UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

INFLUENCIA DEL NOTICIERO RIBEREÑA NOTICIAS EN LA PERSUASIÓN DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 CALLERÍA, 2021

Tesis para optar el título profesional de

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

MARILINDA GAMBINI FLORES

Pucallpa - Perú

2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
COMISIÓN DE GRADOS Y TITULOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Pucallpa, a los Dieciocho días del mes de Abril del Dos mil veintitres siendo las nueve horas y de acuerdo a lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Educación y Ciencias Sociales de Universidad Nacional de Ucayali, se reunió el Jurado Calificador, conformado por los siguientes docentes.

Presidente: **Dra. LLESICA SORIA RAMIREZ**

Secretario: **Dra. FREYSI LILIAN LING VILLACREZ**

Miembro: **Dr. JHONN ROBERT RUIZ DE LA CRUZ**

Para proceder a la sustentación publica de la tesis titulada:

"INFLUENCIA DEL NOTICIERO RIBEREÑA NOTICIAS EN LA PERSUASIÓN DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 CALLERÍA, 2021".

Presentado (a) por el (la) bachiller: **MARILINDA GAMBINI FLORES**

Finalizando la sustentación de la misma, se procedió a realizar la evaluación respectiva, llegando a la conclusión siguiente:

La tesis ha sido Aprobado por Unanimidad

Quedando expedito para que se le otorgue el **TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN:**

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Siendo las Diez horas del mismo día se dio por concluido el acto académico.

Pucallpa Dieciocho de Abril del Dos mil veintitres

Presidente	Secretario	Miembro

SECRETARIA ACADEMICA – PUCALLPA

Secretario académico de la FEyCsSs.

Nota. Llenar los espacios en blanco con letras (no números)

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

"INFLUENCIA DEL NOTICIERO RIBEREÑA NOTICIAS EN LA PERSUASIÓN DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 CALLERIA, 2021"

APROBADO POR:

Dra. LLesica Soria Ramirez
Presidente

Dra. Freysi Lilian Ling Villacrez
Secretario

Dr. Jhon Robert Ruiz de la Cruz
Miembro

Dr. Abraham E. Huamán Almirón
Asesor

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCION GENERAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL

CONSTANCIA

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

Nº V/0159-2023.

La Dirección de Producción Intelectual, hace constar por la presente, que el Informe final de tesis, titulado:
"INFLUENCIA DEL NOTICIERO RIBEREÑA NOTICIAS EN LA PERSUASIÓN DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 CALLERIA, 2021"

Autor(es)	:	**GAMBINI FLORES, MARILINDA**
Facultad	:	**EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES**
Escuela	:	**CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**
Asesor(a)	:	**Dr. HUAMÁN ALMIRÓN, ABRAHAM ERMITANIO**

Después de realizado el análisis correspondiente en el Sistema Antiplagio URKUND, dicho documento presenta un **porcentaje de similitud 2%.**

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND, el cual indica que no se debe superar el 10%. Se declara, que el trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud, por lo que SI se aprueba su originalidad.

En señal de conformidad y verificación se firma y se sella la presente constancia

Fecha: 22/03/2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI Dirección General de Producción Intelectual

Mg. JOSÉ MANUEL CÁRDENAS BERNAOLA
Director de Producción Intelectual

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, Marilinda Gambini Flores

Autor(a) de la TESIS de pregrado titulada:
"Influencia del Noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 callería, 2021"

Sustentada el año: 2023

Con la asesoría de: Dr. Abraham E. Huamán Almirón

En la Facultad: Educación y Ciencias Sociales

Escuela profesional: Ciencias de la Comunicación

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

TOTAL [x] Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria y el Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 24/04/2023

Email: marilindagambini09@gmail.com Firma:
Teléfono: 929 043 398 DNI: 75088924

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación a mis hermanos: Lenin, Yuly Carolina, Avelina por ser mis ejemplos a seguir, cada uno de ellos contribuyó en mis aprendizajes, decisiones, metas. Que este logro también sea para ustedes.

A mi mamá Luisa Flores Vásquez por ser mi fuerza, fortaleza, heroína. Para ti mamá que me demostraste que no hay límites si se quiere salir adelante, por cada jalón de orejas que me trajo hasta donde estoy.

A mi papá Jaime Porta Valverde por jugársela, por estar con nosotros, por luchar cada día a lado de mi mamá. Por todo tu esfuerzo, gracias por tanto papá.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Ucayali, por haber puesto al servicio de la comunidad la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación y brindar la oportunidad de estudios a cientos de jóvenes.

A la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación por la formación impartida en estos 5 años en los que aprendí tanto de la teoría como de la práctica.

