

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**Preferencias en jóvenes y adultos en la búsqueda de
noticias de prensa escrita y digital del distrito de Zorritos-
Contralmirante Villar- Tumbes 2019**

TESIS

Para optar el título de licenciada en Ciencias de la Comunicación

Autora: Br. Kamila Victoria Rodríguez Vargas

Tumbes, 2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**Preferencias en jóvenes y adultos en la búsqueda de
noticias de prensa escrita y digital del distrito de Zorritos-
Contralmirante Villar- Tumbes 2019**

Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido y
forma.

Br. Kamila Victoria Rodríguez Vargas – Autora..... *Kamila*

Dr. Manuel José Calderón Guardado – Asesor..... *Manuel*

Tumbes, 2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**Preferencias en jóvenes y adultos en la búsqueda de
noticias de prensa escrita y digital del distrito de Zorritos-
Contralmirante Villar- Tumbes 2019**

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Sherly Francisco Izquierdo Valladares – Presidente.....

Mg. José Martín Mogollón Medina – Secretario.....

Mg. Karl Vladimir Mena Farfán – Vocal.....

Tumbes, 2021



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"



ACTA DE EVALUACION DE JURADO DE TESIS

Siendo las 19:20 horas del día martes 31 de agosto del 2021 y haciendo uso de la tecnología internet vía zoom, el jurado evaluador se reunió para evaluar la sustentación de tesis Titulado **"PREFERENCIAS EN JÓVENES Y ADULTOS EN LA BÚSQUEDA DE NOTICIAS DE PRENSA ESCRITA Y DIGITAL DEL DISTRITO DE ZORRITOS- CONTRALMIRANTE VILLAR-TUMBES 2019"**, autora Bachiller KAMILA VICTORIA RODRIGUEZ VARGAS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Asesorada por el Dr. Manuel Calderón Guardado

El jurado evaluador conformado según la Resolución N°207-2020/UNTUMBES-FACSO-D, del 09 de noviembre del 2020, está constituido por:

Dr. Sherly Francisco Izquierdo Valladares : Presidente

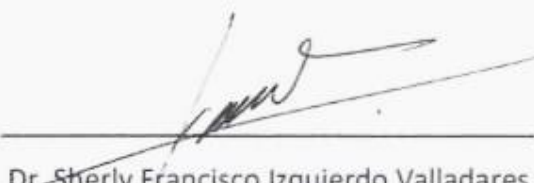
Mg. José Martín Mogollón Medina : Secretario

Mg. Karl Vladimir Mena Farfán : Vocal

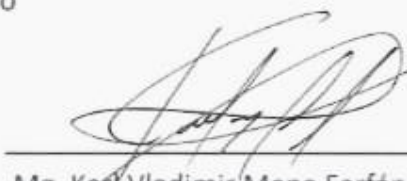
Concluida la exposición y sustentación, absueltas las preguntas y efectuadas las observaciones, lo declaran: **APROBADO POR UNANIMIDAD** con el calificativo de 16, BUENO

Siendo las 20:30 horas, se dio por concluido el acto académico, y dando conformidad se procedió a firmar la presente acta.

Tumbes, 31 de agosto de 2021


Dr. Sherly Francisco Izquierdo Valladares
Presidente del jurado


Mg. José Martín Mogollón Medina
Secretario


Mg. Karl Vladimir Mena Farfán
Vocal

CC
Vicerectorado de Investigación
Vicerectorado académico
Unidad de Investigación FACSO
Interesada
Arch.

Dedicatoria

A Dios por haberme dado la fortaleza, salud y la sabiduría para culminar mis estudios profesionales, como también de guiar mis pasos hacía lo correcto y me lleven por el camino del éxito.

A mi mamá Rosa por ser uno de mis pilares principales por el cual estoy muy agradecida con cada sacrificio que tuvo que hacer para estar hoy terminado esta etapa de mi vida. A mi papá Jhonny por su infinito amor y apoyo que me ha brindado en todos estos años. Gracias a ustedes padres he logrado mis objetivos.

A mí misma por todo el esfuerzo, dedicación y disciplina que tuve durante todos los años de universidad, por haber cumplido uno de mis retos más complicados y más importante en mi vida.

Agradecimiento

A mis hermanas Ana, Kamila y Rosita por ser mi mayor motivación por el cual culmino mis estudios profesionales, por estar siempre a mi lado en todo momento y más cuando las he necesitado. Les agradezco de todo corazón por su apoyo y compromiso.

A mi asesor de tesis Dr. Manuel José Calderón Guardado por haberme brindado su apoyo, consejos y conocimiento que fueron esenciales para el desarrollo y culminación de este proyecto de investigación.

A mis preciosos perros Nerhrón, Donna y Gomita por el inmenso amor y diversión que nos brindan día a día.

Índice General

RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCIÓN	13
II. ESTADO DEL ARTE	18
2.1 ANTECEDENTES	18
2.1.1 INTERNACIONALES	17
2.1.2 NACIONALES	19
2.2 BASES TEORICAS	23
2.2.1 Preferencias	22
2.2.2 Preferencias en jóvenes y adultos en la búsqueda de noticias.	22
2.2.3 Prensa escrita	23
2.2.4 Dimensiones de la prensa escrita.	24
2.2.5 Periodismo digital	25
2.2.6 El internet como herramienta para el periodismo.	26
2.2.7 Características de la prensa digital	26
III. MATERIALES Y METODOS	28
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO	28
3.2 POBLACIÓN Y MUESTREO	28
3.2.1 POBLACIÓN	28
3.2.2 MUESTRO.	28
3.3 INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS	29
IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	31
4.1 RESULTADOS.	31
4.2 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	52
V CONCLUSIONES	58
VI RECOMENDACIONES	59
VII REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	60
7.1 WEBGRAFIA.	61
VIII ANEXOS	66

Índice de Tablas

Jóvenes

Cuadro N° 01	Opinión sobre la búsqueda de noticias.	28
Cuadro N° 02	Opinión sobre la búsqueda de noticias a través del color.	29
Cuadro N° 03	Opinión sobre el tipo de contenido.	30
Cuadro N° 04	Opinión sobre la inmediatez de la prensa digital.	31
Cuadro N° 05	Estás de acuerdo en informarte de noticias consumiendo periódicos de bajo precio	32
Cuadro N° 06	Opinión sobre la preferencia de consumir noticias inmediatas	33
Cuadro N° 07	Opinión sobre el desarrollo noticioso.	34
Cuadro N° 08	Te atraen las sesiones o columnas que te ofrece la prensa escrita	35
Cuadro N° 09	Opinión sobre la diversidad de información que ofrece la prensa digital	36
Cuadro N° 10	Opinión sobre la elección de los medios digital para informarse de noticias locales.	37
Cuadro N° 11	Acudes a la prensa escrita para obtener información local	38

Adultos

Cuadro N° 12	Opinión sobre la búsqueda de noticias.	40
Cuadro N° 13	Opinión sobre la búsqueda de noticias a través del color.	41
Cuadro N° 14	Opinión sobre el tipo de contenido.	42

Cuadro N° 15	Opinión sobre la inmediatez de la prensa digital.	43
Cuadro N° 16	Estás de acuerdo en informarte de noticias consumiendo periódicos de bajo precio	44
Cuadro N° 17	Opinión sobre la preferencia de consumir noticias inmediatas	45
Cuadro N° 18	Opinión sobre el desarrollo noticioso.	46
Cuadro N° 19	Te atraen las sesiones o columnas que te ofrece la prensa escrita	47
Cuadro N° 20	Opinión sobre la diversidad de información que ofrece la prensa digital	48
Cuadro N° 21	Opinión sobre la elección de los medios digital para informarse de noticias locales.	49
Cuadro N° 22	Acudes a la prensa escrita para obtener información local	50

Índice de Figuras

Jóvenes

Figura N° 01	Opinión sobre la búsqueda de noticias.	28
Figura N° 02	Opinión sobre la búsqueda de noticias a través del color.	29
Figura N° 03	Opinión sobre el tipo de contenido.	30
Figura N° 04	Opinión sobre la inmediatez de la prensa digital.	31
Figura N° 05	Estás de acuerdo en informarte de noticias consumiendo periódicos de bajo precio	32
Figura N° 06	Opinión sobre la preferencia de consumir noticias inmediatas	33

Figura N° 07	Opinión sobre el desarrollo noticioso.	34
Figura N°08	Te atraen las sesiones o columnas que te ofrece la prensa escrita	35
Figura N° 09	Opinión sobre la diversidad de información que ofrece la prensa digital	36
Figura N° 10	Opinión sobre la elección de los medios digital para informarse de noticias locales.	37
Figura N° 11	Acudes a la prensa escrita para obtener información local	38

Adultos

Figura N° 12	Opinión sobre la búsqueda de noticias.	40
Figura N° 13	Opinión sobre la búsqueda de noticias a través del color.	41
Figura N° 14	Opinión sobre el tipo de contenido.	42
Figura N° 15	Opinión sobre la inmediatez de la prensa digital.	43
Figura N° 16	Estás de acuerdo en informarte de noticias consumiendo periódicos de bajo precio	44
Figura N° 17	Opinión sobre la preferencia de consumir noticias inmediatas	45
Figura N° 18	Opinión sobre el desarrollo noticioso.	46
Figura N° 19	Te atraen las sesiones o columnas que te ofrece la prensa escrita	47
Figura N° 20	Opinión sobre la diversidad de información que ofrece la prensa digital	48

Figura N° 21	Opinión sobre la elección de los medios digital para informarse de noticias locales.	49
Figura N° 22	Acudes a la prensa escrita para obtener información local	50

Índice de Anexos

Anexo N° 01	Matriz de Consistencia: preferencia de jóvenes y adultos en la búsqueda de noticias de prensa escrita y digital del distrito de Zorritos-Contralmirante Villar- Tumbes 2019	65
Anexo N° 02	Operacionalización de la Variables	67
Anexo N° 03	Encuesta realizada a los ciudadanos Tumbesinos	68
Anexo N° 04	Fotografías de las portadas de los diarios tumbesinos.	70

RESUMEN

El presente informe de tesis tiene como principal objetivo determinar el nivel de preferencias en los adultos y jóvenes en la búsqueda de noticias en la prensa escrita y digital en el distrito de Zorritos-Tumbes 2019. El estudio es de carácter descriptivo correlacional, en donde el investigador seleccionó de modo intencional su muestra según su comodidad, de las cuales fue conformada por 139 personas. Para la recolección de datos se utilizó como técnica de estudio la encuesta. Los resultados obtenidos fueron que el 48% de los jóvenes prefieren informarse de las noticias de manera rápida e inmediata, mientras que el 41% de dicha población prefieren los diarios impresos, por lo que se les puede considerar una generación digital, denominadas también “millennials”. Asimismo, el 24% de la población adulta se sienten atraídos por informarse de las noticias por medios digitales y el 35% de ellos prefieren consumir noticias con un mayor contenido noticioso y comprar diarios impresos. Las conclusiones obtenidas fueron, que se acepta la hipótesis de investigación, ya que la población joven y adultos si tienen una preferencia a la hora de buscar una noticia.

Palabras claves: *Prensa online, prensa escrita, preferencias, búsqueda de noticias.*

ABSTRACT

The main objective of this thesis report is to determine the level of preference in adults and young people in the search for news in the written and digital press in the district of Zorritos-Tumbes 2019. The study is of a correlational descriptive nature, where the researcher intentionally selected his sample according to his comfort, of which it was made up of 139 people. For data collection, the survey was used as a study technique. The results obtained were that 48% of young people prefer to find out about the news quickly and immediately, while 41% of this population prefer printed newspapers, which is why they can be considered a digital generation, also called "millennials ". Likewise, 24% of the adult population are attracted to learn about the news through digital media and 35% of them prefer to consume news with more news content and buy printed newspapers. The conclusions obtained were that the research hypothesis is accepted, since the young population and adults do have a preference when looking for news.

Keywords: *online press, written press, preferences, news search.*

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación Preferencias en joven y adultos en búsqueda de noticias de prensa escrita y digital del distrito de Zorritos- Contralmirante Villar- Tumbes 2019; muestra un gran interés por dar respuesta a la necesidad de conocer en qué medida se interesan por la prensa escrita y digital y cual es mejor aceptada en la población de Zorritos.

Según, Gallardo (2012) y el diario The Washington Post, Baron (2017) sostienen que es muy poco el tiempo que le queda al periódico o a los diarios informativos, incluso afirman que estos van a desaparecer, sin embargo esto no ha pasado, sino por lo contrario los periódicos se encuentran aún en vigencia debido a que estos se ha convertido para las personas como un soporte confiable e infalible para poder estar informados acerca de los acontecimientos a nivel internacional, nacional y local, pero para un mundo globalizado como lo es ahora en la que todas las personas especialmente los jóvenes revisan toda su información mediante su teléfono móvil, no es suficiente esperar 24 horas para estar informados, como ofrece la prensa escrita, es por ello que los diarios tradicionales han tenido que afrontar las diferentes transformaciones que han venido junto con la globalización.

Para Campos (2009) el siglo XXI trajo consigo una etapa de cambios en los medios de comunicación, tomándoles más importancia a los mass media, en especial a la prensa, pues en este tiempo nace el boom del periodismo digital o ciberperiodismo, cambiando la lectura de las noticias, pues este tipo de prensa nos permite estar informados con la facilidad un clic y en la comodidad del hogar, teniendo como ventaja es que muchas veces la noticia es transmitida en tiempo real, pero ni aun así la prensa digital y la prensa escrita se escapa de uno de sus principales roles además la de informar, como es el de manipular a sus lectores o usuarios. Es así que el periodismo online viene siendo desde entonces el protagonista cuando se trata de mantenerse informados, ya que muchos de los ciudadanos en especial en los jóvenes siempre andan conectados digitalmente.

Según el diario El mundo (2017) señala que “los periódicos deben ser protagonistas de ideas, en un momento en el que los ciudadanos están más actualizados que nunca, pero no más informados” esto se debe a que todas las personas siempre andan con un teléfono móvil en la mano, actualizándose superficialmente, dejándose llevar por los sentimientos a la hora de escoger una noticia, renunciando la razón, dejándose llevar por situaciones banales debido a que las emociones suelen generar más rentabilidad económica y captar mayor lectoría, además precisó que “con la llegada del internet ha permitido conocer y segmentar a los lectores, sus gustos, preferencia, deseos y eso resulta ser beneficioso para cualquier empresario en el rubro de la prensa”.

Según, el diario El mundo (2002), descubre que “el problema no está en que aparezcan los nuevos medios, sino que estos no sean capaces de ocupar el espacio que deja el papel en su derrumbe”, esto nos quiere decir de que no solo hace falta que se crezca tecnológicamente, sino también que se crezca paralelamente con la información transmitida para que los lectores no sean los que pierdan verdaderamente, ahora creen que estamos preparados para que la prensa escrita desaparezca como lo pronostican, definitivamente no, porque a pesar de estar en una era cibernética aun encontramos periódicos en los quioscos, debido a que estos ofrecen a su lectoría una noticia estructurada, ordenada, delimitada y sobre todo con alto contenido de investigación.

Según, IPSOS Perú en su informe “Hábitos, usos y actitudes hacia Internet”, nos dice que el 37% de población es internauta, es decir, que esa población consume diarios digitales o portales Web para poder informarse ya sea a través de teléfonos móviles, Tablet o computadoras.

Según Interface Definition Language o Lenguaje de descripción de Interfaz IDL-Reporteros (s/f), menciona que Tumbes también se rinde ante el poder masivo que tiene el periódico, ya que se caracteriza por ser uno de los departamentos del Perú que más lo consume, esto se debe a que su población aún no ha llegado a adaptarse al periodismo digital ya que muchos de sus lectores suelen ser

mayores de 30 años o porque no cuentan con acceso fácil a internet como para que pudiesen llegar a consumir el ciberperiodismo.

