que “Cuarto Poder” emplea un estilo más claro, accesible y directo, cualidad que facilita la comprensión de los hechos y refuerza la sensación de transparencia. Esto,

confirma lo planteado por Sánchez, Navarro y Aranda (2011), quienes sostienen que el lenguaje periodístico constituye un factor determinante en la construcción de la credibilidad. “Panorama” mostró un lenguaje más técnico que distanció a los pobladores, mientras que “Punto Final” fue percibido como menos claro y menos empático.

- El nivel de credibilidad de los programas analizados, según la dimensión rigor informativo, “Cuarto Poder” se consolidó como el programa con mayor verificación y profundidad en el tratamiento de las noticias, evidenciando un manejo ético y responsable de la información. Este resultado, coincide con lo expuesto por Del Hoyo, Almagro et al. (2020), quienes afirman que la credibilidad periodística se sustenta en la precisión y en la verificación constante de los datos. “Panorama” presentó un nivel medio de rigor y “Punto Final” mostró debilidades en el contraste de fuentes y en el seguimiento informativo.

5.2. RECOMENDACIONES

- A los directivos y productores de los canales América, Panamericana y Latina, respecto al ejercicio periodístico que se realiza en los dominicales Cuarto Poder, Panorama y Punto Final, examinar de manera crítica el tratamiento informativo para medir el desempeño de los programas, sobre todo en épocas de crisis política para conocer en profundidad, así como encargar la medición de manera periódica la percepción de sus niveles de credibilidad que tienen las audiencias sobre dichos programas.
- A los periodistas de los programas dominicales Cuarto Poder (América), Panorama (Panamericana) y Punto Final (Latina), promover reuniones para evaluar el cumplimiento de los indicadores de la credibilidad periodística.
- A los egresados la carrera de Comunicación Social, esmerarse en el ejercicio periodístico con total responsabilidad y seriedad, más aún si tienen la oportunidad de desempeñarse en canales de televisión cuyo espectro es a nivel

nacional. Así como capacitarse permanentemente y reflexionen sobre la responsabilidad del periodismo.

- A los tesistas o investigadores, continuar el estudio de la temática desde diseños metodológicos mixtos para enriquecer lo avanzado.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalá-Santaella, M., Alcolea-Díaz, G. y Navarro-Sierra, N. (2021). Factores de credibilidad e interés de las noticias en el paisaje (des)informativo. *Ediciones Complutense*. 27(3), 739-751.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/71280/4564456558359>
- Arias, J., y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Perú: ENFOQUES CONSULTING EIRL.
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., y Sacramento, C. (2020). *La investigación científica. Una aproximación a los estudios de posgrado*. Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador.
- Asociación Colombiana de Medios de Comunicación (2023). *En defensa de la objetividad*. <https://ami.org.co/en-defensa-de-la-objetividad>
- Asociación de la Prensa de Málaga (19 de julio del 2023). *La falta de la credibilidad y de personal, principales retos del periodismo*. <https://aprensamalaga.com/sala-de-prensa/la-falta-de-credibilidad-y-de-personal-principales-retos-del-periodismo-20230719113824.html>
- Azran y Hasyat (2019). La credibilidad de las noticias digitales: El vínculo es más impactante que la fuente. *Comunicar. Revista científica de Educomunicación*. 60(27), 71-80.
- Bravo-Mera, D., y Jaramillo-Carrera (2023). El Perfil del periodista de datos, competencias y habilidades: medios El Comercio, Expreso, Primicias, Revista Vistazo. *Polo del Conocimiento*, 8(1), 647-670.
- Calvo-Porrá, C., Martínez-Fernández, V., y Juanatey-Boga, O. (2014). Credibilidad de los medios de comunicación: Análisis de la prensa diaria desde el comportamiento del consumidor. *El profesional de la información*, 23(3), 300-309.

- Castro, Sh. (4 de mayo del 2018). *Guerra por el rating: Cuarto Poder, Día D, Punto Final y Panorama. Mercado Negro*.
<https://www.mercadonegro.pe/medios/digital/guerra-por-el-rating-cuarto-poder-dia-d-punto-final-y-panorama/>
- Catalina-García, B., García, A. y Montes, M. (2015). Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales. *Historia y Comunicación Social*. 20(2), 601-619.
- Cobos, T. (2021). Medios noticiosos y audiencias: una exploración al consumo y a la credibilidad y confianza en estos durante la cuarentena por covid-19 en Colombia. *Revista de Comunicación*. 20(2), 113-129.
<http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v20n2/2227-1465-rcudep-20-02-113.pdf>
- CONCORTV (2018). *Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo – Nacional*. Lima Consulting. <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2018/04/Estudio-Consumo-RadioyTV-2017.pdf>
- CONCORTV (2019). *Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en adultos*. Perú: Soluciones & Consultoría de Marketing.
- Córdoba-Cabús, A., y García-Borrego, M. (2020). Evaluación de la transparencia en el periodismo de datos de referencia. Estudio de las historias publicadas entre 2018 y 2019. *ICONO*, 19(2), 364-387.
<https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/1648/1905>
- Cubbin, R. (19 de setiembre del 2024). *El Congreso suspende a tres congresistas, a dos de ellos los salvó de la máxima sanción*.
<https://www.infobae.com/peru/2024/09/18/caso-mocha-sueldos-el-congreso-salva-a-jorge-flores-ancachi-de-suspension-de-120-dias-y-solo-lo-sanciona-por-30/>
- Cuentas, L. (2020). *Características de las fake news que se difunden por las redes sociales sobre el coronavirus COVID19 y sus consecuencias en la credibilidad de*

los medios de comunicación en Arequipa – Primer semestre del 2020. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa. Repositorio [unsa.edu.pe
http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/11648/CCcuarl.pdf?s](http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/11648/CCcuarl.pdf?s)