A los docentes que me brindaron sus consejos y orientaciones para la realización de esta investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA IV
AGRADECIMIENTO VII
ÍNDICE VIII
ÍNDICE DE TABLAS X
ÍNDICE DE FIGURAS XI
RESUMEN XII
ABSTRACT XIII
INTRODUCCIÓN XIV
CAPÍTULO I 1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 1
1.1. Descripción del problema 1
1.2. Formulación del problema 4
1.2.1. Problema general 4
1.2.2. Problemas específicos 4
1.3. Objetivos de la investigación 4
1.3.1. Objetivo general 4
1.3.2. Objetivos específicos 4
1.4.1. Hipótesis general 5
1.4.2. Hipótesis específicas 5
1.5. Variables 6
1.5.1. Operacionalización de variables 7
1.6. Justificación e importancia 8
1.7. Viabilidad 9
1.8. Limitaciones 9
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO 10
2.2. Antecedentes de la investigación 10
2.2. Bases teóricas 14
2.2.1. Noticieros televisivos 14
2.2.2. Persuasión 21
2.2.3. La Ribereña Noticias 25
2.3. Definiciones conceptuales 26

CAPÍTULO III METODOLOGÍA 28
3.1. Método de investigación 28
3.2. Diseño de investigación 28
3.3. Población y muestra 29
3.3.1. Población 29
3.3.2. Muestra 29
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 30
3.5. Procesamiento y presentación de datos 31
CAPÍTULO IV RESULTADOS 32
CAPÍTULO V DISCUSIÓN DE RESULTADOS 48
CONCLUSIONES 53
RECOMENDACIONES 54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 55
Anexos 61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de población distrito de Calleria 29
Tabla 2. Muestra de estudio 30
Tabla 3. *Distribución de frecuencias: Edad* 32
Tabla 4. *Distribución de frecuencias: Procedencia* 33
Tabla 5. *Distribución de frecuencias: Nivel socioeconómico* 34
Tabla 6. *Distribución de frecuencias: Noticiero Ribereña Noticias* 35
Tabla 7. *Distribución de frecuencias: Persuasión* 36
Tabla 8. *Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Persuasión* 37
Tabla 9. *Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Estimular* 38
Tabla 10. *Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Convencer* 39
Tabla 11. *Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Llamada a la acción* 40
Tabla 12. *Estadísticos de regresión lineal* 41
Tabla 13. *Resultados del ANOVA* 42
Tabla 14. *Estadísticos de regresión lineal* 43
Tabla 15. *Resultados del ANOVA* 43
Tabla 16. *Estadísticos de regresión lineal* 44
Tabla 17. *Resultados del ANOVA* 45
Tabla 18. *Estadísticos de regresión lineal* 46
Tabla 19. *Resultados del ANOVA* 47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. *Distribución de frecuencias: Edad* 32

Figura 2. *Distribución de frecuencias: Procedencia* 33

Figura 3. *Distribución de frecuencias: Nivel socioeconómico* 34

Figura 4. *Distribución de frecuencias: Noticiero Ribereña Noticias* 35

Figura 5. *Distribución de frecuencias: Persuasión* 36

Figura 6. *Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Persuasión* 37

Figura 7. *Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Estimular* 38

Figura 8. *Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Convencer* 39

Figura 9. *Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Llamada a la acción* 40

RESUMEN

La presente investigación titulada “Influencia del noticiero ribereña noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 Calleria, 2021”, tuvo como objetivo general, determinar el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021. Estudio de enfoque cuantitativo transversal y correlacional, se trabajó con una muestra de 200 ciudadanos del distrito de Calleria. Los resultados determinaron que; el mayor porcentaje de la muestra, correspondiente al 70%, posee una percepción favorable del noticiero Ribereña Noticias e indica que existió un alto nivel de persuasión frente a la vacunación de la COVID 19, en cuanto al contraste de hipótesis se determinó que; la variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 33.4% la persuasión de la vacunación contra el COVID 19 y la significatividad Sig.= 0.000 ≤ 0.05, por lo tanto, el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativa.

Palabras clave: Noticiero, vacunación, Covid19, persuasión.

ABSTRACT

The present research entitled “Influence of the Coastal News newsroom on the persuasion of COVID-19 vaccination Calleria, 2021”, had as its overall objective, to determine the level of influence of the Coastal News newsroom on the persuasion of COVID-19 vaccination. 19 in Calleria, 2021. Cross-sectional and correlational quantitative approach study, worked with a sample of 200 citizens of the Calleria district. The results determined that; the highest percentage of the sample, corresponding to 70%, possesses a favorable perception of the Ribereña Noticias newspaper and indicates that there was a high level of persuasion towards the COVID 19 vaccination, in terms of hypothesis contrast it was determined that; the news variable Ribereña Noticias explains in a 33.4% the persuasion of vaccination against COVID 19 and the significance Sig.= 0.000 ≤ 0.05, therefore, the level of influence of the news channel Ribereña Noticias on the persuasion of vaccination against COVID -19 in Calleria, 2021, is significant.