Por lo tanto, se llegó a plantear la siguiente pregunta ¿Cuál es el nivel de preferencias de jóvenes y adultos en la búsqueda de noticias de prensa escrita y digital en el distrito de Zorritos - Tumbes 2019? Teniendo como hipótesis general H_i : La población joven y adultos prefieren la búsqueda de noticias de la prensa escrita y digital en el distrito de Zorritos. H_o : La población joven y adultos no prefieren la búsqueda de noticias de la prensa escrita y digital en el distrito de Zorritos.

El principal motivo de esta investigación, es saber qué tipo de prensa prefieren los jóvenes y los adultos al momento de informarse de una noticia de actualidad ya sea comparando un periódico o navegando en internet, teniendo como objetivo principal determinar el nivel de preferencia en adultos y jóvenes en la búsqueda de noticias en la prensa escrita y digital en el distrito de Zorritos-Tumbes 2019 y objetivos específicos a) Diagnosticar el nivel de preferencia de la prensa escrita y digital, según grupo etario, b) Identificar el nivel de preferencia de la prensa escrita y digital, según contenidos informativos, c) Establecer el nivel de accesibilidad de los usuarios de la prensa escrita y digital en los ciudadanos de Zorritos.

Este informe se justifica teóricamente, porque pretenden detallar las variables como éstas pueden relacionarse, afectar o influenciar en la conducta de los jóvenes y adultos de las preferencias en la búsqueda de las noticias.

Asimismo, se justifica metodológicamente porque va a permitir a otros investigadores tomar como referencias las técnicas de investigación que puede servir de guía en el recojo de información, como el cuestionario, para este tipo de investigaciones.

Además, el estudio sirve para identificar cual es el nivel de preferencia de los jóvenes y adultos en la búsqueda de noticias de prensa escrita y digital y en base

a los resultados obtenidos, proponer alternativas para mejorar la clasificación etaria y la información que estos tipos de diarios ofrecen.

La presente investigación ha sido estructurada en ocho capítulos: En el capítulo I, encontramos a la introducción en el cual se desarrolló la situación problemática, el planteamiento del problema, la hipótesis, los objetivos y la justificación. En el capítulo II, estado del arte, se presentaron los antecedentes más relevantes de diversos autores que tienen relación entre la prensa sensacionalista y la inseguridad ciudadana, así también se mostraron las bases teóricas necesarias, haciendo referencia a la conceptualización de los componentes y características que tiene la prensa sensacionalista, como también sobre la inseguridad ciudadana y los factores que causan este problema social. En el capítulo III, se desarrolló los materiales y métodos: tipo y diseño de investigación, población y muestra, instrumentos de recolección de datos. En el capítulo IV, encontramos los resultados de la investigación, así como la discusión de los resultados. En el capítulo V, se obtuvieron las conclusiones de la investigación. En el capítulo VI se brindaron las recomendaciones y sugerencias. En el capítulo VII, se encontraron las referencias bibliográficas y en el capítulo VIII, se mostraron los anexos que se desarrollaron en la investigación.

Finalmente, quisiera hacer un agradecimiento a los docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de esta prestigiosa Universidad, por su tiempo, dedicación y la formación académica que día a día brinda a todos los alumnos que pertenecen a dicha casa de estudios.

II. ESTADO DEL ARTE

2.1 ANTECEDENTES

Dentro de los antecedentes internacionales se hallaron las siguientes investigaciones:

Un estudio realizado por Yuste Bárbara (2020) con su tema “Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes”, [tesis doctoral], Universidad Camilo José Cela España. Es de diseño no exploratoria y descriptiva. Llegando a las conclusiones: Que al estar frente a la generación de los Millenials o Generación y la tecnología es muy importante ya que ellos están estrechamente relacionados con la evolución de las tecnologías digitales ya que ellos han nacido, crecido y aún siguen viviendo con estas tecnologías; El internet y las redes sociales se han convertidos en grandes escenarios para los jóvenes y adultos, en donde pueden interactuar e informarse en cualquier lugar y momento; Las plataformas digitales preferidas por nuestra muestra destacan FACEBOOK y Twitter brindando estas plataformas información de una forma directa e inmediata; Los dispositivos móviles han conquistado nuestro día a día impactando sobre todo la rutina diaria de los jóvenes y adultos, quienes utilizan estos aparatos para acceder a contenidos de su interés, lo cual estas plataformas les brindan una mayor interacción con otras personas publicando y compartiendo opiniones.

Un estudio realizado por Martínez Costa María del Pilar (2019) con su tema “La interacción de los jóvenes adultos con las noticias y la publicidad online”, [tesis doctoral], Universidad de Navarra España. Es de enfoque cuantitativo, aplicó un diseño longitudinal y correlacional, trabajó con una muestra de 16 personas, ocho en cada grupo, siendo 50% mujeres y 50% hombres. Llegando a las conclusiones: Los colaboradores (jóvenes y adultos), coincidieron que prefieren leer una noticia si ésta les afecta o si simpatizan con la nota periodística, ya que consideran que es importante «saber qué pasa en el mundo»; En lo que se refiere a las columnas de los periódicos se concluyó que, los jóvenes adultos prefieren leer temas sociales y deportivas, agendas culturales y sucesos locales, mientras que la política tuvo menor interés en las personas.

Un estudio realizado por León León Leidy Michelle y Rivera Cárdenas Diana Carolina (2018), con su tema “Influencia del Periodismo Digital en Nuestra Sociedad Actual”, [tesis de licenciatura], Universidad Estatal de Milagro, Ecuador. Es de enfoque cualitativo y exploratorio. Llegando a las conclusiones: La llegada del internet trajo consigo un sin número de cambios que afectó a todos los medios de comunicación de masas, pero que lograron adaptarse a esta nueva era; Una de las más grandes ventajas que brinda el periodismo digital a la sociedad es la interactividad, pues ésta hace que exista una intermediación entre el periodista y el lector; El cyber periodismo al contar con la inmediatez y la gratuidad conlleva una ventaja hacia los medios de comunicación tradicionales.

En el estudio realizado por Cantón (2017), en su investigación “*Modelo de comportamiento del usuario de prensa escrita en un contexto evolutivo de distribución multicanal*”, [Tesis doctoral], Universidad Rey Juan Carlos, España. Investigación de enfoque cuantitativo, aplicó un diseño longitudinal y correlacional, trabajó con una muestra de 403 personas, aplicándoles una encuesta de tipo online y cuestionarios presenciales. El autor concluye que: los lectores van teniendo cierta preferencia a la hora de informarse dependiendo de la edad que tengan, por ejemplo las personas que tienen entre 18 a 35 años de edad utilizan con frecuencia los teléfonos móviles como un medio de información, los individuos de 35 a 50 años de edad recurren a menudo a la lectura a través de la PC, mientras que la prensa escrita impresa es mayor a medida que se incrementa la edad de los lectores; por otro lado, el género femenino es el más exigente a la hora de informarse ya sea por la prensa impresa o digital, mientras que estos tengan confiabilidad en sus fuentes, buena reputación de sus periodistas y objetividad de sus noticias; Esto quiere decir que al leer cualquier tipo de periódico ya sea online o escrito juega un papel muy importante la edad, sexo y hasta el nivel socio-económico.

Un estudio realizado por Sánchez (2016), con el tema “Análisis de los géneros periodísticos en la prensa escrita y la prensa digital. Nuevos géneros y formatos en internet”, [Tesis para licenciado], Universidad de Sevilla, España. Se usó un

diseño transversal, de un enfoque hipotético-deductivo, teniendo como muestra dos medios impresos que cuenten con un ciberperiodismo. Llegando a la conclusión que: la web como es el internet está en constante cambios en el transcurso del tiempo, y que las herramientas que tiene el ciberespacio se están desarrollando poco a poco; así mismo el internet está muy relacionado con la evolución de los medios de comunicación y en este caso pueden aparecer nuevos géneros periodísticos en el prensa digital, así como también diferentes maneras de transmitir una noticia; quiere decir que a medida que la tecnología va avanzando y evolucionando el periodismo lo hace a la par, debido a que están estrechamente relacionadas y entre ambas se complementan.

Un estudio realizado por De Prado (2016) con su tema “Medios de comunicación tradicionales en el nuevo entorno digital”, Universidad de León, España. Se usó un enfoque mixto, con un diseño transversal, teniendo como muestra todos los diarios digitales, donde el instrumento utilizado fue encuestas online. Teniendo el autor las conclusiones: que la comunicación tradicional o la prensa impresa está en un transcurso de cambios y evolución, en que cada vez los medios digitales serán los más importantes a la hora de transmitir una información; en las últimas décadas la tecnología ha favorecido en el desarrollo de la comunicación y esta se relaciona con el marketing digital; a medida que ha transcurrido el tiempo se ha mejorado la red, aparecido las páginas web y entre ellas el Facebook una aplicación donde los mensajes son difundidos instantáneamente de un forma de interacción entre el público; quiere decir que la prensa escrita en los últimos años se encuentra en un proceso de digitalización y convertirse en unos de los medios de comunicación de mayor influencia y de mayor difusión.

2.1.2. NACIONALES

Es un estudio realizado por Poicón (2018), con su título “Lineamientos de reputación digital de un medio periodístico regional: caso diario el tiempo de Piura”, [Tesis para la obtención de licenciado], Universidad de Piura, Perú. De tipo explicativo y de diseño transversal, teniendo como muestra un público joven,

entre 25 a 35 años, de los segmentos socioeconómicos A y B, utilizando los like y comentarios como recojo de información. Llegando a la conclusión: que la trayectoria de un diario es importante ya que le da una ventaja de popularización, pero cuando éste incursiona en el medio online podrían existir riesgos en el tratamiento de su información llegando a afectar su reputación; cuando los diarios impresos entraron al mundo digital la gran parte de sus ejemplares dejaron de venderse es así que utilizaron la publicidad como un recurso a la hora de generar dinero; existen diferentes formas en las que son tratadas las noticias ya que se redacta de manera paramétrica en diario impreso mientras que en el periodismo online tiene mayor libertad de redactar sin perder periodicidad en la noticia. En otras palabras, la reputación que tiene cualquier diario impreso y digital se forma a través del tipo de noticia que transmite y los diarios digitales están más expuestos debido a que su reputación está en manos de los cibernautas.

Es un estudio realizado por Cavassa (2018), con su título “Análisis del lenguaje periodístico en los portales digitales de los diarios deportivos Depor, Líbero, el Bocón y todo Sport” [Tesis para la obtención de licenciado], Universidad de Lima, Perú, tiene un enfoque mixto, de diseño transversal. Tiene como muestra las notas informativas de los cuatro medios señalado, teniendo como instrumento de recojo de información el análisis de documentos que coincidan con las características del lenguaje digital basado en la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la usabilidad en los cuatro medios. Se concluye: que para el autor la principal característica en los diarios deportivos es la multimedialidad es decir prevalece el uso de fotografías, videos e infografías a colores; además la labor del periodista deportivo en los medios digitales no cumplen con la estructura dada ya que por la inmediatez éste les exige muchas veces a los profesionales que no dedican más tiempo en contrastar la información obtenida, haciendo que el medio de comunicación pierda credibilidad; por otro lado el periodismo deportivo ha evolucionado ya que estos diarios no solo se interesa por describir noticias nacionales, sino y también a nivel mundial transmitiendo otros deportes además del fútbol, sin dejar de escribir la noticia con un lenguaje simple y entendible. Lo que quiere decir el autor es

que no solo los diarios que transmiten por vía online las noticias policiales, políticas o locales necesitan contrastar su información, sino todo aquel diario para que sus lectores se sientan confiados de que la noticia es real, además, de usar un lenguaje simple y entendible por cualquier público.

Un estudio realizado por Huamán (2017), con su título “El periodismo digital y su relación con el consumo de información en los estudiantes del 5° de secundaria del colegio Gustavo Ríes 2017-Trujillo”, [Tesis para la obtención de licenciado], Universidad Cesar Vallejo, Perú. De diseño correlacional y transversal. Teniendo como muestra de 130 alumnos siendo 83 de sexo masculino y 47 del sexo femenino, teniendo como conclusiones: que los usuarios que más consumen diarios digitales son los estudiantes ya que comprenden mejor las características del medio digital; dicho interés de los estudiantes por los diarios impresos se deben a pueden estar informados de manera rápida y gratuita, a pesar de que la industria digital no tiene en cuenta a los adolescentes como principales usuarios estos son un gran porcentaje de su consumo, leyendo principalmente las secciones deportivas, del espectáculo, política, policial, económica y cualquier tipo de información que contribuya a su educación. En otras palabras, nos da a entender que los jóvenes es un sector importante y activo para el consumo del ciberperiodismo.

En el estudio realizado por Barja (2016), con su título “El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena” [tesis para licenciada], Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Es de diseño exploratoria y descriptiva, tiene un enfoque mixto. Donde la muestra la conforman 32 periodistas y cuatro editores de las plataformas web de El Comercio, RPP NOTICIAS y EPENSA, teniendo como recolección de datos encuestas y entrevistas. Y el autor llega a la conclusión: los temas que desarrolla el profesional en el medio digital son: las policiales, locales, economía, política, deportes y tecnología ya que son temas que captan la atención del lector, en la que considero sobre todo al joven y al adulto; la trayectoria periodística de un profesional juega un papel importante ya que cuentan con la experiencia que muchos de los medios solicitan ya que esa

experiencia garantiza rapidez a la hora de redactar una noticia ya sea para un diario impreso o digital; con la llegada del internet el periodista se ha convertido en un profesional multiplataforma ya se debe manejar la redacción para una prensa escrita y la redacción para una prensa online. El autor nos da a entender que las secciones como policiales, locales y deportivas más leídas en los periódicos online y son las mismas que se leen en un periódico escrito, además, la edad de redactor y del editor juegan un papel importante en la redacción y publicación de la noticia.

2.2. BASES TEORICAS

2.2.1. PREFERENCIAS.

Para Lichtenstein y Slovic (2006) define preferencia como una forma de elección, opción o selección por algo o por alguien, eso significa que elige entre varios objetos una alternativa de su interés, tomando en cuenta varios aspectos, ya sea el color, contenido, forma, olor, entre otros.

³ Según Nicuesa (2014) precisa que todo individuo tiene sus propios gustos y afinidad, es así que cada persona tiene su propia preferencias y estilos de vida y guía sus gustos de acuerdo a ello a la hora de escoger su ropa, su comida, un objeto.

2.2.2. PREFERENCIAS EN JÓVENES Y ADULTOS EN LA BÚSQUEDA DE NOTICIAS.

Según la revista Científica de Educomunicación (2019) señala que los jóvenes de las edades de entre 25-34 años, conocida como la generación «millennials» se muestran interesados por aquellas noticias que les afecten de manera directa o de aquellos temas que capten su interés, accediendo de forma prioritaria a dispositivos digitales, asimismo el entorno familiar y social condicionan el modo de informarse y algunos continúan accediendo a los medios tradicionales.

Según la revista de estudios de juventud (2020) precisa que esta nueva era está experimentando constantes transformaciones desde los patrones del hogar hasta las rutinas de trabajo, cambiando así los estándares de la forma de como informarse; es por ello que éste nuevo público de jóvenes y adultos, es más estricto y exige mejores contenidos a los que accede dónde y cuándo quiere.

Ésta población etaria, se encuentra tan bien familiarizada con las nuevas tecnologías que les permiten estar “always on” manteniéndose todo el tiempo en constante relación con sus contactos; es así que sus teléfonos móviles se han convertidos en sus más grandes aliados.

Por lo tanto, el medio de consumo de información de estos jóvenes y adultos, se han encaminados hacia la televisión y sobre todo hacia el internet y hacia sus redes sociales, teniendo en común estos medios la rapidez y muchas veces la superficialidad, ya que el internet facilita grandes cantidades de contenidos, lo que en ocasiones les impide a estos jóvenes llegar hacia la reflexión y el análisis de aquello que está leyendo.

Según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones del Perú (2016) señala que los adultos ven televisión en un 97% siendo los noticieros los más consumidos por esta población siguiéndoles los programas de entretenimiento familiar, mientras que el 78% de los adultos escuchan radio, sintonizando programas musicales, siguiendo los noticiales radiales, 69% de ellos leen revistas y diarios y dando entrever que solo el 13%, de los jóvenes navegan en internet, y el 41% de la población consume diarios online.