Cueva, L. (17 de junio del 2024). *Perú*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/peru>

Chávez, J. (21 de noviembre del 2023). *El panorama de la televisión peruana*. Observatorio de Medios de Calandria y CONCORTV <https://www.observatoriodemedios.pe/el-panorama-de-la-television-peruana/>

Chu, H. y Ke, Q. (2017). Research methods: What's in the name? ScienceDirect: Nanjing 39 (4), 284-294. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0740818816302274>

Del Hoyo, M., M., García-Galera, M. y Blanco-Alfonso, I. (2020). Desinformación y erosión de la credibilidad periodística en el contexto de las noticias falsas. Estudio de caso. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26(4), 1399-1409. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/70238/4564456554548>

Del Valle, R. (2018). *Las audiencias activas y la credibilidad de los medios de comunicación en México*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Repositorio eprints.ucm.es <https://eprints.ucm.es/id/eprint/47825/1/T39971.pdf>

Díaz, P. (4 de julio del 2022). *Masacre de La Cantuta: El asesinato de estudiantes a manos de un escuadrón de la muerte cumple 30 años*. <https://www.infobae.com/america/peru/2022/07/23/masacre-de-la-cantuta-el-crimen-de-los-estudiantes-a-manos-de-asesinos-encubiertos-en-las-fuerzas-armadas/>

- Díez-Garrido, M. y Campos, E. (2018). Los periodistas ante la Transparencia en España: Valoración y uso de la cobertura informativa. *Revista Española de la Transparencia*, 18(2018), 49-69.
- Estremadoyro Alegre, J. (2009). Reflexiones sobre la credibilidad periodística. *Escritura y Pensamiento*. 24(12), 135-156.
- Expreso (17 de febrero del 2022). *Dominicales: rating no las acompaña*. <https://www.expreso.com.pe/especiales-2/dominicales-rating-no-las-acompana/>
- Ferrer, R. (2016). *La calidad televisiva y “mala” televisión. Los programas contenedores en los canales de televisión españoles*. (Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona).
- France24 (21 de noviembre del 2021). *Watergate: 50 años del escándalo que le costó la presidencia a Richard Nixon*. <https://www.france24.com/es/programas/historia/20220616-watergate-50-a%C3%B1os-del-esc%C3%A1ndalo-que-le-cost%C3%B3-la-presidencia-a-richard-nixon>
- Gallardo Echenique, E. (2017). *Metodología de la Investigación. Manual Autoformativo Interactivo*. Huancayo: Universidad Continental.
- Gordillo, J. y Velarde, E. (2021). *Cobertura periodística de las elecciones presidenciales 2021 en los programas dominicales Cuarto poder y Punto final, abril- junio, 2021*. (Tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/88134/Gordillo_CJM-Velarde_REF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guzmán Zamora, F., y Pagán Teitelbaum, I. (2024). Movilización, violencia y poder: un estudio de caso del discurso periodístico peruano. *Sílex*, 14(1), 7-37. <https://revistas.uarm.edu.pe/index.php/silex/article/view/352/238>

- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Herrero, E. (2015). La credibilidad de las redes sociales en el ámbito periodístico. *Redalyc*. 27(2), 165-171. <https://www.redalyc.org/pdf/3843/384351520006.pdf>
- Instituto de Estudios Peruanos (2024). *Informe de opinión de julio 2024*. <https://iep.pe/wp-content/uploads/2024/07/IEP-Informe-de-opinion-julio-2024-informe-parcial-v2.pdf>
- INEI (2018). *Piura. Resultados definitivos*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1553/20TOMO_01.pdf
- Infórmate Perú (9 de mayo del 2022). *Willax lanza programa dominical de investigación conducido por Augusto Thorndike*. <https://informateperu.pe/peru/willax-lanza-programa-dominical-de-investigacion-conducido-por-augusto-thorndike-video/>
- Instituto Prensa y Sociedad (9 de junio del 2021). *Perú: periodistas se pronuncian tras su renuncia a Cuarto Poder*. <https://ipys.org/noticias/libertad-de-expresion/peru-periodistas-se-pronuncian-tras-su-renuncia-a-cuarto-poder>
- Jaimes, M. (2019). La producción periodística de un programa dominical: Caso Cuarto Poder. (Tesis de Licenciatura). Universidad San Martín de Porres, Lima. Repositorio [usmp.edu.pe](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4721/JAIMES_BM.pdf?sequence=1&isAllowed=y) https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4721/JAIMES_BM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Kothari, R. (2018). *Research Methodology: Métodos y Técnicas*. EEUU: New Age International.
- López, D., Ochoa, P. y López, J. (2019). La estadística y la investigación científica: un trabajo en conjunto. *Imaginario social*. 2(2), 1-11.

<http://revista-imaginariosocial.com/index.php/es/article/view/11>

Lovatón, E. y Zapata, L. (2020). Análisis comparativo de la situación laboral de las mujeres y varones en el ámbito periodístico en tres programas dominicales de Lima en el mes de febrero de 2020.