Keywords: News, vaccination, Covid19, persuasion.

INTRODUCCIÓN

La pandemia mundial que se generó por el virus SARS-CoV-2 denominado Covid19, visibilizaron dos cosas importantes, los sistemas de salud en el mundo y la importancia de los medios de comunicación para mantener informada a la población, por ello, en la presente investigación titulada "INFLUENCIA DEL NOTICIERO RIBEREÑA NOTICIAS EN LA PERSUASIÓN DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 CALLERIA, 2021", tuvo como objetivo, determinar la relación entre la influencia de las noticias difundidas en la Ribereña Noticias y la persuasión que logró en la comunidad ucayalina para tomar la decisión de vacunarse contra este virus.

Esta investigación está estructurada de la siguiente manera:

Capítulo I: Se expone el planteamiento de la investigación y todo lo referente a la realidad problemática, preguntas de investigación y objetivos.

Capítulo II: Contempla el marco teórico, los antecedentes de la investigación tanto internacionales como nacionales de acuerdo a las dos variables de estudio.

Capítulo III: Comprende al marco metodológico de la investigación, diseño, tipo, población y muestra.

Capítulo IV: Presenta los resultados obtenidos a través de tablas y figuras.

Capítulo V: Finalmente se plantea la discusión de resultados, las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

A finales del año 2019, las autoridades de China alertaron sobre la propagación del virus del SARS-CoV-2 que luego fue denominada COVID19, este afectaba las vías respiratorias de las personas con síntomas más agresivos que el de una gripe común, lo que puso en alerta al mundo entero. Para el mes de marzo 2020 la Organización Mundial de la Salud declaró que se trataba de una pandemia, debido a su rápida propagación por todos los continentes. Todos los países del mundo empezaron a activar diversos protocolos de seguridad y el primero fue decretar un confinamiento obligatorio para evitar su propagación y a la vez los sistemas de salud empezaron a ser reforzados para poder atender los casos más graves. En este contexto, los medios de comunicación fueron parte importante, puesto que a través de estos se podía informar sobre el avance de la pandemia, las medidas optadas por diversos países en el mundo, las cifras de personas que fallecían y todos los problemas que se empezaron a generar en los sistemas de salud.

En Europa, si bien los países tenían mejor implementados sus sistemas de salud, estos colapsaban por la demanda de personas que llegaban en situación grave afectados por el virus, la OMS (2021) indicó que, más de 1,4 millones de personas fallecieron afectados por la COVID19 entre los años 2020 y 2021 (BBC,2021). Los medios de comunicación fueron protagonistas en esta pandemia, Montaña, Ollé y Lavilla (2020) realizaron

un estudio sobre el impacto de medios de comunicación en España, en el que determinaron que la televisión fue el principal medio de información sobre la propagación del virus, identificando de manera sorpresiva que los medios menos utilizaron fueron los digitales, esto debido a que por el confinamiento los hábitos de las familias era usar más la televisión para informarse de manera más objetiva. En torno a la información sobre la vacunación contra la Covid19, las redes sociales fueron el epicentro de la difusión de una serie de "mitos" sobre las vacunas, predominando la resistencia a ser vacunados, en España, una de las redes sociales más influyente fue Twitter, Larrondo, Peña y Morales (2021) realizaron un estudio en el que determinaron que el discurso de las personas que se opusieron a la vacunación estaba basado en información no verificada que se propagaba en redes sociales, y que los medios de comunicación tomaron un papel importante con la difusión de información relevante promoviendo la vacunación.

En Latinoamérica, los medios de comunicación fueron actores claves ya que eran ellos los que difundían información objetiva y veraz, además de que esta debía contribuir con la formación de la opinión pública respecto al virus y a su posterior vacunación. Zunino (2021) en un estudio realizado en Argentina, se pudo determinar que al principio la preocupación de las personas radicaba en la parte científica, y fue ahí donde los medios centraron sus noticias, posteriormente los lobbys y negociados que realizaban los gobiernos para adquirirlas fue un punto de interés público y finalmente el cuestionamiento sobre el acceso a estas generó un debate en la ciudadanía, mientras que la desinformación

rondaba en las redes sociales, los medios de comunicación se encargaban de informar todo lo necesario con el fin de que la población tuviera en cuenta la importancia de vacunarse.