2.2.3 PRENSA ESCRITA.

Según, Mosquete del Risco (2017) refiere que la prensa escrita es todas aquellas publicaciones impresas en papel, siendo el periódico y las revistas las dos especialidades de dicha prensa, caracterizándose por la periodicidad de las noticias y por el alto nivel de investigación ya sean anuales, semanales o diarios, teniendo un formato, lenguaje, estilos, géneros ya estructurados. Para muchos la prensa escrita es considerada como una prensa de antaño al ser el periódico

una de las fuentes de información favorita de las personas debido al gran soporte histórico que tiene.

De la misma manera McQuail, (2000) señala que “La prensa es un medio de comunicación escrito cuya manifestación encontramos principalmente en el periódico, ésta también permite la selectividad por su contenido y distribución local, nacional y regional. Su contenido puede abarcar sensacionalistas, políticos, económicos, sociales, del espectáculo, salud, cultural”. Esto quiere decir que la prensa escrita es todo tipo de publicación plasmada en papel que tienen aspectos periodísticos e investigativos de acuerdo al tipo de sección que escriba el periodista.

2.2.4. DIMENSIONES DE LA ESCRITA

Accesibilidad o alcance: Según Uriarte (2019), considera que este medio de comunicación se caracteriza por ser de fácil acceso al costo para los lectores, además, puede ser comprado por cualquier persona interesada por la información y llega a cualquier parte del territorio geográfico del país ya sea nacional, regional y provincial.

Comunicación masiva: al igual que la radio y la televisión el periódico es considerado un medio masivo ya que es capaz de llegar a todo tipo de público.

Permanencia en el tiempo: El periódico se identifica por ser un medio de comunicación masivo que sirve para muchos profesionales del periodismo como un registro para contrastar información pasada o para volver a abrir una investigación periodística. Es decir, se puede guardar y leer las veces que sea necesario.

2.2.5. PERIODISMO DIGITAL.

Según Salaverría (2005), en su libro Redacción periodística en internet señala que el periodismo digital o también conocido como periodismo online o ciberperiodismo, es aquel periodismo que tiene como principal medio de interacción el internet, redes sociales y cualquier dispositivo móvil que tengan acceso a internet; éste tipo de periodismo se desarrolló a finales del siglo XX gracias a la invención de las nuevas tecnologías, llegando a popularizarse y

posicionarse como un medio predilecto en la comunicación de masas junto con la radio, la televisión y la prensa escrita, es por ello que muchos de los medios escritos decidieron a adentrarse en el periodismo online y aprovechar los beneficios que este ofrece no solo a los lectores, sino también a los dueños de los portales webs, incluso se abrieron camino en las redes sociales teniendo Facebook y Twitter como aliados en la difusión e interacción de las noticias.

2.2.6. EL INTERNET COMO HERRAMIENTA PARA EL PERIODISMO.

Según Carrillo (2016) en su investigación el papel del periodismo en la era de internet precisa que: “las tecnologías digitales han impactado en los medios de comunicación, dotándolos no sólo de nuevos vehículos de información y educación, sino trastocando a la industria y a sus protagonistas principales, los periodistas, en sus quehaceres más esenciales” esto quiere decir que con la llegada de la era digital la profesión de periodismo ha ido evolucionando paralelamente con la tecnología, modificando la manera de redactar, narrar y presentar una noticia.

Para el diario El mundo (2002) nos dice que la tecnología es una herramienta esencial a la hora de realiza periodismo ya que este ayuda a los profesionales del periodismo en la reconstrucción de la noticia utilizando información oficial que emiten las entidades o instituciones públicas o/y privadas como principales fuentes, es así que consideran a la red como un medio indispensable al momento de realizar sus labores una fuente al momento de buscar, contrastar y afirmar un hecho para posteriormente publicarla.

Según Crucianelli (2013) sostiene que además de usarse el internet como herramienta para el periodismo digital, las redes sociales también cumplen con la misma labor, siendo Twitter la red social que se ha consagrado como una de las principales redes sociales a la hora de publicar una noticia, pues esta le brinda a los periodistas una interacción más fácil y didáctica a la hora de conectarse con sus usuarios, además Twitter ofrece a sus usuarios la simplicidad y la velocidad al momento de la retroalimentación de una publicación. Sin embargo, no es la única red que es utilizada en beneficio del periodismo online, Facebook también contribuye, pues esta red garantiza una mayor interacción en

las publicaciones ya que les permite a los usuarios comentar, abrir debates online y crear opinión pública.

2.2.7. CARACTERISTICAS DE LA PRENSA DIGITAL.

Multimedialidad. Según Salaverria (2005) Esta característica se basa a que es posible que una imagen, video, texto o audio puede ser introducido en la página web o todas a la misma vez.

Inmediatez. En la actualidad es sencillo estar informados de lo que sucede a nuestro alrededor en tiempo real y ya no necesitamos que pase la noticia sea publicada al siguiente día para estar informados los periodistas que hacen este tipo de prensa deben estar prestos a cubrir la noticia en cualquier momento u hora.

Actualidad. Al tener una información inmediata, hace que la noticia se valla actualizando al pasar de las horas, otorgándole así continuidad e investigación sobre el suceso.

Interactivo. Este tipo de periodismo promueve la opinión pública, ya que los lectores no solo se satisfacen recibiendo la información sino también responden directamente al diario a través de comentarios sus ideas, reclamos u opiniones acerca de la noticia, además de interactuar con uno o más lectores.

III. MATERIALES Y METODOS

3.1. DISEÑO METODOLÓGICO

La presente investigación de enfoque mixta, Según Sampieri (2008) menciona que el enfoque mixto, es un análisis que se da sobre los datos cualitativos y cuantitativos de una investigación, asimismo es un proceso crítico, sistemático y empírico, con la finalidad de obtener un mejor entendimiento sobre el fenómeno de estudio.

El diseño de la investigación es Descriptivo y no experimental, según Tamayo (1999), define como descriptivo al diseño que busca describir de modo sistemático los acontecimientos o situaciones de la población. Según, Hernández et al (2003), define como no experimental al diseño donde las variables no van a hacer manipuladas un ninguno de sus aspectos y que este solo se encarga de ver y observar la realidad para después analizarlo. De acuerdo a la descripción de Hernández et al, el estudio tiene un enfoque cuantitativo no experimental, de corte transversal, prospectiva y micro sociológica, porque se va a recoger información en un tiempo único con una muestra reducida.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTREO

3.2.1. POBLACIÓN

Según T. y Tamayo (1997; p.38) afirma, que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico.

Con esa definición la muestra representativa del estudio, está conformado por personas mayores de 15 a 64 años que residen en el distrito de Zorritos (INEI 2018).

3.2.2. MUESTREO.

Según el autor Arias (2006, p. 83) define **muestreo** como “un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra”

$$n = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N-1) + Z^2(pq)}$$

Donde:

N= tamaño de la población

Z= nivel de confianza (1.96)

p= probabilidad de éxito (0.05)

q= probabilidad de fracaso (0.95)

d= precisión (0.05) (error máximo admisible en término de proporción)

Hombres de 15 a 39 años de edad.

$$n = \frac{2444 (1,96)^2 (0,50) (0,95)}{(0,05)^2 (2444- 1) + (1,96)^2 (0,05) (0,95)} = \boxed{70.91}$$

70. 91 → 71 personas.

Se redondea la muestra de 70. 91 a 71, por lo que no existe personas medias.

Hombres de 40 a 64 años de edad.

$$n = \frac{1674 (1,96)^2 (0,50) (0,95)}{(0,05)^2 (1674- 1) + (1,96)^2 (0,05) (0,95)} = \boxed{68}$$

68 personas.

Mujeres de 15 a 39 años de edad.

$$n = \frac{2449 (1,96)^2 (0,50) (0,95)}{(0,05)^2 (2449- 1) + (1,96)^2 (0,05) (0,95)} = \boxed{71}$$

71 personas.

Mujeres de 40 a 64 años de edad.

$$n = \frac{1433 (1,96)^2 (0,50) (0,95)}{(0,05)^2 (1433- 1) + (1,96)^2 (0,05) (0,95)} = \boxed{69}$$

69 personas.

HOMBRES Y MUJERES	15- 39 AÑOS	40- 64 AÑOS	TOTAL
	71	68	139

3.3. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

Para la presente investigación se utilizará como técnica de estudio la encuesta, con interrogaciones cerradas para lograr una rápida y cuantificación de datos según, López & Fachelli (2015) esta técnica es usada con el fin de almacenar datos, mediante una serie de preguntas, cuyo propósito es alcanzar de manera ordenada conceptos que han sido planteados sobre una problemática de investigación; y para Audirac et al (2006) refiere que la encuesta es la técnica que nos otorga información universal y una perspectiva del punto de vista de un grupo de personas..

Y como instrumento de estudio se empleará el cuestionario, según García (2003) este instrumento de investigación es empleado para evaluar a los individuos, los conocimientos y los programas de formación. Esta técnica puede alcanzar para su evaluación aspecto cuantitativo y cualitativo o mixto, ya que es usado para proporcionar respuestas sobre las dimensiones e indicadores planteados en la investigación, así mismo la persona encuestada tendrá que contestar las preguntas por el mismo.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS.

En este capítulo se exhiben los resultados adquiridos producto de la aplicación del instrumento de recolección de datos, así como el análisis de estos con el fin de dar respuesta a los objetivos de investigación.

El instrumento de recolección de datos utilizado fue el cuestionario con preguntas cerradas y de respuestas cortas, el mencionado instrumento se aplicó a 139 personas del distrito de Zorritos, considerando dos grupos etarios de acuerdo a las edades: jóvenes de 15 a 64 años y adultos de 40 a 64 años de edad, que constituyeron la muestra representativa.

Cuadro N° 01: Opinión en jóvenes de 15 a 39 años sobre la búsqueda de noticias.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	2	3%
EN DESACUERDO	4	6%
INDECISO	10	14%
DE ACUERDO	40	56%
MUY DE ACUERDO	15	21%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

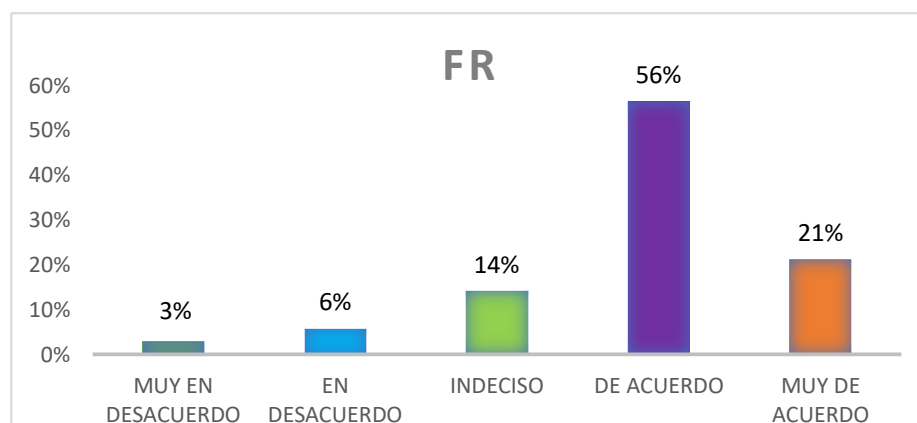


Figura1: Gráfico de barras acerca de la opinión de 15 a 39 años sobre la búsqueda de noticias.

Se observa que el 56% de los ciudadanos de 15 a 39 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, se encuentran de acuerdo en elegir una nota periodística motivados por las imágenes y/o titulares que presenten los medios informativos dejándose llevar por sus preferencias sensoriales; asimismo el 21%, considerar estar de acuerdo, el 14% se sienten indecisos en cuanto a su elección por elegir un periódico por la portada; mientras que el 6 y 3% de dicha población se encuentra muy en desacuerdo y no se sienten motivados por leer una noticia de actualidad guiándose por las imágenes y/o titulares.

Cuadro N° 02: Opinión en jóvenes de 15 a 39 años sobre la búsqueda de noticias a través del color.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	4	6%
EN DESACUERDO	12	17%
INDECISO	20	28%
DE ACUERDO	27	38%
MUY DE ACUERDO	8	11%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario. Elaboración propia.

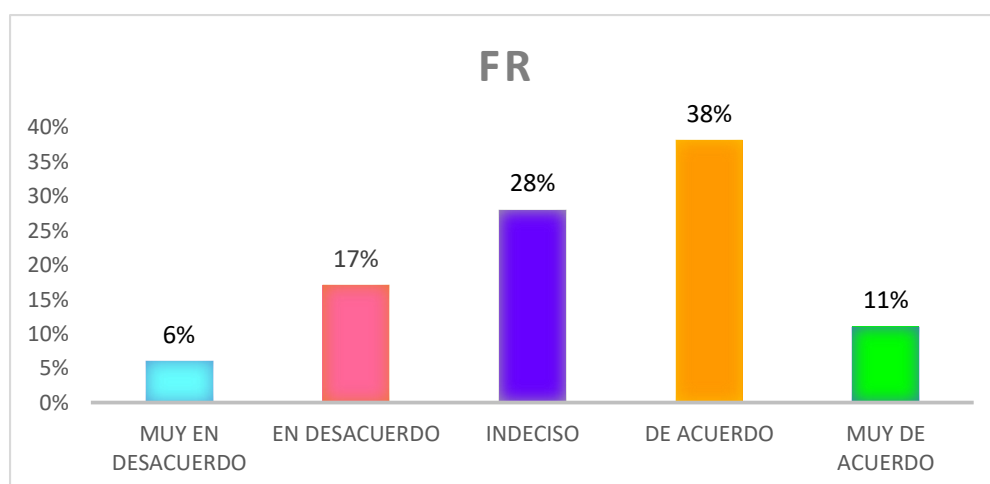


Figura2: Gráfico de barras acerca de la opinión de 15 a 39 años sobre la búsqueda de noticias a través del color.

Se muestra que el 38% de la población del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, jóvenes y adultos (15 a 39 años), se sienten atraídos por los colores y fotografías presentadas en la portada de los periódicos impresos o digitales a la hora de buscar una noticia; mientras que el 28% se sienten indecisos en cuanto a su elección por buscar una noticia; asimismo el 17%, están en desacuerdo, mientras que el 11% y el 6% de dicha población no tienen preferencia ni se sienten atraídos por las portadas al momento de elegir una noticia.

Cuadro N° 03: Opinión en jóvenes de 15 a 39 años sobre el tipo de contenido.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	2	3%
EN DESACUERDO	15	21%
INDECISO	15	21%
DE ACUERDO	33	46%
MUY DE ACUERDO	6	8%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

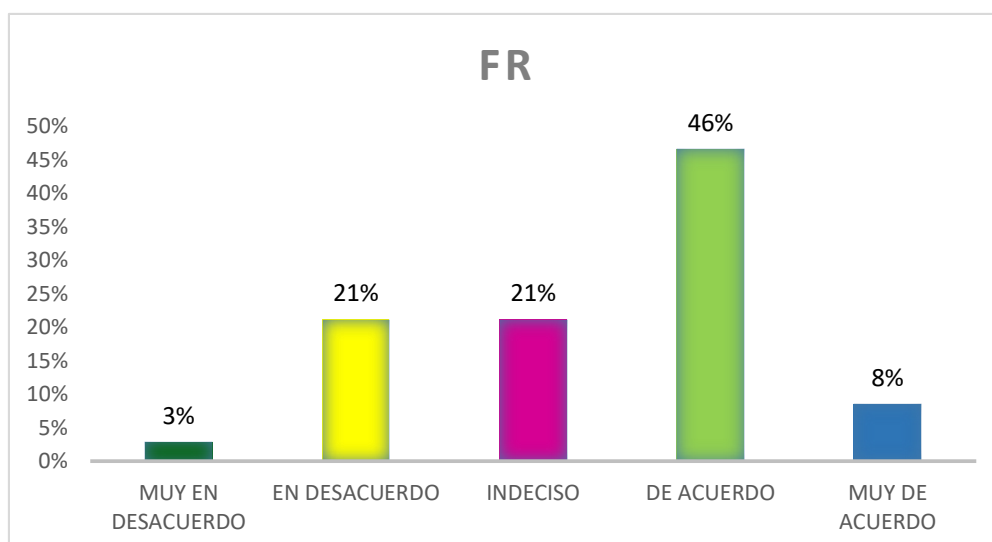


Figura3: Gráfico de barras acerca de la opinión de 15 a 39 años sobre el tipo de contenido.