Maccha Arenas, J. (2022). *El tratamiento de los actores de un conflicto social en el discurso periodístico televisivo. Análisis de los reportajes de Punto Final, Cuarto Poder y Panorama sobre Las Bambas (agosto de 2021 - agosto de 2022)*. (Tesis de licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://upc.aws.openrepository.com/bitstream/handle/10757/667291/Maccha_AJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Mafrá, È. (6 de mayo del 2019). *Periodismo de Datos: transformación digital en la producción y consumo de noticias*. <https://rockcontent.com/es/blog/periodismo-de-datos/>

Maletzke, G. (1992). *Psicología de la comunicación*. Ecuador: editorial Quipus.

Mamani Loza, W. (2022). *El estilo periodístico en la transmisión de partidos de fútbol por Facebook en la ciudad de Puno*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional del Altiplano. Repositorio digital <https://es.scribd.com/document/557513227/Articulo-cientifico-Estilos-periodisticos-UNAP>

Mayoral, J., Parratt, S. y Morata, M. (2021). Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica. *Historia y Comunicación Social*. 24(2), 395-409.

Mazur, L. (2021). The Epistemic Imperialism of Science. Reinvigorating Early Critiques of Scientism. *Frontiers in Psychology*. 11(1), 1-12. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.609823/full>

- Media Map Perú (2024). *Piura bajo la lupa de Media Map Perú*.
<https://mediamap.pe/analisis-de-medios-piuranos/>
- Medina-Reyes, G., y León-Valle, B. (2022). Fuentes periodísticas y verificación de la información en el Profe TV, de la parroquia Manglaralto. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*. 5(10), 85-103.
- Metzger, M. (2007). Making sense of credibility on the Web: models for evaluating online information and recommendations for future research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. 58(13). 2078-2091.
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2022). Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo – Nacional. <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2024/04/Informe-Final-Est.-Consumo-Radial-y-Televisivo-2022-Nacional.pdf>
- Miranda Pérez, G. (2021). *Credibilidad del programa periodístico televisivo “Beto a Saber” en los jóvenes del Centro Poblado El Milagro. La Libertad, 2021*. (Tesis de titulación). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.
- Moraga Zambrano, C. (2023). EL IMPERATIVO CATEGÓRICO COMO MEDIADOR: ¿EL DEBER PUEDE MEJORAR LA RELACIÓN ENTRE EL SER HUMANO Y LA NATURALEZA? *Revista INMANERE*, 2(1), 39-44.
<https://revistas.ucsc.cl/index.php/inmanere/article/view/2071/1518>
- Navarrete, V. (2020). *Análisis del tratamiento de la noticia televisiva en la civilización del espectáculo: caso américa noticias edición central*. (Tesis de Maestría). Universidad San Martín de Porres, Lima.
- Newman, N. (17 de junio del 2024). *Resumen ejecutivo y hallazgos clave del informe de 2024*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/dnr-resumen-ejecutivo>

- O'keefe, J. (2022). *American Muckraker: Rethinking Journalism for the 21st Century*. EE.UU. AMERICAN MUCKRAKER.
- Ortega Arcos, W., Silva Torres, N., y Cruz Cepeda, D. (2023). Función social del periodismo contemporáneo. *RECIMUNDO*, 7(1), 389-397.
- Parreira, M. (2021). La credibilidad periodística en jaque: conexión entre propaganda y fake news. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*. 53(2021), | 216 – 230.
- Perú21 (27 de octubre del 2023). *Las leyendas Humberto Martínez Morosini y Arturo Pomar vuelven a narrar noticias gracias a la IA*. <https://peru21.pe/cheka/las-leyendas-humberto-martinez-morosini-y-arturo-pomar-vuelven-a-narrar-noticias-gracias-a-la-ia-mi-banco-el-nino-noticia>
- Quisocala, M. (2019). *Actitud que tiene la población arequipeña hacia la credibilidad de los medios de comunicación masiva durante el proceso de producción noticiosa en Arequipa, durante el primer semestre del año 2018*. (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa. Repositorio unas.edu.pe
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/8170/CCDqulimm.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Renedo-Farpón, C., Canavilhas, J., y Díez-Garrido, M. (2023). Transparency mechanisms in the media: analysis of Spain and Portugal. *Profesional de la información*, 32(1), 1-13.
- Rojas, M. (03 de octubre del 2024). *Un nuevo congresista denuncia ser víctima de extorsiones: “Uno se siente como un ciudadano más”*. <https://www.infobae.com/peru/2024/10/04/congreso-pasion-davila-denuncia-ser-victima-de-extorsion-desde-hace-meses/>
- Roses, S. (2011). *Confianza en la institución de los medios*. Una diferenciación teórica. Razón y Palabra.

- Ruíz, C. (24 de setiembre del 2024). *Dina Boluarte: confirman el 'Cofre' en el sur de Lima, su vínculo con Vladimir Cerrón, y un personaje clave en el caso*. <https://www.infobae.com/peru/2024/09/23/dina-boluarte-confirman-presencia-del-cofre-en-el-sur-de-lima-y-su-conexion-con-vladimir-cerron/>
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2016). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Lima Editorial Visión Universitaria.
- Sandoval, J. y Miranda, I. (2019). *Fake news y credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima Perú. Caso: Suicidio de Alan García*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Tecnológica del Perú, Lima. Repositorio utp.edu.pe https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2720/John%20Sandoval_Irving%20Miranda_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Santos, M. (s.f.). *La credibilidad de los medios de referencia y la elite periodística*. TELOS. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero061/la-credibilidad-de-los-medios-de-referencia-y-la-elite-periodistica/>
- Sixto-García, J., Duarte Melo, A., y Escandón- Montenegro, P. (10 de septiembre del 2024). *Comunicación de la transparencia informativa y la rendición de cuentas*. Revista Latina de Comunicación. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/M2>
- Soengas-Pérez, X., Rodríguez-Castro, M., y Campos-Freire, F. (2023). La credibilidad de los informativos de la televisión pública en España. *Revista Comunicar* 1(1), 1-11. <https://www.revistacomunicar.com/html/76/es/76-2023-06.html>
- Suárez, E. (25 de septiembre del 2024). *Método inductivo y deductivo*. <https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Sughan, S. (1980). The cost of thinking. *Journal of consumer research*, 7(1980), 99-111.