Los resultados en el gráfico muestran que 46% de los ciudadanos de 15 a 39 años del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, los jóvenes y adultos, están de acuerdo en que el contenido de un periódico ya sea impreso o digital es importante cuando lo eligen, así como el 8% razonan estar muy de acuerdo; de la misma forma el 21% de las personas se encuentran indecisas y en desacuerdo en cuanto a su elección por consumir un periódico por su contenido noticioso; y el 3% se encuentra muy en desacuerdo por lo que consideran buscar otro tipo de motivación cuando eligen un diario escrito o digital.

Cuadro N° 04: Opinión en jóvenes de 15 a 39 años sobre la inmediatez de la prensa digital

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	6	8%
EN DESACUERDO	18	25%
INDECISO	19	27%
DE ACUERDO	20	28%
MUY DE ACUERDO	8	11%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

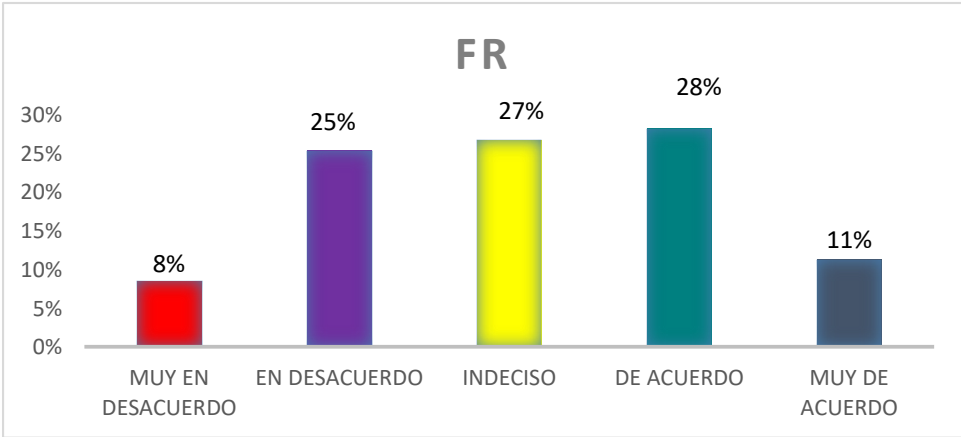


Figura4: Gráfico de barras acerca de la opinión de 15 a 39 años sobre la inmediatez de la prensa digital

Se observa que el 28% de los ciudadanos de 15 a 39 años del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, se sienten de acuerdo en cuanto a la inmediatez de información que le brinda la prensa online; sin embargo el 27% se encuentran indecisos en cuanto a la diversidad de información periodística que éste le ofrece; mientras que el 25% y el 8% de las personas se sienten en desacuerdo y en total desacuerdo, respectivamente, y el 11% se refleja con una actitud de estar muy desacuerdo en cuanto a la rapidez de información que le muestra el periódico digital.

Cuadro N° 05: Si están de acuerdo los jóvenes de 15 a 39 años en informarse de noticias consumiendo periódicos de bajo precio

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	1	1%
EN DESACUERDO	16	23%
INDECISO	17	24%
DE ACUERDO	30	42%
MUY DE ACUERDO	7	10%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

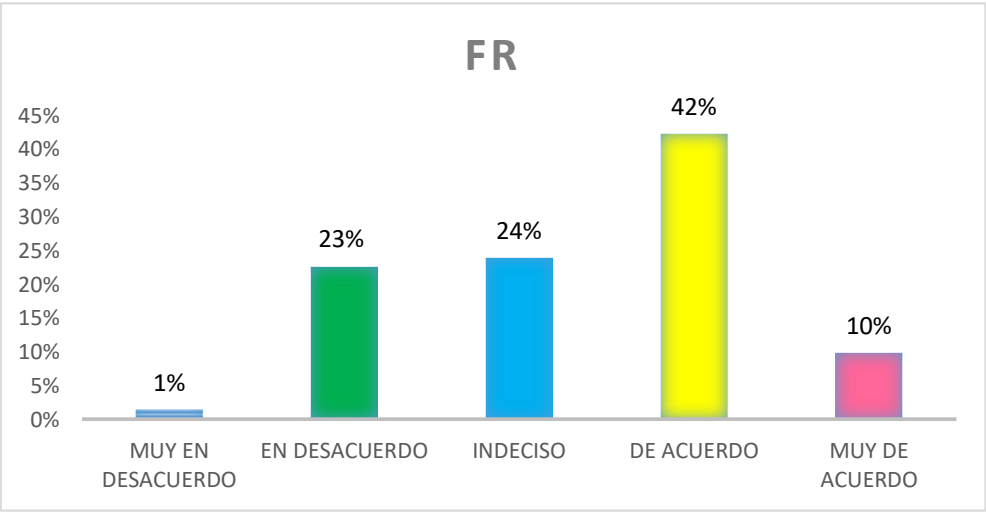


Figura5: Gráfico de barras sobre si están de acuerdo en jóvenes de 15 a 39 años en informarte de noticias consumiendo periódicos de bajo precio

Los resultados que se presentan en la tabla muestran que el 42% de la población de 15 a 39 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, se encuentran de acuerdo a su elección por consumir periódicos de bajo precio; asimismo el 24% se encuentran indecisos en cuanto a esta elección; mientras que el 23% y el 1% se sienten en desacuerdo y muy en desacuerdo respectivamente, en su elección por leer periódicos de bajo precio ya que lo asocia con un mal manejo de información periodística. Y solo el 10% manifiestan estar muy de acuerdo.

Cuadro N° 06: Opinión en jóvenes de 15 a 39 años sobre la preferencia de consumir noticias inmediatas

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	1	1%
EN DESACUERDO	9	13%
INDECISO	3	4%
DE ACUERDO	34	48%
MUY DE ACUERDO	24	34%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

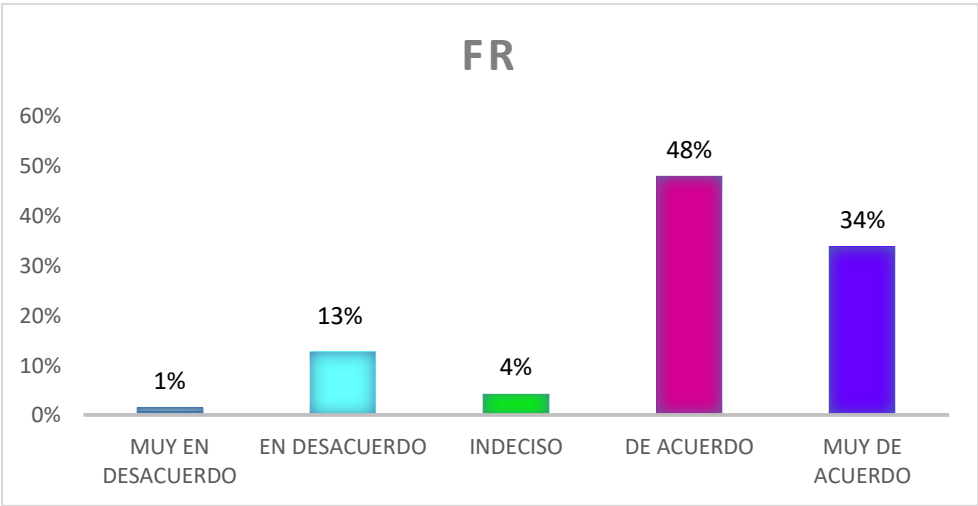


Figura6: Gráfico de barras de la opinión en jóvenes de 15 a 39 años sobre la preferencia de consumir noticias inmediatas

Los resultados muestra que, el 48% y el 34%, respectivamente de los ciudadanos de 15 a 39 años del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, prefieren leer noticias impactantes de actualidad de manera inmediata y rápida; de la misma manera el 4% se encuentran indecisos al momento de leer noticias inmediatas; por otro lado, el 1% y el13% consideran estar muy en desacuerdo y en desacuerdo en cuanto a su elección por consumir noticias inmediatas ya que lo relacionan con noticias falsas.

Cuadro N° 07: Opinión en jóvenes de 15 a 39 años sobre el desarrollo noticioso

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	3	4%
EN DESACUERDO	19	27%
INDECISO	11	15%
DE ACUERDO	29	41%
MUY DE ACUERDO	9	13%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

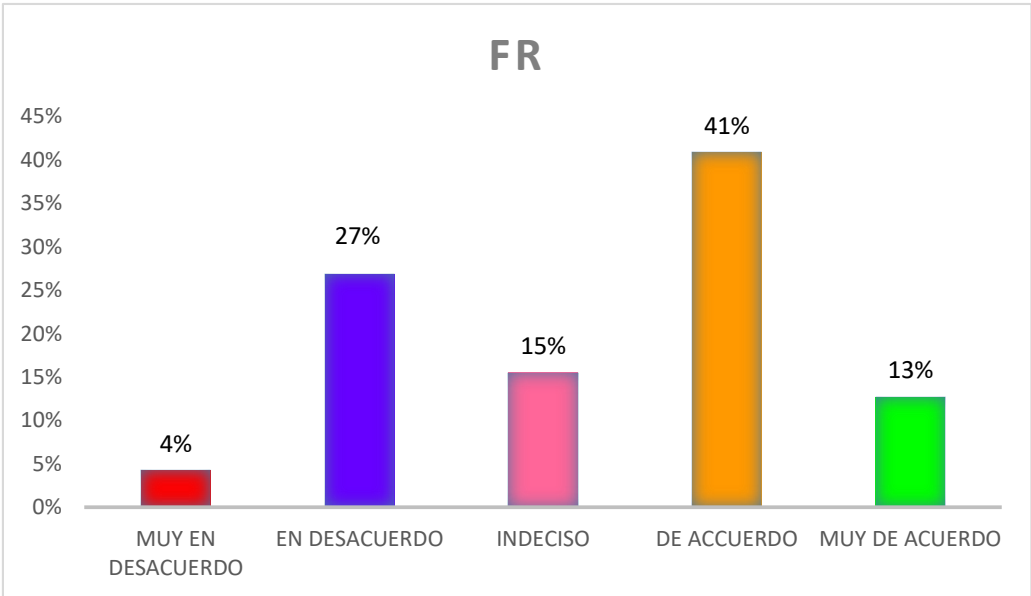


Figura7: Gráfico de barras de la opinión en jóvenes de 15 a 39 años sobre el desarrollo noticioso.

Los resultados que se presenta en el gráfico muestran que el 41% y el 13% de la población de 15 a 39 años del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, se encuentran de acuerdo y muy de acuerdo respectivamente, en cuanto a su preferencia por leer notas periodísticas con mejor desarrollo noticioso; sin embargo el 15% de las personas se sienten indecisas; mientras que el 27% se encuentran en desacuerdo y el 4% de la población muy en desacuerdo, en cuanto su elección por leer notas periodísticas con un mejor desarrollo noticioso.

Cuadro N° 08: Le atraen a los jóvenes de 15 a 39 años las sesiones o columnas que ofrece la prensa escrita

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	3	4%
EN DESACUERDO	12	17%
INDECISO	14	20%
DE ACUERDO	32	45%
MUY DE ACUERDO	10	14%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

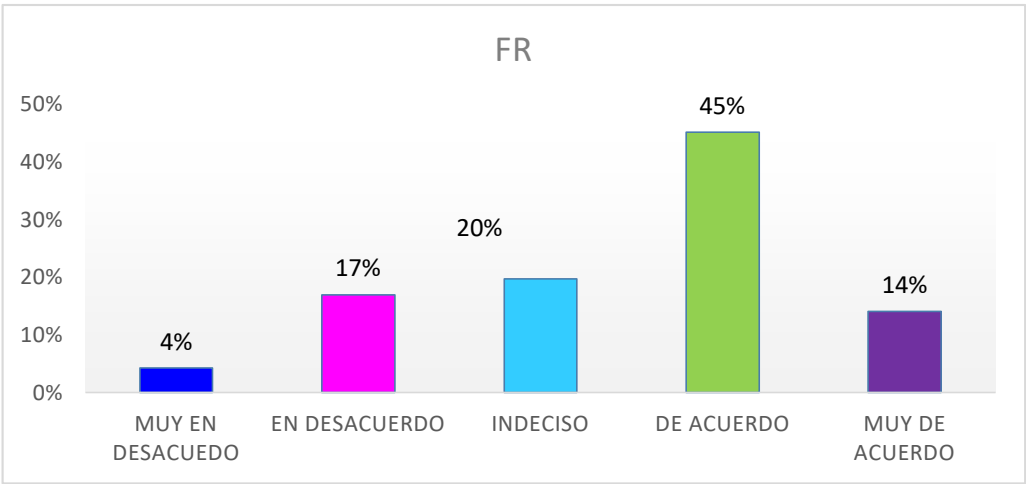


Figura8: Gráfico de barras de la opinión de los jóvenes de 15 a 39 años sobre las sesiones o columnas que te ofrece la prensa escrita

Se advierte que el 45% y el 14% respectivamente de la población de 15 a 39 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, se sienten mayormente atraídos por las secciones o columnas que presenta la estructura de la prensa escrita; mientras que el 20% se encuentran indecisos de elegir prensa escrita por su estructura; de la misma manera el 17% y el 4% de dicha población no se sienten atraídos por las secciones o columnas que presentan los periódicos impresos.

Cuadro N° 09: Opinión de los jóvenes de 15 a 39 años sobre la diversidad de información que ofrece la prensa digital

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	1	1%
EN DESACUERDO	5	7%
INDECISO	11	15%
DE ACUERDO	36	51%
MUY DE ACUERDO	18	25%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

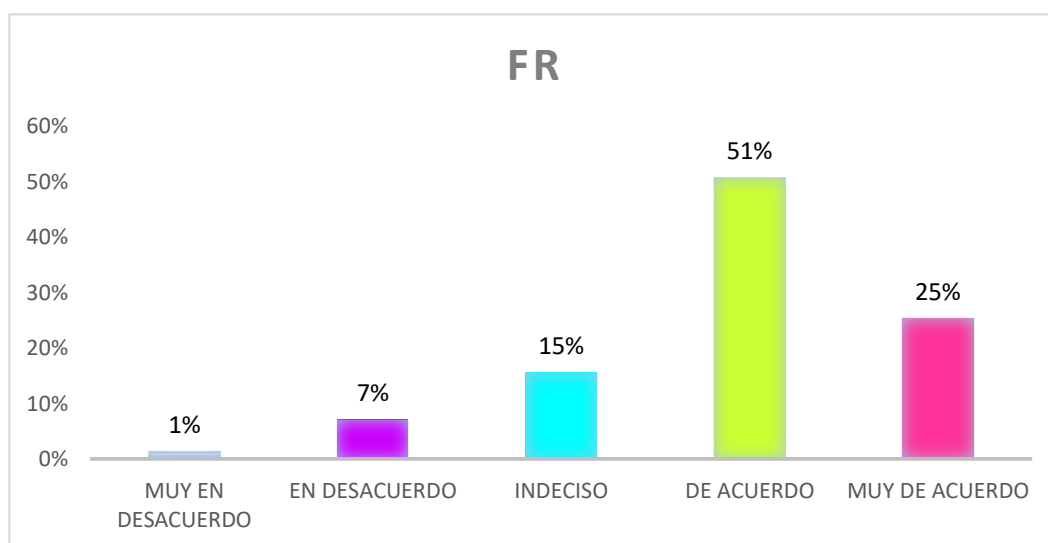


Figura9: Gráfico de barras de la opinión de los jóvenes de 15 a 39 años sobre la diversidad de información que ofrece la prensa digital.

En el gráfico se refleja que en los porcentajes del 51% y 25% de la población de 15 a 39 años del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, opinan que les entusiasman y se sienten atraídos por la diversidad y facilidad de información que les ofrece la prensa digital, ya que pueden informarse sin afectar su rutina diaria; del mismo modo el 15% se sienten indecisos a cuanto la diversidad de información que le presenta el cyber periodismo; y porcentualmente el 7% y 1% respectivamente de la misma población, se encuentran en total desacuerdo y muy en desacuerdo, en cuanto a la diversidad de información que le ofrece el periódico online.

Cuadro N° 10: Opinión de los jóvenes de 15 a 39 años sobre la elección de los medios digital para informarse de noticias locales.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	1	1%
EN DESACUERDO	11	15%
INDECISO	14	20%
DE ACUERDO	34	48%
MUY DE ACUERDO	11	15%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

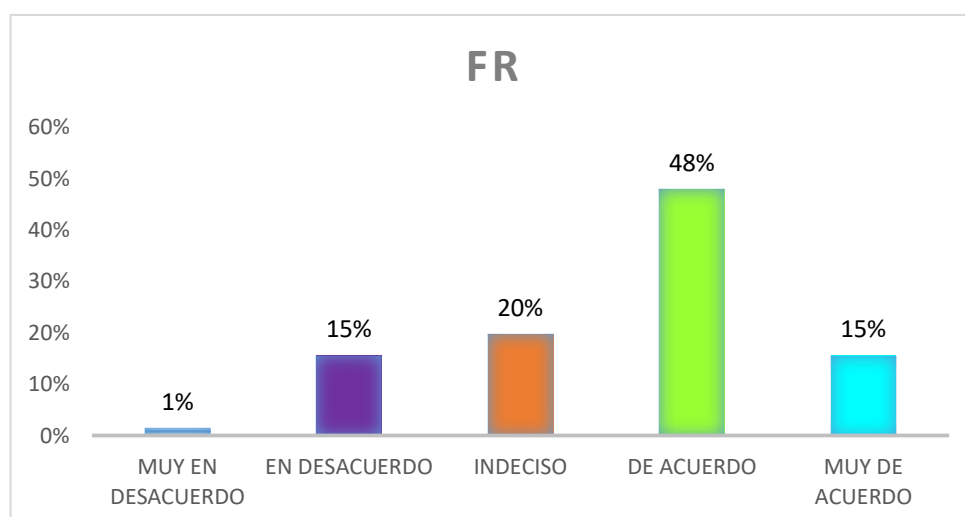


Figura10: Gráfico de barras de la opinión de los jóvenes de 15 a 39 años sobre la elección de los medios digital para informarse de noticias locales.

Se puede observar en el gráfico que el 48% y el 15% de la población encuestada de 15 a 39 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, se encuentran de acuerdo y muy de acuerdo, en cuanto a su elección por consumir medios digitales para informarse de las noticias de actualidad en el ámbito local; del mismo modo el 20% se encuentran indecisos a su elección por leer noticias locales usando el periódico online; mientras que el 15% y el 1% de la misma población se encuentra muy en desacuerdo y en desacuerdo, en cuanto a su consumo por los medios digitales sobre noticias locales.

Cuadro N° 11: Acuden los jóvenes de 15 a 39 años a la prensa escrita para obtener información local

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	2	3%
EN DESACUERDO	18	25%
INDECISO	14	20%
DE ACUERDO	32	45%
MUY DE ACUERDO	5	7%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

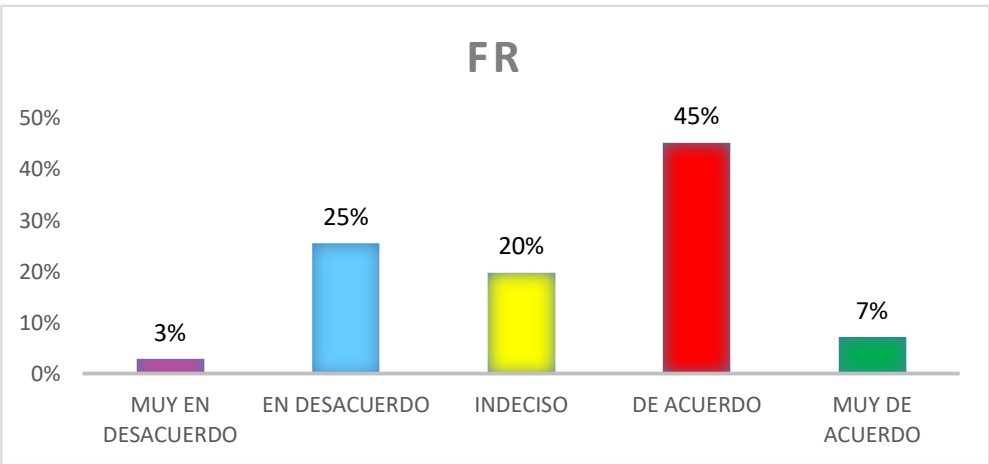


Figura11: Gráfico de barras sobre la opinión de los jóvenes de 15 a 39 años a acudir a prensa escrita para obtener información local

Se muestra que el 45% y el 7% de los ciudadanos de 15 a 39 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, se sienten de acuerdo y muy de acuerdo respectivamente, en consumir medios impresos al momento de informarse de las noticias locales; mientras que el 20% de la población Zorriteña se sienten indecisas a su elección por comprar periódicos locales; asimismo el 25% y el 3% de la misma población se encuentran muy en desacuerdo y en desacuerdo respectivamente, al momento de elegir medios impresos cuando leen noticias locales.

ADULTOS 40 A 64

Cuadro N° 12: Opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre la búsqueda de noticias.

INDICADOR	FRECUENCIA	POCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	4	6%
EN DESACUERDO	15	22%
INDECISO	7	10%
DE ACUERDO	27	40%
MUY DE ACUERDO	15	22%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

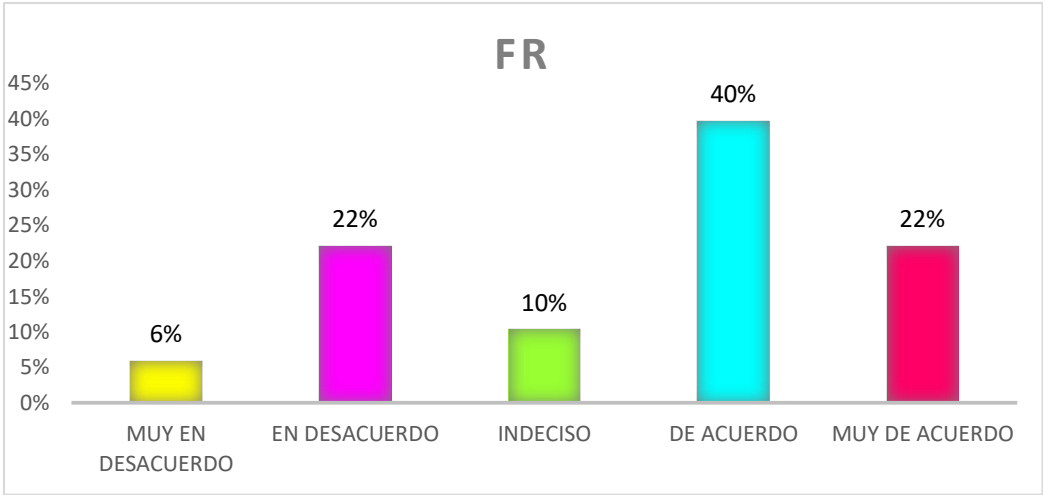


Figura12: Gráfico de barras de la opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre la búsqueda de noticias

Se observa que en los porcentajes del 40% y 22% de los ciudadanos de 40 a 64 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar de, están de acuerdo y muy de acuerdo en que solo buscan noticias motivados en las imágenes o en los titulares de las portadas ya sea en los diarios o en los periódicos digitales; mientras el 10% se encuentran indecisos a la hora de elegir un medio para informarse; de mismo modo que el 22% y el 6% de la población no se sienten motivados solo en las imágenes o en los titulares cuando buscan noticias, por lo que consideran estar en desacuerdo y muy en desacuerdo, respectivamente.

Cuadro N° 13: Opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre la búsqueda de noticias a través del color.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	6	9%
EN DESACUERDO	7	10%
INDECISO	23	34%
DE ACUERDO	25	37%
MUY DE ACUERDO	7	10%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

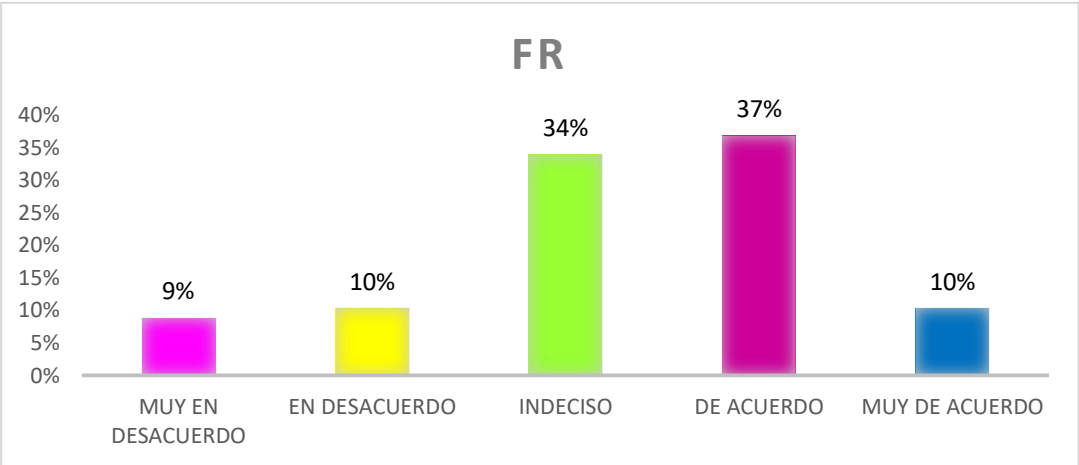


Figura13: Gráfico de barras de la opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre la búsqueda de noticias a través del color

Se muestra que 37% y el 10% respectivamente de la población de 40 a 64 años del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, están de acuerdo en que los colores de los titulares y fotografías que se muestra en el periódico o en la prensa digital son indispensables para la determinar su preferencia; mientras que el 34% se sienten indecisos en cuanto a consumir un medio de información valiéndose de los colores y fotografías presentadas; asimismo el 9% y el 10% de dicha población están muy en desacuerdo y en desacuerdo y piensan que los colores y fotografías no son importantes para su elección.

Cuadro N° 14: Opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre el tipo de contenido

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	1	1%
EN DESACUERDO	10	15%
INDECISO	7	10%
DE ACUERDO	36	53%
MUY DE ACUERDO	14	21%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

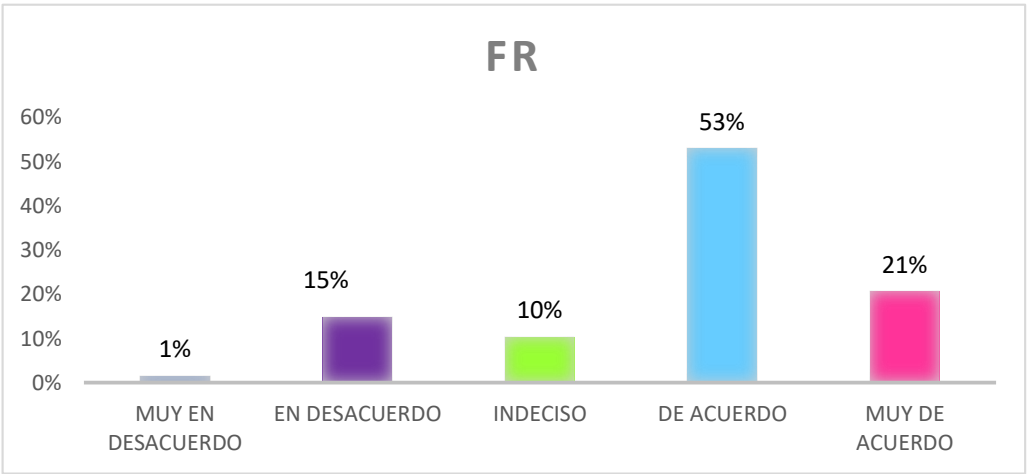


Figura14: Gráfico de barras de la opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre el tipo de contenido.

Los resultados en el gráfico muestran porcentualmente que el 53% y el 21%, de los ciudadanos de 40 a 64 años del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, opinan estar de acuerdo y muy de acuerdo, respectivamente, sobre el tipo de redacción y el contenido noticioso que presentan los diarios escritos o digitales; asimismo el 10% se muestran indecisos en cuanto su elección por leer un tipo de diarios basados en el contenido; mientras que el 1% y el 15% de los ciudadanos opinan estar muy en desacuerdo y en desacuerdo, en cuanto su elección por preferir un periódico por su contenido noticioso.

Cuadro N° 15: Opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre la preferencia de consumir noticias inmediatas

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	4	6%
EN DESACUERDO	11	16%
INDECISO	13	19%
DE ACUERDO	28	41%
MUY DE ACUERDO	12	18%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

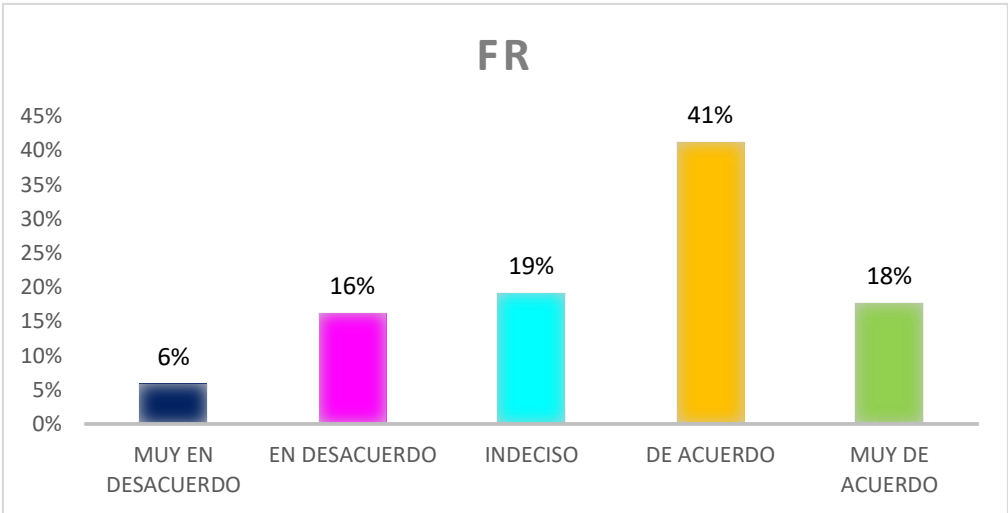


Figura15: Gráfico de barras de la opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre la inmediatez de la prensa digital

Se observa que el 41% y el 18% respectivamente de los ciudadanos de 40 a 64 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar de, opinan estar de acuerdo y muy de acuerdo de que les agrada la inmediatez que tiene la prensa digital en cuanto a la publicación de alguna noticia; asimismo el 19% se sienten indecisos a su elección por leer noticias inmediatas; mientras que el 6% y el 16% de los ciudadanos están en total desacuerdo en leer noticias rápidas e inmediatas ya que lo relacionan con noticias Fakes news.