- Vásquez-Barrio, T., Torrecillas-Lacave, T. y Suárez-Álvarez, R. (2021). *Credibilidad de los contenidos informativos en tiempos de fake news: Comunidad de Madrid*. Cuadernos.info 49(1), 192-214. <https://www.scielo.cl/pdf/cinfo/n49/0719-367X-cinfo-49-192.pdf>
- Vásquez, L. (2023). La información periodística de los 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 [bausate.edu.pe](https://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14229/317/TESIS-VASQUEZ%20VASQUEZ-EMPASTADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y) <https://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14229/317/TESIS-VASQUEZ%20VASQUEZ-EMPASTADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villa, S. (4 de abril del 2024). *IDL-Reporteros: El medio que se atreve a desafiar a la élite política peruana*. <https://gijn.org/es/articulos/idl-reporteros-desafia-elite-politica/>
- Weiss Palacios, G. (2019). Aplicación del proceso de verificación de datos en el ejercicio del periodismo escrito tradicional de Cochabamba. *Punto Cero Año*, 24(38), 21-31. http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v24n38/v24n38_a03.pdf
- Urrego, C. (2019). Análisis de artículos periodísticos y el papel de las políticas públicas de Ciencia, Tecnología e Innovación en su contenido. *Reflexión Política*. 21(41), 92-110. <https://www.redalyc.org/journal/110/11067961007/html/>

ANEXOS

Matriz de consistencia

Autores: Bach. Rivera Córdova Xiomara Jasmin

<u>TÍTULO DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN</u>	<u>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</u>	<u>OBJETIVO GENERAL</u>	<u>MARCO TEÓRICO (ESQUEMA)</u>	<u>TIPO DE INVESTIGACIÓN</u>
Credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025	¿Qué credibilidad tienen los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025?	Determinar la credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025.	2.2.1. La credibilidad periodística a. Fundamentos teóricos del periodismo informativo. b. Concepción de la credibilidad periodística c. Definición de credibilidad periodística d. Criterios para obtener una credibilidad periodística e. Dificultades en el periodismo para lograr la credibilidad f. La calidad informativa como condición de la credibilidad g. Medición de la credibilidad periodística h. Dimensiones de la credibilidad periodística i. Programas televisivos objeto de estudio	No experimental Enfoque cuantitativo
		<u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u> Describir la veracidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025. Describir la confiabilidad en los periodistas en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025. Describir el lenguaje en las informaciones empleados en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en		<u>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</u> Descriptivo y trasversal <u>POBLACIÓN Y MUESTRA</u> N = 8,690 n = 353 <u>TÉCNICAS E INSTRUM. RECOLEC: DATOS</u> Encuesta y cuestionario <u>TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO</u> Estadística descriptiva

		los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025. Describir el rigor informativo en las noticias en los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final en los pobladores del casco urbano de Sechura, 2025.		
--	--	---	--	--

Cuestionario sobre la credibilidad periodística

Estimado sechurano (a), recibe el cordial saludo de la Universidad Nacional del Santa, la portadora es egresada de dicha casa superior de estudios y le solicita colabore con una investigación académica. Debe leer detenidamente las interrogantes que siguen y marcar solo una alternativa que crea conveniente:

Desarrollo:

Veracidad de los programas

1. De acuerdo a su experiencia como televidente, ¿Qué programa dominical es más transparente al presentar sus reportajes y/o informaciones?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

2. A su criterio, ¿Cuál es el programa que se esfuerza en presentar más fuentes de información en aras de la verdad?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

3. ¿Cuál de los programas dominicales considera usted que presenta más testimonios en sus informaciones?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

4. ¿Cuál de los tres programas dominicales considera que presenta fuentes más confiables en sus informaciones?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

Confiabilidad en los periodistas

5. ¿Cuál de los programas dominicales considera que cuenta con los periodistas que imparten la verdad?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

6. De elegir el programa, al que le otorga mayor confianza por el ejercicio periodístico que realiza en las informaciones presentadas, ¿Cuál escogería?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

7. De los tres programas, ¿Cuál cree que tiene a los periodistas más comprometidos en indagar a fondo en sus investigaciones, basándose de evidencias y no supuestos para difundir una noticia?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

8. Desde su condición de televidente ¿Qué programa tiene los conductores que mejor presentan los casos?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

9. Desde su condición de televidente ¿Qué programa tiene los conductores más dispuestos a llegar a fondo en sus entrevistas?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

10. Desde su condición de televidente, ¿Qué programa tiene a los periodistas más comprometidos por cubrir los sucesos y no se parcializan?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

Lenguaje en las informaciones

11. A su criterio, ¿Cuál programa dominical tiene a los profesionales con mejor estilo periodístico para presentar las noticias?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

12. ¿Qué programa dominical te parece más interesante y donde el periodista que presenta las informaciones y/o reportajes utiliza explicaciones minuciosas y sencillas para un mejor entendimiento?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

13. ¿Cuál crees que es el programa dominical que proporciona datos o información suficientes en sus notas periodísticas y/o informaciones?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

14. Si tuviera que escoger el programa dominical que mejor contrasta posturas o versiones en sus reportajes ¿Cuál elegiría?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

15. Si se trata de designar el programa dominical más creíble, por la verificación de sus informaciones, ¿Cuál elegiría?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

Rigor informativo en las noticias

16. En su posición de televidente, ¿Cuál de los programas dominicales considera que se preocupa por presentar información con mayor peso periodístico y/o importancia a la población peruana?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

17. Indique el programa que utiliza material de archivo (fotografías, vídeos, documentos) o antecedentes de forma responsable.