Cuadro N° 16: Si están de acuerdo los adultos de 40 a 64 años en informarse de noticias consumiendo periódicos de bajo precio

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	4	6%
EN DESACUERDO	6	9%
INDECISO	10	15%
DE ACUERDO	23	34%
MUY DE ACUERDO	24	35%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

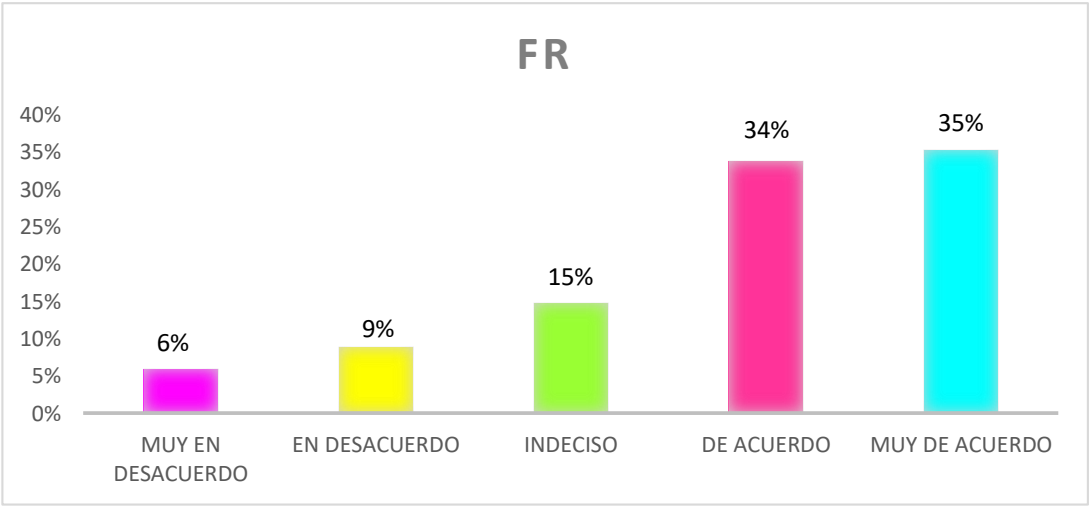


Figura16: Gráfico de barras sobre si están de acuerdo en jóvenes de 40 a 64 años en informarte de noticias consumiendo periódicos de bajo precio

Los resultados que se presentan en el gráfico muestran que el 35% y el 34%, respectivamente de la población de 40 a 64 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villa, se encuentran muy de acuerdo y de acuerdo en cuanto a su preferencia para informarse de las noticias de actualidad eligiendo diarios de bajo precio; del mismo modo el 15% se muestra indecisos a la hora de comprar un diario a bajo precio; mientras que el 6% y el 9% de la población se encuentran muy en desacuerdo y en desacuerdo, en cuanto a su elección a la hora de informarse leyendo periódicos de bajo costo.

Cuadro N° 17: Opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre la preferencia de consumir noticias inmediatas

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	3	4%
EN DESACUERDO	19	28%
INDECISO	24	35%
DE ACUERDO	16	24%
MUY DE ACUERDO	6	9%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

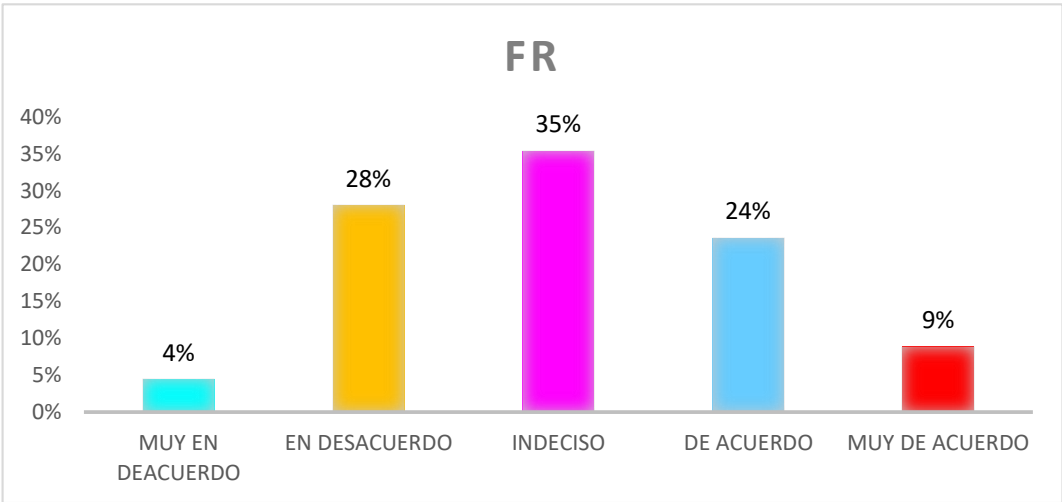


Figura17: Gráfico de barras de la opinión de adultos de 40 a 64 años sobre la preferencia de consumir noticias inmediatas

Se aprecia que el 35% de los ciudadanos de 40 a 64 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, opinan estar indecisos a cuanto a tener preferencias de consumir noticias inmediatas; así mismo el 28% y el 4%, respectivamente, están muy en desacuerdo y en desacuerdo; sin embargo, el 9% y el 24% de esta población etaria, opinan estar muy de acuerdo y de acuerdo sobre la preferencia de consumir noticias inmediatas.

Cuadro N° 18: Opinión en adultos de 40 a 64 años sobre el desarrollo noticioso

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	4	6%
EN DESACUERDO	11	16%
INDECISO	19	28%
DE ACUERDO	24	35%
MUY DE ACUERDO	10	15%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

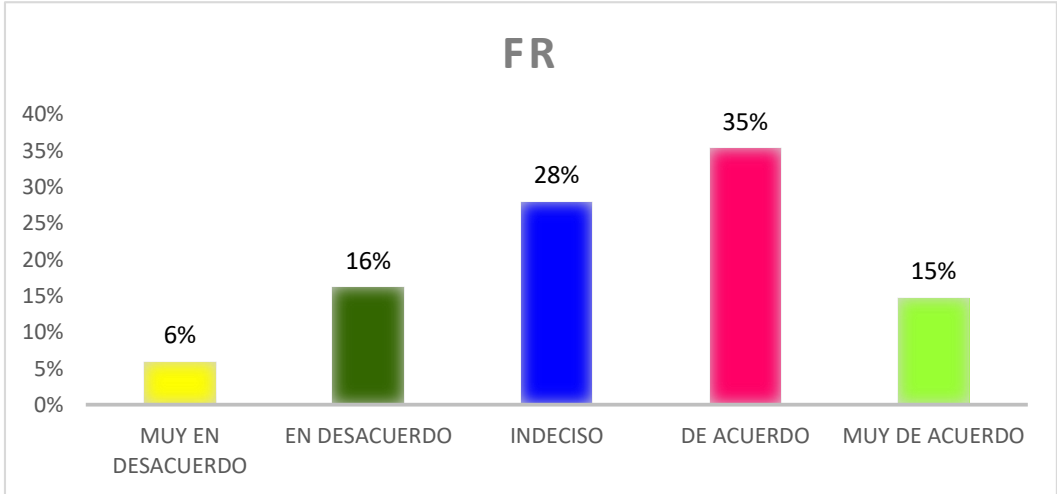


Figura18: Gráfico de barras de la opinión en adultos de 40 a 64 años sobre el desarrollo noticioso.

Los resultados que se presenta en el gráfico muestran que el 35% y consecutivamente el 15%, de la población de 40 a 64 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, opinan estar de acuerdo u muy de acuerdo de que las notas periodísticas que leen deben tener un mayor desarrollo noticioso para que capten su interés; asimismo el 28% se sienten indecisos de elegir noticias con un buen desarrollo periodístico; mientras que el 16% y el 6% de dicha población le es indiferente el desarrollo noticioso de la prensa.

Cuadro N° 19: Les atraen a los adultos de 40 a 64 años las sesiones o columnas que ofrece la prensa escrita

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	4	6%
EN DESACUERDO	15	22%
INDECISO	9	13%
DE ACUERDO	26	38%
MUY DE ACUERDO	19	28%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

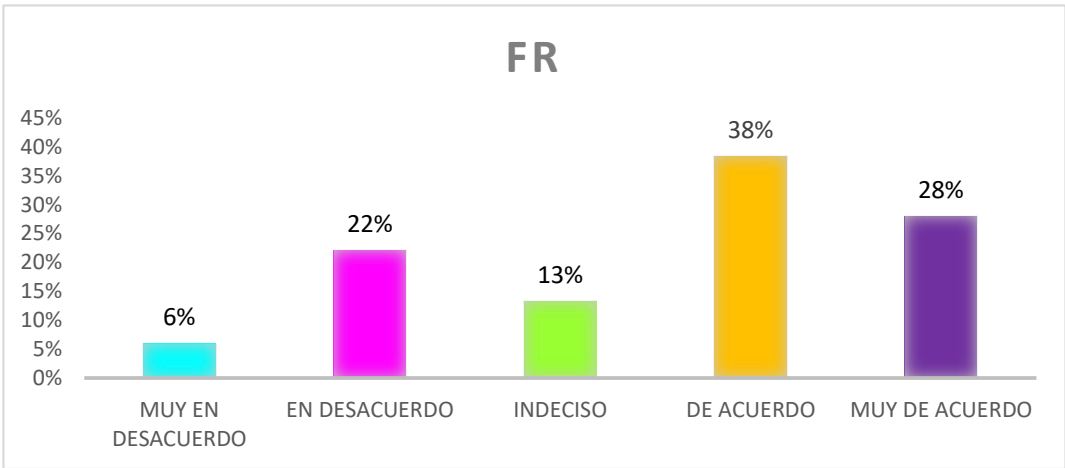


Figura19: Gráfico de barras de la opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre las sesiones o columnas que te ofrece la prensa escrita

Se advierte que el 38% y el 28% respectivamente de la población de 40 a 64 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar de la edad, están de acuerdo y muy de acuerdo en que les atrae las secciones o columnas que les ofrece la prensa escrita; por otra parte el 13% se encuentran indecisas de elegir un diario impreso por su estructura; mientras que el 22% y el 6% de la población está en desacuerdo y muy en desacuerdo y que no se entusiasman por las secciones o columnas de los periódicos impresos.

Cuadro N° 20: Opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre la diversidad de información que ofrece la prensa digital

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	3	4%
EN DESACUERDO	10	15%
INDECISO	23	34%
DE ACUERDO	20	29%
MUY DE ACUERDO	12	18%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

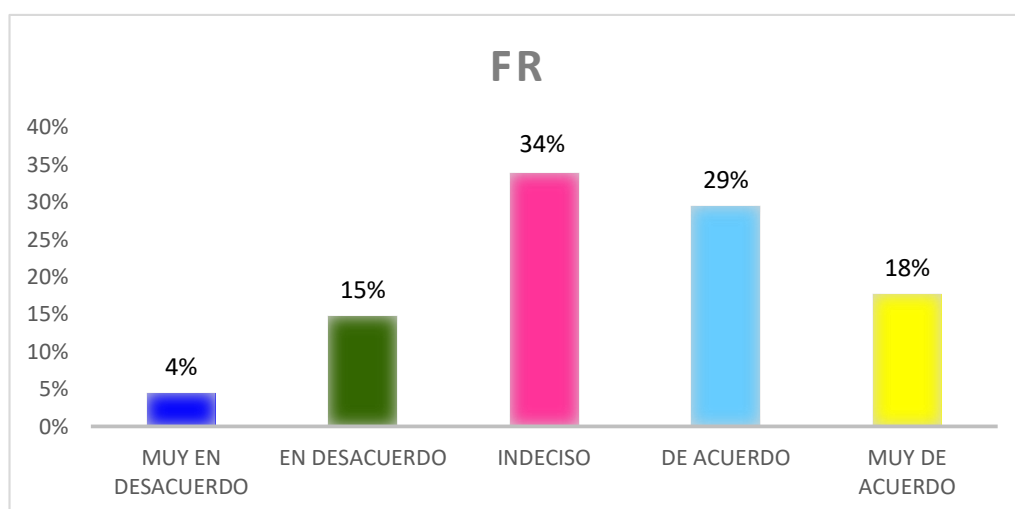


Figura20: Gráfico de barras de la opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre la diversidad de información que ofrece la prensa digital.

En el gráfico se observa que el 34% de la población de 40 a 64 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, se encuentra indecisa en cuanto su opinión acerca de la diversidad informativa que les presenta la prensa digital; mientras que el 29% y el 18% de esta población etaria, consideran estar de acuerdo en la variedad de información que este tipo de prensa ofrece; y por otro lado el 15% y el 4% de la misma población se encuentra en desacuerdo y muy en desacuerdo, acerca de que si le entusiasma la diversidad informativa de la prensa digital.

Cuadro N° 21: Opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre la elección de los medios digital para informarse de noticias locales.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	3	4%
EN DESACUERDO	19	28%
INDECISO	15	22%
DE ACUERDO	25	37%
MUY DE ACUERDO	11	16%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

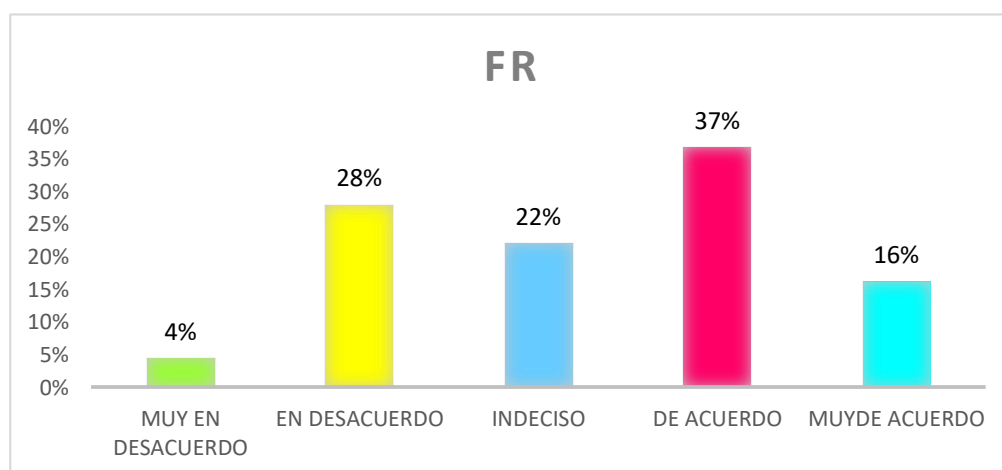


Figura21: Gráfico de barras de la opinión de los adultos de 40 a 64 años sobre la elección de los medios digital para informarse de noticias locales.

Se muestra porcentualmente que el 37% y 16% de los ciudadanos de 40 a 64 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, acuden a la prensa digital para obtener información local para informarse de las noticias locales por medio de la prensa digital; sin embargo el 22% se encuentran indecisos de buscar noticias de actualidad locales usando el periódico online; mientras que el 28% y el 4% de la dicha población etaria se encuentran muy en desacuerdo y en desacuerdo a cuanto su elección por informase de las noticias locales navegando en internet.

Cuadro N° 22: Acuden los adultos de 40 a 64 años a la prensa escrita para obtener información local

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EN DESACUERDO	4	6%
EN DESACUERDO	10	15%
INDECISO	10	15%
DE ACUERDO	28	41%
MUY DE ACUERDO	15	22%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra estudiada a través del cuestionario
Elaboración propia

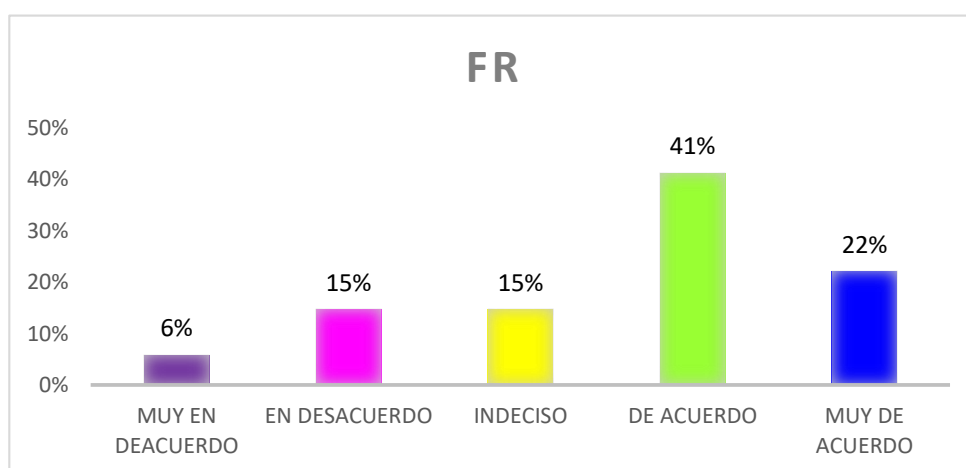


Figura22: Gráfico de barras sobre la opinión de los adultos de 40 a 64 años a acudir a prensa escrita para obtener información local

Se puede observar en el gráfico que, el 41% y seguidamente del 22% de la población de 40 a 64 años de edad del distrito de Zorritos de la provincia de Contralmirante Villar, opinan estar de acuerdo y muy de acuerdo, en consumir medios impresos para informarse de las noticias locales; mientras que el 15% se sienten indecisos de elegir este medio de comunicación para informarse de las noticias locales; de la misma manera el 15% y el 6% de la misma población se encuentran muy en desacuerdo y en desacuerdo, al momento de elegir medios impresos para informarse de noticias locales.

4.2 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados obtenidos en el proyecto de tesis responden a la hipótesis de investigación general. La población joven y adultos prefieren la búsqueda de noticias de la prensa escrita y digital en el distrito de Zorritos, tal y como se muestra en los resultados (cuadro 6- 7) donde el 48% de los jóvenes prefieren informarse de las noticias de manera rápida e inmediata, mientras que el 41% de dicha población prefieren los diarios impresos, por lo que se les puede considerar una generación digital, denominadas también “millennials”. Asimismo, el 24% de la población adulta se sienten atraídos por informarse de las noticias por medios digitales y el 35% de ellos prefieren consumir noticias con un mayor contenido noticioso y comprar diarios impresos.

Resultados similares se ven reflejados en la investigación de Cantón (2017) menciona que la forma de informarse de las noticias del día varía dependiendo de la edad, sexo y nivel socio- económico, ya que aquellas personas de la edades de entre 18 a 35 se encuentran más expuestos y tienen más accesos a un teléfono móvil, siendo éste su medio de interacción, así como las personas que tienen la edad de 35 a 50 prefieren conectarse a través de las computadoras, mientras que las personas de 50 a más, se sienten más confiados de una noticia si ésta es de forma impresa, también menciona que son las mujeres las más difíciles de satisfacer cuando leen una noticia ya que ellas prefieren noticias con un alto grado de periodicidad y confiabilidad.

Los resultados también se revalidan por la revista científica de Educomunicación (2019), señala que aquellas personas denominadas “millennials” son las que se adaptan y aceptan más fácilmente a estas nuevas tecnologías ya que ellos han crecido mano a mano con la tecnología y se ven más interesados en consumir prensa online obligando a los periódicos impresos a reinventarse y adentrándose al internet.

De igual manera lo ratifica el Ministerio de Transportes y Comunicaciones del Perú (2016), refiere que los adultos aún prefieren informarse de las noticias de actualidad a través de los medios de comunicación tradicionales siendo los más consumidos los noticieros transmitidos en la televisión, siguiéndoles la radio, las revistas y diarios impresos y solo una pequeña parte de los adultos leen un periódico virtualmente.

En cuanto al primer objetivo específico planteado en la presente investigación, diagnosticar el nivel de preferencia de la prensa escrita y digital, según grupo etario, representado en el cuadro n°1 se obtuvo que la opinión sobre la búsqueda de noticias de los adultos de las edades de 40- 64 años se encuentran de acuerdo en un 40% en que buscan noticias que capten su interés muchas veces dejándose llevar por sus preferencias sensoriales o por accesibilidad, mientras que los jóvenes de 15- 39 años se sienten de acuerdo en un 56%.

De la misma forma Martínez (2019), ratifica que para los jóvenes y adultos le es importante mantenerse informados y creen que es importante saber lo que pasa alrededor del mundo y eligen leer en cualquier medio de información una noticia y se sienten más atraídas por aquellas que les pueda a llegar a afectar o si simplemente simpatizan con la nota periodística, es decir entre más identificados y más próximos se sientan con la notas periódicas más lectores captarán, es decir si un periódico muestra en su portada la muerte de una mujer en manos de su esposo, las más afectadas e interesadas en leer esa noticia serán las mujeres o si escriben sobre la alza de los productos de primera

necesidad captarán la atención de muchas personas desde las ama de casa hasta de los grandes empresarios ya que es una noticia que los involucra y afecta directamente su economía y hasta podría afectar su manera de vivir. Y en cuanto a se refiere a las columnas de los periódicos confirma que las más leídas y atractivas por las personas son los que engloban temas sociales y deportivos, mientras que las agendas culturales y los sucesos locales solo le es atractiva a un determinado público, sin embargo, la columna que menos interés que genera en las personas es la agenda política.

Así mismo Huamán (2017), en el Perú, confirma que los usuarios que más consumen diarios digitales son los estudiantes de entre las edades de 15 a 25 años ya que comprenden mejor las características del medio digital, además de que pueden aprovechar la rapidez y la diversidad de información que ésta le brinda, al mismo tiempo que pueden mantenerse informados de manera gratuita. Sin embargo, lo que más les atraen al leer una noticia son las secciones deportivas, del espectáculo, política, policial, económica y cualquier tipo de información que contribuya a su educación, no obstante Huamán no coincide con la investigación de Martínez, ya que incluye a la agenda política como una columna leída mientras que el otro autor la considera poco atractiva para los lectores de esas edades. Por otro lado, los jóvenes son considerados como un sector importante y activo para el consumo del ciberperiodismo.

Con respecto al segundo objetivo específico identificar el nivel de preferencia de la prensa escrita y digital según contenidos informativos, representado en el cuadro n° 3 se obtuvo que el 53% de los adultos se sienten de acuerdo acerca del contenido que les ofrece los diarios impresos y digitales, del mismo modo el 46% de los jóvenes también se sienten de acuerdo acerca del contenido que leen.

Lo que se confirma con la investigación de Barja (2016), Perú, menciona que los temas más leídos y con mayor interés por las personas son las noticias que engloban temas policiales, locales, economía, política y tecnología ya que son

temas que captan a su público lector, además otro de los espacios más leídos y que capta una gran parte de lectores es la edición pero esta solo puede ser escrita por aquellas personas especializadas en el tema a tratar, del mismo modo la edad del redactor y el editor juegan un papel importante en la redacción y publicación de la noticia.

Resultados semejantes se ven manifestados en la investigación de Cavassa (2018) en Perú, refiere que la principal característica de los periódicos impresos o digitales son las fotografías, sobre todos en aquellos diarios deportivos ya que presentan como única secciones o columna los deportes y deben jugar con la tipografía e imágenes para captar a su público lector, es por ello que hacen uso de fotografías, videos e infografías, valiéndose de esos recursos logran crear una noticia más atractiva para su tarjet, además que su estilo de redacción debe ser con un lenguaje simple y entendible. Asimismo, los profesionales del periodismo que siguen esta rama no solo cubren las noticias deportivas a nivel nacional sino también lo hacen a nivel internacional, en donde si bien es cierto 1que el fútbol es considerado el deporte estrella, estos no solo transmiten ese deporte sino los demás deportes que les pueda interesar a sus lectores.

Asimismo De Prado (2016), precisa que en los últimos tiempos la tecnología ha favorecido el desarrollo de la comunicación y esta se relaciona con el marketing y la publicidad digital; y a medida que transcurre el tiempo el sistema de la red se mejora, dándoles lugar a las páginas web y entre la más conocida y la que más usuarios genera es Facebook, siendo esta una aplicación multifuncional enviando fotos, vídeos y mensajes de manera instantánea, ofreciéndole a todos los que navegan en su red social una interacción entre el público. Esto quiere decir que la era de digitalización ha comenzado y está por convertirse en uno de los medios de comunicación de mayor influencia y de mayor difusión.

De acuerdo al último objetivo específico establecer el nivel de accesibilidad de los usuarios de la prensa escrita y digital en los ciudadanos de Zorritos, representado en el cuadro n° 10 manifiesta que el 37% de los adultos acceden

a las noticias a través del medio digital, del mismo modo el 43% de los jóvenes leen una noticia de actualidad navegando por internet.

Con la investigación de Yuste (2020) con su tema “Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes” confirma que los jóvenes prefieren la comunicación digital para mantenerse informados de los sucesos a su alrededor y las redes sociales como Facebook y Twitter les otorgan grandes facilidades para expresarse, dar sus opiniones e informarse de manera inmediata, además de que les facilita la interacción con otras personas y muchos de sus teléfonos móviles cuentan con internet desde su compra. Mientras que los adultos se encuentran como peces fuera del agua en cuanto a la navegación del internet ya que ellos no comprenden del todo como es que deberían usar un teléfono inteligente o una computadora, es por eso que los adultos aún prefieren los medios tradicionales para mantenerse informados y muchos de ellos prefieren comprar periódicos, por el valor de reputación que éste representa

Como sostiene León & Rivera (2018), menciona que la llegada del internet fue un boom en la sociedad y trajo consigo un sinnúmero de cambios y uno de esos cambios afectó a los medios de comunicación ya que se vieron obligados a incursionar y adaptarse a la era digital, es así que muchos de los diarios impresos se adentraron al periodismo digital y con eso vino la interactividad entre los lectores y el equipo de periodismo de los diarios, permitiéndoles a ambos una comunicación más directa; asimismo la rapidez e inmediatez jugó un papel importante ya que ya no era necesario que pasara un día para que se publicara en un periódico para que recién se supiera de algún acontecimiento noticioso, sino que podríamos saber de las noticias nacionales e internacionales desde la comodidad de nuestro hogar con solo dar un clip. El cyber periodismo al contar con la interactividad, la inmediatez y la gratuidad conllevan una ventaja hacia los medios de comunicación tradicionales.

Luego de establecer los aportes científicos y antecedentes, se puede comprobar que la población joven y adultos prefieren la búsqueda de noticias de la prensa

escrita y digital en el distrito de Zorritos, cabe resaltar que la preferencia que tiene cada población (joven y adultos) varía dependiendo de su edad, sexo y a su nivel socio- económico y que cada quien se adapta mejor al medio de comunicación que prefiera. Por otro lado, al momento de buscar una noticia de actualidad cada uno de ellos se inclina por la noticia que más le agrade o al que sienta una mayor proximidad. Además, su preferencia por leer un diario impreso con una mayor objetividad e imparcialidad y con un buen lenguaje periodístico depende de que tan dispuestos están en pagar por el diario.

V. CONCLUSIONES

1. De acuerdo al diagnóstico aplicado, se ha logrado comprobar que el 41% de los jóvenes de las edades de 15 a 39 años del distrito de Zorritos, prefieren elegir un mayor desarrollo periodístico en las noticias del día, mientras que el 35% en adultos de las edades de 40 - 64 del distrito de Zorritos, eligen el desarrollo periodístico vital para leer una noticia .
2. El nivel de preferencia de los jóvenes del distrito de Zorritos en consumir ciber periodismo para la búsqueda de noticias de actualidad es un 43%. De la misma forma los adultos del distrito de Zorritos consumen prensa digital en un 24% para mantenerse informados.
3. De acuerdo al diagnóstico aplicado, se demostró que el 46% de los jóvenes del distrito de Zorritos eligen la prensa escrita a través de su contenido informático, asimismo los adultos buscan esta misma prensa en un 53% para informarse de los sucesos trascendentales a nivel nacional e internacional.
4. Se comprobó que los ciudadanos adultos del distrito de Zorritos acceden a leer una noticia local por medio de la prensa digital es del 37%, mientras que los jóvenes utilizan este medio cibernético para informarse de los acontecimientos noticiosos locales en un 43%.
5. Se comprobó que la accesibilidad de los adultos del distrito de Zorritos al comprar un periódico impreso para informarse de las noticias locales es del 41%, asimismo los jóvenes consumen prensa escrita en un 45% para mantenerse informados de las noticias locales

VI. RECOMENDACIONES

Establecidas las conclusiones de la investigación se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda que los diarios impresos y digitales consideren a los jóvenes de 15 a 39 años como un consumidor activo y creen para ellos espacios con contenidos noticiosos que capten su interés y que contribuyan a su educación y su vida personal.
2. Se recomienda que los diarios digitales cuenten con un portal más accesible y entendible para que los adultos de 40 a 64 años puedan acceder a ellas ya que muchas de esas personas no saben cómo hacerlo
3. Se recomienda que los diarios digitales traten mejor su noticia al momento de publicarlas por las redes sociales, ya que muchas de las personas tomadas como la muestra consideran a las noticias digitales como fake. Así también los diarios impresos deben cuidar la forma en como redactan una noticia porque muchos de los diarios nacionales y locales lo hacen con un lenguaje coloquial dejando de lado la periodicidad que debería tener el periódico.
4. Se recomienda que los diarios impresos locales hagan uso de un correcto lenguaje a la hora de redactar las noticias presentando un lead interesante para que así eviten las jergas y el lenguaje coloquial que los caracteriza, además de cuidar las fotografías que presentan en sus portadas ya que muchas de ellas son consideradas exageradas y sensacionalistas.
5. Se recomienda que los diarios digitales locales establezcan una línea editorial periodística para que las noticias que se publican sean confiables y veraces, al mismo tiempo se les recomienda que sean más accesibles al momento de navegar en la búsqueda de una noticia.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arias, F. (2012) *“El Proyecto de Investigación. Inducción a la Metodología Científica”*. Caracas, Venezuela: Sexta edición de la editorial Episteme
- Armentía, J Caminos J. (2003) *“Fundamentos de Periodismo Impreso”*. Barcelona, España: Editorial Ariel, S. A
- Crucianelli, S. (2013) *“Herramientas Digitales para Periodistas”*. Segunda edición de la iniciativa del centro Knight para el periodismo en las Américas de la Universidad de Texas
- Espinoza, M. (2017) *“Periodismo digital, paradigma del nuevo panorama interactivo. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico”*. Madrid: Volumen 23, Ediciones Complutenses.
- García, J. (2015) *“Comunicar en la Red Teorías, Modelos y Prácticas”*. Barcelona, España: Editorial UOC
- Guerson, I. (1982) *“La Prensa y el Análisis de Contenido”*. Veracruz, México
- Grupo El Comercio (2004) *“Manual de periodismo”* Lima, Perú: editorial, imprenta Gráficas La Morgal
- Hernández, R. (2006) *“Metodología de la Investigación”*. Cuarta edición. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana Editores S.A
- Jakobson, R (1994) *“Sabios lingüísticos generales”*. Quinta edición. Italia: Editorial Feltrinelli
- Lasswel, H (1948) *“Estructura y función de la comunicación en masas”*. Artículo publicado en Moragas Spá, Miquel, Sociología de la comunicación de masas, tomo II, por Gustavo Gilli, Barcelona, 1985.
- Martínez, A. (1974) *“Redacción Periodística (Los estilos y los géneros en la prensa escrita)”*. Barcelona- España: Editorial Fingraf.

Martínez, M. (2012) *"Teorías del Periodismo"*. Estado de México: Editorial Red Tercer Milenio

Salaverría, R. (2005) *"Redacción Periodística en Internet"*. Primera edición. España: Ediciones Universidad de Navarra S.A (EUNSA)

Valdés, J. (1989) *"La Noticia"*. Segunda edición. Quito, Ecuador: Editorial: Quipus

WEBGRAFÍA

Arranz (23 de noviembre del 2007).