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

18. Como televidente, ¿Cuál de estos tres programas dominicales considera que es el más serio y respetuoso durante los últimos años?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

19. ¿Qué programa dominical considera que presenta las noticias con una ética digna de reconocerse?

Panorama		Cuarto Poder		Punto Final	
----------	--	--------------	--	-------------	--

Muchas gracias por participar

Anexo N.º 3
UNS
E.P. Comunicación Social

Base de datos

Nro.	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19
1	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama
2	Panorama	Punto F.	Panorama	Punto F.	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama
3	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Punto F.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Punto F.	Punto F.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Punto F.	Punto F.	Cuarto P.	Cuarto P.	Punto F.	Cuarto P.
4	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Panorama	Panorama	Cuarto P.
5	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Punto F.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.
6	Panorama	Panorama	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.
7	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.
8	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.
9	Cuarto P.	Panorama	Punto F.	Punto F.	Cuarto P.	Cuarto P.	Punto F.	Panorama	Punto F.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Punto F.	Punto F.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Panorama
10	Punto F.	Cuarto P.	Punto F.	Panorama	Cuarto P.	Punto F.	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Punto F.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Panorama
11	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.
12	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.
13	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.
14	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Panorama	Cuarto P.	Cuarto P.
15	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.
16	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.	Cuarto P.
17	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama
18	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama
19	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama	Panorama

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Instrumento de investigación aprobado a modo de “juicio de experto”

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado: **FICHA DE OBSERVACIÓN**, diseñado por el **TESISTA**, cuyo propósito es medir **EL NIVEL DE CREDIBILIDAD DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS PANORAMA, CUARTO PODER Y PUNTO FINAL**, el cual será aplicado a **LOS POBLADORES DEL CASCO URBANO DE SECHURA, 2024**, por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad. El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

**NIVEL DE CREDIBILIDAD DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS
PANORAMA, CUARTO PODER Y PUNTO FINAL EN LOS POBLADORES
DEL CASCO URBANO DE SECHURA, 2024**

Tesis que será presentada a la Universidad Nacional del Santa, como requisito para obtener el Título profesional (o título de especialista - según corresponda) de:

TITULO PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte



XIOMARA JASMIN RIVERA CORDOVA
DNI N° 70808175

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que, según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
C R E D I B I L I D A D	Veracidad de los programas	Transparencia en las noticias	1	X	
		Cantidad de fuentes en las noticias	2 - 3	X	
		Confiability de las fuentes	4	X	
	Confiability en los periodistas	Mensajes	5 - 6	X	
		Posición neutral del periodista	7 - 8 - 9 - 10	X	
	Lenguaje en las informaciones	Estilo en el periodista	11 - 12	X	
		Cantidad de datos	13	X	
		Datos verificados	14 - 15	X	
	Rigor informativo en las noticias	Uso de informaciones de base	16	X	
		Uso de informaciones de apoyo	17	X	
		Ética periodística	18 - 19	X	

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

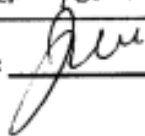
Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones				
Nº	Items	MA	BA	A	PA	NA					
1	De acuerdo a su experiencia como televidente ¿Qué programa dominical es más transparente al presentar sus reportajes y/o informaciones? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final		X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
2	A su criterio, ¿Cuál es el programa que se esfuerza en presentar más fuentes de información en aras de la verdad? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final		X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
3	¿Cuál de los programas dominicales considera usted que presenta más testimonios en sus informaciones? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final		X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
4	¿Cuál de los tres programas dominicales considera que presenta fuentes más confiables en sus informaciones? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final		X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
5	¿Cuál de los programas dominicales considera que cuenta con periodistas que imparten la verdad? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final		X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									

6	De elegir el programa, al que le otorga mayor confianza por el ejercicio periodístico que realiza en las informaciones presentadas ¿Cuál escogería?	X								
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final						
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final								
7	De los tres programas, ¿cuál cree que tiene a los periodistas más comprometidos en indagar a fondo en sus investigaciones, basándose de evidencias y no supuestos para difundir una noticia?	X								
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final						
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final								
8	Desde su condición de televidente ¿Qué programa tiene los conductores que mejor presentan los casos?	X								
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final						
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final								
9	Desde su condición de televidente ¿Qué programa tiene los conductores más dispuestos a llegar a fondo en sus entrevistas?	X								
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final						
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final								
10	Desde su condición de televidente ¿Qué programa tiene a los periodistas más comprometidos por cubrir los sucesos y no se parcializan?	X								
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final						
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final								
11	A su criterio, ¿Cuál programa dominical tiene a los profesionales con mejor estilo periodístico para presentar las noticias?	X								
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final						
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final								