"Internet". <http://www.avpap.org/documentos/jornadas2007/internet.pdf>

Barja Maquina L.D. (2016) "El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epsa [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Perú]. http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4830/Barja_ml.pdf?sequence=1

Begoña (1 de noviembre del 2019). *"Qué es una Página web"*. <https://www.aboutespanol.com/que-es-una-pagina-web-3202308>

Campos A. (2009) *"Desde los Medios"*. https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_los_Medios/Informacion-Digital-Asesina-Medio-Impreso.html#.XRt7_egzZPZ

Cantón Molina J. (1 de marzo del 2017) "Modelo de comportamiento del usuario de prensa escrita en un contexto evolutivo de distribución multicanal" [Tesis Doctoral, Universidad Rey Juan Carlos de Madrid]. <https://eciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/14664/Tesis%20Doctoral%20Juan%20Canton%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carrillo I. (9 de septiembre del 2015). "El papel del periodismo en la era de Internet". *Revista de Tecnología*

sociedad.<http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/237/383>

Castillo Martínez D. k. (2012) “Estudio y propuesta para optimizar la aplicación de los lineamientos y directrices en las ediciones digitales de los periódicos paceños el diario, la razón y la prensa” [Tesis de Licenciatura de la Universidad Mayor de San Andrés de Bolivia].<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/19274/ESTUDIO%20Y%20PROPUESTA%20PARA%20OPTIMIZAR%20LA%20APLICACI%C3%93N%20DE%20LOS%20LINEAMIENTOS%20Y%20DIRECTRICES%20EN%20LAS%20EDICION.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castillo L. (13 de mayo del 2014). “*Interactividad y audiencias en los periódicos digitales. Estudio de tres medios mexicanos*”.http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-49642014000200007

Cavassa Sánchez P. C. (2018) “Análisis del lenguaje periodístico en los portales digitales de los diarios deportivos depor, líbero, el bocón y todo sport” [Tesis de licenciatura de la Universidad de Lima].[http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/7133/Cavassa Sánchez Piero Carlo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/7133/Cavassa_Sánchez_Piero_Carlo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

De la Flor (2011) “*Características de la prensa digital*”. [Diapositiva PowerPoint].<https://es.slideshare.net/portaldelengua/caractersticas-de-la-prensa-digital>

De Prado, J. F (2016) “Medios de comunicación tradicionales en el nuevo entorno digital” [Tesis de Maestría, Universidad De León de España].https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5579/71468657K_GMIM_Septiembre21.pdf?sequence=1

El navegante (22 de octubre del 2002) “*Internet, herramienta imprescindible para los periodistas*”.<https://www.elmundo.es/navegante/2002/10/22/esociedad/1035284238.html>

Fernández G. (14 de junio del 2016) “*La crisis no debe llevarnos a perder nuestra esencia*”. [Discurso Principal]. Conferencia en Club Antares de Sevilla.<https://www.elmundo.es/andalucia/2016/06/14/576056cc22601d37048b4585.html>

- Gallardo Salvador, A. P (2013) "Periodismo digital: análisis comparativo de la prensa escrita y su versión digital. Estudio de caso: el tratamiento de las discapacidades en diario el comercio". [Tesis de Licenciatura de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador de Ecuador]<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8291/10.C03.000137.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Huamán Aquino, A. (2017) "El periodismo digital y su relación con el consumo de información en los estudiantes del 5° de secundaria del colegio Gustavo Ríes 2017-Trujillo". [Tesis de Licenciatura de la Universidad CésarVallejo]http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11123/huaman_aa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- León León L. y Rivera Cárdenas D. (2018): "Influencia del periodismo digital en nuestra sociedad actual". [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal de Milagro de Ecuador].<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4351/1/INFLUENCIA%20DEL%20PERIODISMO%20DIGITAL%20EN%20NUESTRA%20SOCIEDAD%20ACTUAL.pdf>
- Lichtenstein y Slovic (2006): "*The construction of preference*. Cambridge University Press". <http://books.google.com/>.
- Madrid (05 de enero del 2010). "Secciones de los diarios". *Diario El País*https://elpais.com/sociedad/2010/01/05/actualidad/1262646006_850215.html
- Martínez Costa, M. P y Serrano Puche, J (2019) "*La interacción de los jóvenes adultos con las noticias y la publicidad online*". Revista Científica Electrónica de Educomunicación [Archivo PDF]
[20La%20interacción%20de%20los%20jóvenes%20adultos%20con%20REVISTA%20CIENTÍFICA%20ELECTRÓNICA%20DE%20EDUCOMUNICACIÓN%20\(1\).pdf](https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4351/1/INFLUENCIA%20DEL%20PERIODISMO%20DIGITAL%20EN%20NUESTRA%20SOCIEDAD%20ACTUAL.pdf)
- Marzal Felici, J y Casero Ripollés, A (2012) "Retos del periodismo ante el nuevo escenario digital". Revista científica de estrategias tendencias e innovación en comunicación.<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/53599/83-113-1-PB.pdf?sequence=1>

Ministerio de transportes y comunicaciones del Perú (2016) “*Adultos y medios de comunicación del Perú*”. <http://www.concortv.gob.pe/noticias/adultos-mayores-y-medios-de-comunicacion-en-el-peru-2/>

Mosquete del Risco (1 de marzo del 2017) “*Tipos de prensa*”. <https://www.tiposde.com/prensa.html>

Nicuesa Maite (5 de julio del 2014) “*Definición de preferencia*”. <https://www.definicionabc.com/comunicacion/preferencia.php>

Orihuela (27 de agosto del 2011) “*Qué es el twitter*”. <https://www.webempresa.com/blog/que-es-twitter-como-funciona.html>

Piñeiro, J. (19 de febrero del 2017) “Los Periódicos ante el abismo ¿lograrán sobrevivir? *Diario El Mundo*”. <https://www.elmundo.es/papel/historias/2017/02/19/58a5a91e468aeb9d608b4579.html>

Pérez, P (20 de abril del 2016) “*El periodismo en la era digital*”. *Diario El País*. https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html

Poicón S. (2018) “Lineamientos de reputación digital de un medio periodístico regional: Caso diario El Tiempo de Piura”. [tesis de licenciamento, de la universidad de Piura]. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3348/TSP_INF_008.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salaverría R. (05 de enero del 2010) “*Prensa digital*”. https://elpais.com/sociedad/2010/01/05/actualidad/1262646006_850215.html

Sánchez Pérez A. (2016) “Análisis de los géneros periodísticos en la prensa escrita y la prensa digital. Nuevos géneros y formatos en internet. [tesis de licenciamento de la universidad de Sevilla de

España]<https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/48501/TFG%20Azahara%20Sánchez%20Pérez%20%20Análisis%20de%20los%20génros%20periodísticos%20en%20la%20prensa%20escrita%20y%20la%20prensa%20digital.%20Nuevos%20género~1.pdf?sequence=1>

Uriarte J. (16 de noviembre 2020) “*Dimensiones de la prensa escrita*”. <https://www.caracteristicas.co/periodico/>

Vox Populi (2019) en su informe “*Preferencias en el consumo de medios de prensa digital en el Perú*”. http://voxpopuli.pe/wpcontent/uploads/2019/01/2018-12-Medios-DigitalesInformeFinalizado.pdf?fbclid=IwAR1h68SwXTAisRj_etGnxqwyhJYUeqi1d5UQThX3VBtXG9vwDekZ2RM1kYo

Yuste B. (2020) “Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes” [ArchivoPDF] http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108_14-nuevas-formas-consumir-informacion.pdf

Zubieta, A. M. y Verón, E (2012) “El sensacionalismo o la “insurrección” de las masas”. Revista electrónica Razón y Palabra http://www.razonypalabra.org.mx/varia/N78/1a%20parte/15_Saad_V78.pdf

VIII. ANEXOS

Matriz de Consistencia.

TÍTULO: PREFERENCIAS DE JÓVENES Y ADULTOS EN LA BÚSQUEDA DE NOTICIAS DE PRENSA ESCRITA Y DIGITAL DEL DISTRITO DE ZORRITOS- CONTRALMIRANTE VILLAR- TUMBES 2019

VAIABLES	DIMENSIONES	PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS	INSTRUMENTO	DISEÑO	POBLACIÓN
Preferencias de la población joven y adultos	Preferencia Sensorial Costumbre Economía Accesibilidad o Alcance Preferencia de la Información:	¿Cuál es el nivel de preferencias de jóvenes y adultos en la búsqueda de noticias de prensa escrita y digital en el distrito de	Determinar el nivel de preferencia en adultos y jóvenes en la búsqueda de noticias en la prensa escrita y digital en	Determinar el nivel de preferencia de la prensa escrita y digital, según grupo etario Establecer el nivel de preferencia de	Hi: La población joven y adultos prefieren la búsqueda de noticias de la prensa escrita y digital en el distrito de Zorritos	Cuestionario	Investigación de Tipo y Diseño: . Cuantitativa . Descriptiva . Transversal . No Experimental	Está conformado por personas de 15 a 64 años que residen en el distrito de Zorritos

Búsqueda de noticias	Escrita o Digital Preferencia de las Secciones o Columnas de la Prensa Escrita o Digital	Zorritos - Tumbes 2019?	el distrito de Zorritos-Tumbes 2019.	la prensa escrita y digital, según contenidos informativos. Identificar el nivel de accesibilidad de los usuarios de la prensa escrita y digital en los ciudadanos de Zorritos.	H0: La población joven y adultos no prefieren la búsqueda de noticias de la prensa escrita y digital en el distrito de Zorritos			
----------------------	---	-------------------------	--------------------------------------	--	---	--	--	--

Operacionalización de la Variables.

VARIABLE 1	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS			
Preferencia de la población joven y adultos	Es una forma de elección o selección por algo o por alguien, eso significa que elije entre varios objetos una alternativa de su interés, Lichtenstein y Slovic (2006)	Acorde con los objetivos plantados en la investigación se recolectará toda la información a lo que respecta con las dimensiones e indicadores que afectan a la variable de estudio	Preferencias Sensorial	Estructura	LIKERT	1,2,5,6,10,11			
				Color					
			Costumbres	Aprendidas			Costumbres Nacidas		
				Economía				Calidad	Precios
			Accesibilidad o alcance	Fácil acceso de acuerdo al costo			Ingreso económico		
				Preferencia de la información: escrita o digital				Prensa Internacional	Prensa Nacional
Preferencia de las sesiones o columnas de la prensa escrita y digital	Políticas		Económicas			Policiales	Culturales	Espectáculos	Deportivas
VARIABLE 2	La prensa escrita y digital: es un medio de comunicación que utilizan el periódico o el CIBER espacio para transmitir la noticia, Mosquete del Risco (2017)						3,4,7,8,9		
Búsqueda de noticias									

ENCUESTAS REALIZADAS POR LOS CIUDADANOS DEL DISTRITO DE ZORRITOS.

Anexos

Modelo de encuesta.

EDAD	25	
SEXO	HOMBRE	MUJER
	X	

El siguiente cuestionario tiene como objetivo conocer el nivel de preferencia de la prensa escrita y digital en la ciudad de Zorritos- Contralmirante Villar, por lo que le agradecemos contestar todas las preguntas con honestidad.

Lea cada pregunta y responda con un aspa (X) lo que crea necesario, recuerde que es una encuesta anónima.

		MUY EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDECISO	DE ACUERDO	MUY DE ACUERDO
1	¿SON LAS IMÁGENES O LOS TITULARES DE LAS PORTADAS LOS QUE TE MOTIVAN A LA BÚSQUEDA DE LA INFORMACIÓN?				X	
2	¿TE ATRAE LOS COLORES DE LOS TITULARES Y FOTOGRAFÍAS QUE MUESTRA LA PRENSA PARA DETERMINAR TU PREFERENCIA?					X
3	¿TE AGRADA EL TIPO DE REDACCIÓN Y CONTENIDOS NOTICIOSOS QUE TE OFRECE LA PRENSA ESCRITA?				X	
4	¿TE AGRADA LA INMEDIATEZ QUE TE OFRECE LA PRENSA DIGITAL?					X
5	¿ESTÁS DE ACUERDO EN INFORMARTE DE NOTICIAS CONSUMIENDO PERIÓDICOS DE BAJO PRECIO?					X
6	¿PARA INFORMARTE DE LAS NOTICIAS PREFIERES LAS SUCESOS INMEDIATOS E IMPACTANTES?					X
7	¿PREFIERES QUE LAS NOTAS PERIODÍSTICAS TENGAN UN MAYOR DESARROLLO NOTICIOSO?				X	
8	¿TE ATRAE MÁS LAS SESIONES O COLUMNAS QUE TE OFRECE LA PRENSA ESCRITA?				X	
9	¿TE ENTUSIASMA LA DIVERSIDAD DE INFORMACIÓN QUE TE OFRECE LA PRENSA DIGITAL?					X
10	¿ESTÁS DE ACUERDO EN ACUDIR A LA PRENSA DIGITAL PARA OBTENER INFORMACIÓN LOCAL?			X		
11	¿ESTÁS DE ACUERDO CON PREFERIR LOS MEDIOS IMPRESOS PARA OBTENER NOTICIAS LOCALES?			X		

Anexos

EDAD	48	
SEXO	HOMBRE	MUJER ☒

Modelo de encuesta.

El siguiente cuestionario tiene como objetivo conocer el nivel de preferencia de la prensa escrita y digital en la ciudad de Zorritos- Contralmirante Villar, por lo que le agradecemos contestar todas las preguntas con honestidad.

Lea cada pregunta y responda con un aspa (X) lo que crea necesario, recuerde que es una encuesta anónima.

		MUY EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDECISO	DE ACUERDO	MUY DE ACUERDO
1	¿SON LAS IMÁGENES O LOS TITULARES DE LAS PORTADAS LOS QUE TE MOTIVAN A LA BÚSQUEDA DE LA INFORMACIÓN?				X	
2	¿TE ATRAE LOS COLORES DE LOS TITULARES Y FOTOGRAFÍAS QUE MUESTRA LA PRENSA PARA DETERMINAR TU PREFERENCIA?				X	
3	¿TE AGRADA EL TIPO DE REDACCIÓN Y CONTENIDOS NOTICIOSOS QUE TE OFRECE LA PRENSA ESCRITA?				X	
4	¿TE AGRADA LA INMEDIATEZ QUE TE OFRECE LA PRENSA DIGITAL?			X		
5	¿ESTAS DE ACUERDO EN INFORMARTE DE NOTICIAS CONSUMIENDO PERIÓDICOS DE BAJO PRECIO?					X
6	¿PARA INFÓRMATE DE LAS NOTICIAS PREFIERES LAS SUCESOS INMEDIATOS E IMPACTANTES?				X	
7	¿PREFIERES QUE LAS NOTAS PERIODÍSTICAS TENGAN UN MAYOR DESARROLLO NOTICIOSO?				X	
8	¿TE ATRAE MÁS LAS SESIONES O COLUMNAS QUE TE OFRECE LA PRENSA ESCRITA?				X	
9	¿TE ENTUSIASMA LA DIVERSIDAD DE INFORMACIÓN QUE TE OFRECE LA PRENSA DIGITAL?				X	
10	¿ESTÁS DE ACUERDO EN ACUDIR A LA PRENSA DIGITAL PARA OBTENER INFORMACIÓN LOCAL?				X	
11	¿ESTÁS DE ACUERDO CON PREFERIR LOS MEDIOS IMPRESOS PARA OBTENER NOTICIAS LOCALES?				X	

FOTOGRAFÍAS A LOS CIUDADANOS REALIZANDO LAS ENCUESTAS





Preferencia de jóvenes y adultos en la búsqueda de noticias de prensa escrita y digital del distrito de Zorritos- Contralmirante Villar- Tumbes 2019

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

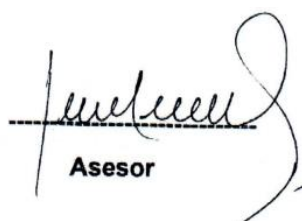
5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Nacional de Tumbes Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.unemi.edu.ec Fuente de Internet	<1%
7	derecho-8avo.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	<1%

9	doi.org Fuente de Internet	<1 %
10	www.risti.xyz Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to Kovadata Ltda Trabajo del estudiante	<1 %
12	Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador Trabajo del estudiante	<1 %
13	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1 %
15	elpais.com Fuente de Internet	<1 %
16	Submitted to Institucion Universitaria Politecnico Grancolombiano Trabajo del estudiante	<1 %
17	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to Universidad Carlos III de Madrid Trabajo del estudiante	<1 %
19	fiuc.org Fuente de Internet	<1 %


Asesor

20	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1%
21	documentop.com Fuente de Internet	<1%
22	pirhua.udep.edu.pe Fuente de Internet	<1%
23	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	<1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado


Asesor