12	¿Qué programa dominical te parece más interesante y donde el periodista que presenta las informaciones y/o reportajes utiliza explicaciones minuciosas y sencillas para un mejor entendimiento? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final		X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
13	¿Cuál crees que es el programa dominical que proporciona datos o información suficientes en sus notas periodísticas y/o informaciones? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final		X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
14	Si tuviera que escoger el programa dominical que mejor contrasta posturas o versiones en sus reportajes ¿Cuál elegiría? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final		X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
15	Si se trata de designar el programa dominical más creíble, por la verificación de sus informaciones ¿Cuál elegiría? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final		X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
16	En su posición de televidente, ¿Cuál de los programas dominicales considera que se preocupa por presentar información con mayor peso periodístico y/o importancia a la población peruana? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final		X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									

17	Indique el programa que utiliza material de archivo (fotografías, videos, documentos) o antecedentes de forma responsable.	X								
	<table border="1"> <tr> <td>Panorama</td> <td>Cuarto Poder</td> <td>Punto Final</td> </tr> </table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final						
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final								
18	Como televidente, ¿cuál de estos tres programas dominicales considera que es el más serio y respetuoso durante los últimos años?	X								
	<table border="1"> <tr> <td>Panorama</td> <td>Cuarto Poder</td> <td>Punto Final</td> </tr> </table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final						
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final								
19	¿Qué programa dominical considera que presenta las noticias con una ética digna de reconocerse?	X								
	<table border="1"> <tr> <td>Panorama</td> <td>Cuarto Poder</td> <td>Punto Final</td> </tr> </table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final						
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final								
Total:										

Evaluado por: (Apellidos y Nombres) ALANA CELS JESSICA YOUNNA
 D.N.I.: 70186954 Fecha: 20/12/21 Firma: 

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, JESSICA YOUNNA ALMA CIELO, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 40186854, de profesión Comunicadora, grado académico DOCTORA, con código de colegiatura 3580, labor que ejerzo actualmente como DOCENTE, en la Institución UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado Cuestionario sobre el nivel de la credibilidad periodística, cuyo propósito es medir el **NIVEL DE CREDIBILIDAD DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS PANORAMA, CUARTO PODER Y PUNTO FINAL**, el cual será aplicado a **LOS POBLADORES DEL CASCO URBANO DE SECHURA, 2024**.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				

Apreciación total:

MA= Muy adecuado (3) BA= Bastante adecuado (2) A= Adecuado (1) PA= Poco adecuado () No adecuado ()

Nuevo Chimbote, a los 20 días del mes de Diciembre del 2024

Apellidos y nombres: ALMA CIELO JESSICA DNI: 40186854 Firma: JM.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado: **FICHA DE OBSERVACIÓN**, diseñado por el **TESISTA**, cuyo propósito es medir **EL NIVEL DE CREDIBILIDAD DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS PANORAMA, CUARTO PODER Y PUNTO FINAL**, el cual será aplicado a **LOS POBLADORES DEL CASCO URBANO DE SECHURA, 2024**, por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad. El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

NIVEL DE CREDIBILIDAD DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS PANORAMA, CUARTO PODER Y PUNTO FINAL EN LOS POBLADORES DEL CASCO URBANO DE SECHURA, 2024

Tesis que será presentada a la Universidad Nacional del Santa, como requisito para obtener el Título profesional (o título de especialista - según corresponda) de:

TITULO PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

XIOMARA JASMIN RIVERA CORDOVA
DNI N° 70808175

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que, según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
C R E D I B I L I D A D	Veracidad de los programas	Transparencia en las noticias	1		
		Cantidad de fuentes en las noticias	2 - 3		
		Confiability de las fuentes	4	X	
	Confiability en los periodistas	Mensajes	5 - 6		
		Posición neutral del periodista	7 - 8 - 9 - 10		
	Lenguaje en las informaciones	Estilo en el periodista	11 - 12	X	
		Cantidad de datos	13	X	
		Datos verificados	14 - 15		
	Rigor informativo en las noticias	Uso de informaciones de base	16	X	
		Uso de informaciones de apoyo	17		
		Ética periodística	18 - 19	X	

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A= Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones				
N°	Items	MA	BA	A	PA	NA					
1	De acuerdo a su experiencia como televidente ¿Qué programa dominical es más transparente al presentar sus reportajes y/o informaciones? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
2	A su criterio, ¿Cuál es el programa que se esfuerza en presentar más fuentes de información en aras de la verdad? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
3	¿Cuál de los programas dominicales considera usted que presenta más testimonios en sus informaciones? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
4	¿Cuál de los tres programas dominicales considera que presenta fuentes más confiables en sus informaciones? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
5	¿Cuál de los programas dominicales considera que cuenta con periodistas que imparten la verdad? <table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									

6	De elegir el programa, al que le otorga mayor confianza por el ejercicio periodístico que realiza en las informaciones presentadas ¿Cuál escogería?											
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final										
7	De los tres programas, ¿cuál cree que tiene a los periodistas más comprometidos en indagar a fondo en sus investigaciones, basándose de evidencias y no supuestos para difundir una noticia?											
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final										
8	Desde su condición de televidente ¿Qué programa tiene los conductores que mejor presentan los casos?											
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final										
9	Desde su condición de televidente ¿Qué programa tiene los conductores más dispuestos a llegar a fondo en sus entrevistas?											
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final										
10	Desde su condición de televidente ¿Qué programa tiene a los periodistas más comprometidos por cubrir los sucesos y no se parcializan?											
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final										
11	A su criterio, ¿Cuál programa dominical tiene a los profesionales con mejor estilo periodístico para presentar las noticias?											
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final										

17	Indique el programa que utiliza material de archivo (fotografías, videos, documentos) o antecedentes de forma responsable.									
	<table border="1"> <tr> <td>Panorama</td> <td>Cuarto Poder</td> <td>Punto Final</td> </tr> </table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final	X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final								
18	Como televidente, ¿cuál de estos tres programas dominicales considera que es el más serio y respetuoso durante los últimos años?									
	<table border="1"> <tr> <td>Panorama</td> <td>Cuarto Poder</td> <td>Punto Final</td> </tr> </table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final	X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final								
19	¿Qué programa dominical considera que presenta las noticias con una ética digna de reconocerse?									
	<table border="1"> <tr> <td>Panorama</td> <td>Cuarto Poder</td> <td>Punto Final</td> </tr> </table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final	X					
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final								
Total:										

Evaluado por: (Apellidos y Nombres) CHURQUIBANA LEÓN ALDAS

D.N.I.: 18842253

Fecha: 17/12/24

Firma: 

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, ANDRÉS CHUQUIRUNA LEÓN, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 18942253, de profesión docente, grado académico maestro, con código de colegiatura 1884, labor que ejerzo actualmente como docente en la Institución CEN S.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado Cuestionario sobre el nivel de la credibilidad periodística, cuyo propósito es medir el **NIVEL DE CREDIBILIDAD DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS PANORAMA, CUARTO PODER Y PUNTO FINAL**, el cual será aplicado a **LOS POBLADORES DEL CASCO URBANO DE SECHURA, 2024**.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		X			
Amplitud del contenido a evaluar.		X			
Congruencia con los indicadores.		X			
Coherencia con las dimensiones.		X			

Apreciación total:

MA= Muy adecuado (3) BA= Bastante adecuado (2) A= Adecuado (1) PA= Poco adecuado () No adecuado ()

Nuevo Chimbote, a los 17 días del mes de Diciembre del 20 24

Apellidos y nombres: CHUQUIRUNA LEÓN, Andrés DNI: 18942253 Firma: 

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado: **FICHA DE OBSERVACIÓN**, diseñado por el **TESISTA**, cuyo propósito es medir **EL NIVEL DE CREDIBILIDAD DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS PANORAMA, CUARTO PODER Y PUNTO FINAL**, el cual será aplicado a **LOS POBLADORES DEL CASCO URBANO DE SECHURA, 2024**, por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad. El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

NIVEL DE CREDIBILIDAD DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS PANORAMA, CUARTO PODER Y PUNTO FINAL EN LOS POBLADORES DEL CASCO URBANO DE SECHURA, 2024

Tesis que será presentada a la Universidad Nacional del Santa, como requisito para obtener el Título profesional (o título de especialista - según corresponda) de:

TITULO PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte



XIOMARA JASMIN RIVERA CORDOVA
DNI N° 70808175

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que, según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
C R E D I B I L I D A D	Veracidad de los programas	Transparencia en las noticias	1	X	
		Cantidad de fuentes en las noticias	2 - 3		
		Confiable de las fuentes	4	X	
	Confiable de los periodistas	Mensajes	5 - 6		
		Posición neutral del periodista	7 - 8 - 9 - 10		
	Lenguaje en las informaciones	Estilo en el periodista	11 - 12	X	
		Cantidad de datos	13		
		Datos verificados	14 - 15	X	
	Rigor informativo en las noticias	Uso de informaciones de base	16		
		Uso de informaciones de apoyo	17	X	
		Ética periodística	18 - 19	X	

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

		Preguntas			Valoración					Observaciones				
N°		Items			MA	BA	A	PA	NA					
1	De acuerdo a su experiencia como televidente ¿Qué programa dominical es más transparente al presentar sus reportajes y/o informaciones?	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>			Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final												
2	A su criterio, ¿Cuál es el programa que se esfuerza en presentar más fuentes de información en aras de la verdad?	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>			Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final												
3	¿Cuál de los programas dominicales considera usted que presenta más testimonios en sus informaciones?	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>			Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final												
4	¿Cuál de los tres programas dominicales considera que presenta fuentes más confiables en sus informaciones?	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>			Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final												
5	¿Cuál de los programas dominicales considera que cuenta con periodistas que imparten la verdad?	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>			Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final												

6	De elegir el programa, al que le otorga mayor confianza por el ejercicio periodístico que realiza en las informaciones presentadas ¿Cuál escogería?										
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
7	De los tres programas, ¿cuál cree que tiene a los periodistas más comprometidos en indagar a fondo en sus investigaciones, basándose de evidencias y no supuestos para difundir una noticia?										
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
8	Desde su condición de televidente ¿Qué programa tiene los conductores que mejor presentan los casos?										
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
9	Desde su condición de televidente ¿Qué programa tiene los conductores más dispuestos a llegar a fondo en sus entrevistas?										
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
10	Desde su condición de televidente ¿Qué programa tiene a los periodistas más comprometidos por cubrir los sucesos y no se parcializan?										
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
11	A su criterio, ¿Cuál programa dominical tiene a los profesionales con mejor estilo periodístico para presentar las noticias?										
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td><td></td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									

12	¿Qué programa dominical te parece más interesante y donde el periodista que presenta las informaciones y/o reportajes utiliza explicaciones minuciosas y sencillas para un mejor entendimiento?		X								
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final							
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
13	¿Cuál crees que es el programa dominical que proporciona datos o información suficientes en sus notas periodísticas y/o informaciones?		X								
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final							
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
14	Si tuviera que escoger el programa dominical que mejor contrasta posturas o versiones en sus reportajes ¿Cuál elegiría?		X								
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final							
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
15	Si se trata de designar el programa dominical más creíble, por la verificación de sus informaciones ¿Cuál elegiría?		X								
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final							
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
16	En su posición de televidente, ¿Cuál de los programas dominicales considera que se preocupa por presentar información con mayor peso periodístico y/o importancia a la población peruana?		X								
	<table><tr><td>Panorama</td><td>Cuarto Poder</td><td>Punto Final</td></tr></table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final							
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									

17	Indique el programa que utiliza material de archivo (fotografías, videos, documentos) o antecedentes de forma responsable.										
	<table border="1"> <tr> <td>Panorama</td> <td>Cuarto Poder</td> <td>Punto Final</td> <td></td> </tr> </table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
18	Como televidente, ¿cuál de estos tres programas dominicales considera que es el más serio y respetuoso durante los últimos años?										
	<table border="1"> <tr> <td>Panorama</td> <td>Cuarto Poder</td> <td>Punto Final</td> <td></td> </tr> </table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
19	¿Qué programa dominical considera que presenta las noticias con una ética digna de reconocerse?										
	<table border="1"> <tr> <td>Panorama</td> <td>Cuarto Poder</td> <td>Punto Final</td> <td></td> </tr> </table>	Panorama	Cuarto Poder	Punto Final			X				
Panorama	Cuarto Poder	Punto Final									
Total:											

Evaluado por: (Apellidos y Nombres) García Valenzuela Geobell Noressa

D.N.I.: 44419969

Fecha: 12/12/2024

Firma: 

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Gonzalez Vanessa Garcia Valencia, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 44419969, de profesión Comunicación Social, grado académico Magíster, con código de colegiatura 361, labor que ejerzo actualmente como docente universitario, en la Institución Universidad Nacional del Santa.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado Cuestionario sobre el nivel de la credibilidad periodística, cuyo propósito es medir el **NIVEL DE CREDIBILIDAD DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS PANORAMA, CUARTO PODER Y PUNTO FINAL**, el cual será aplicado a **LOS POBLADORES DEL CASCO URBANO DE SECHURA, 2024**.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		✓			
Amplitud del contenido a evaluar.		✓			
Congruencia con los indicadores.		✓			
Coherencia con las dimensiones.		✓			

Apreciación total:

MA= Muy adecuado (3) BA= Bastante adecuado (2) A= Adecuado (1) PA= Poco adecuado () No adecuado ()

Nuevo Chimbote, a los 12 días del mes de diciembre del 2024

Apellidos y nombres: García Valencia Gonzales

DNI: 44419969

Firma:





DECLARACION JURADA DE AUTORÍA

Yo, Xiomara Jasmin Rivera Cordova

egresada de la

Facultad:	Ciencias		Educación	X	Ingeniería	
Escuela Profesional:	Comunicación Social					
Departamento Académico:	Humanidades y Ciencias Sociales					
Escuela de Posgrado	Maestría		Doctorado			
Programa:						

De la Universidad Nacional del Santa; Declaro que el trabajo de investigación intitulado:

Credibilidad de los programas televisivos Panorama Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del Casco urbano de Sechura, 2025.

presentado en 4 folios, para la obtención del Grado académico: ()

Título profesional: (X) Investigación anual: ()

- He citado todas las fuentes empleadas, no he utilizado otra fuente distinta a las declaradas en el presente trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido presentado con anterioridad ni completa ni parcialmente para la obtención de grado académico o título profesional.
- Comprendo que el trabajo de investigación será público y por lo tanto sujeto a ser revisado electrónicamente para la detección de plagio por el VRIN.
- De encontrarse uso de material intelectual sin el reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el proceso disciplinario.

Nuevo Chimbote, 14 de j. de 2025

Firma:

Nombres y Apellidos: Xiomara Jasmin Rivera Cordova

DNI: 70808175



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo: James Stuard Solis Godoy

asesor / presidente de la Unidad de Investigación de la

Facultad:	Ciencias		Educación	X	Ingeniería	
Departamento Académico	<u>Educación y Cultura</u>					
Escuela de Posgrado	Maestría:		Doctorado			

Programa:

De la Universidad Nacional del Santa. Asesor / Unidad de Investigación revisora del trabajo de Investigación intitulado:

Credibilidad de los programas televisivos Panorama, Cuarto Poder y Punto Final, según los pobladores del Casco Urbano, 2025

Del estudiante / docente: Xiomara Jasmin Rivera Cordova

De la escuela / departamento académico: Comunicación Social

Constato que la investigación presentada no ha incurrido en plagio. Indicando que ni bien se retorne el servicio con el software antiplagio (Turnitin), este tendrá que ser aplicado antes que el informe final sea publicado en el repositorio institucional Digital de la UNS (OFICIO MÚLTIPLE N° 26-2025-UNS-CU-SG/VIRTUAL).

Nuevo Chimbote, 17 de Julio del 2025

Firma:

Nombres y Apellidos del Asesor/Presidente UI: James Stuard Solis Godoy

DNI: 33263858

NOTA:

Oficio Múltiple N° 026-2025-UNS-CU-SG/VIRTUAL

a) "Dejar en suspenso la aplicación del art. 19 de la Directiva N° 003-2020-VRAC y la Directiva N° 004-2018-VRIN, hasta la renovación de la licencia del SOFTWARE ANTIPLAGIO ORIGINALITY CHECKER TURNITIN en la UNS".

b) "Autorizar, la presentación de Declaración Jurada Simple de no haber plagiado la investigación para Pregrado, Posgrado y Docentes; debiendo hacer extensivo a los Directores de Escuelas y de los Departamentos Académicos de la UNS; no eximiéndoles, que ni bien se retorne el servicio con el software antiplagio (TURNITIN), está tendrá que ser aplicado antes que el informe final sea publicado en el Repositorio Institucional Digital UNS".