En nuestro país, la situación de desinformación fue mayor, ya que a través de mensajes por la aplicación Whatsapp se difundía información falsa sobre las vacunas y sus posibles efectos, lo que atemorizaba a las personas, sin embargo, los medios de comunicación pusieron en marcha diversos mecanismos para contrarrestar esta desinformación. Pérez (2021) en el análisis al comportamiento de los medios de comunicación Ojo Público, IDL Reporteros y Convoca en torno a la vacunación, identificó que estos pusieron en marcha un sistema de Fact Checking, por el cual desmentían la información falsa que se masificaba, además se basaban en datos de fuentes oficiales y se apoyaron en los recursos de la multimedialidad para poder difundir reportajes sobre el tema.

En la región de Ucayali, los medios de comunicación difundieron la información necesaria sobre la vacunación, es así que la población podía saber sobre la llegada de estas, las jornadas de vacunación y los beneficios de vacunarse. Por esto la presente investigación tiene como objetivo principal; Determinar el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la estimulación de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021?
- ¿Cuál es el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en el convencimiento de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021?
- ¿Cuál es el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la llamada a la acción de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021.

1.3.2. Objetivos específicos

Identificar el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la estimulación de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021.

Determinar el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en el convencimiento de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021.

Medir el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la llamada a la acción de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021.

1.4. Hipótesis y/o sistema de hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativa.

1.4.2. Hipótesis específicas

El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la estimulación de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo.

El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en el convencimiento de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo.

El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la llamada a la acción de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo.

1.5. Variables

V1: Noticiero televisivo

V2: Persuasión

1.5.1. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
V1: Noticiero televisivo	Se debe considerar que también los noticieros en televisión son aquellos programas estructurados por un conjunto de noticias ensambladas en bloques o secciones, acorde a lo que defina el director periodístico del medio de comunicación (Cebrián, 1998).	Esta variable fue medida a través de un cuestionario de preguntas cerradas con una escala de medición tipo Likert, conformada por 10 ítems, validad por juicio de expertos.	Géneros periodísticos Tipos de noticias Cobertura	Noticia Reportaje Entrevista Políticas Policiales Sociales Espectáculos Reporteros en campo Imágenes de terceros Enlaces en vivo	1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
V2: Persuasión	La persuasión es la intención de una persona en modificar a través de la comunicación los pensamientos, ideas y creencias, para lograr este objetivo, el receptor debe aumentar la fuerza de la meta para que como consecuencia pueda tener un cambio respecto a ella (Miceli, 2006).	Esta variable fue medida a través de un cuestionario de preguntas cerradas con una escala de medición tipo Likert, conformada por 10 ítems, validad por juicio de expertos.	Estimular Convencer Llamada a la acción	Interés por el tema Búsqueda de opiniones Necesidad de información Tener en cuenta posibilidades Considerar actuar Decidir realizar una acción Realizar la acción.	TA (totalmente de acuerdo) A (de acuerdo) I (indeciso) D (en desacuerdo) TD (totalmente en desacuerdo)

1.6. Justificación e importancia

La presente investigación se justifica debido a su relevancia social puesto que es importante que los medios de comunicación a través de sus noticieros puedan influir en la población para tomar decisiones importantes como en este caso vacunarse contra la covid19.

Los resultados obtenidos servirán como antecedentes a futuras investigaciones puesto que a nivel nacional existen pocos estudios semejantes y en nuestra región en el campo de las comunicaciones aún no hay un estudio similar, por lo que marcará la pauta para que los futuros comunicadores puedan seguir investigando desde otras perspectivas.

La importancia de esta investigación es contribuir con el estudio de la influencia de los medios de comunicación en nuestra región respecto a la vacunación de la COVID19, teniendo en cuenta que el proceso por el cual se ha pasado desde el inicio ha sido complicado para los ciudadanos y las noticias falsas sobre supuestos efectos de las vacunas ha generado una gran desinformación logrando que muchos duden de la eficacia de estas, por ello preciso conocer el nivel de influencia que pueden tener un noticiero en la persuasión de los ciudadanos, teniendo en cuenta que los medios de comunicación son el cuarto poder y no solo deben informar sino que también deben educar.

1.7. Viabilidad

La investigación fue viable, puesto que el tema de la vacunación contra la Covid19 sigue vigente en la región y el país, por lo que recolectar los datos fue un proceso sin dificultades.

1.8. Limitaciones

La investigación no tuvo ningún tipo de limitaciones.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.2. Antecedentes de la investigación

A nivel internacional

Rodríguez et al (2021) Sentimientos hacia la vacunación contra la Covid19: Panorama colombiano en Twitter. Estudio de enfoque cuantitativo que trabajó con una muestra de 38,034 publicaciones en la red social Twitter del 12 de mayo al 30 de setiembre de 2020. Sus resultados identificaron que; diariamente se realizaban 268 comentarios sobre el tema de la vacunación, el 24 de mayo el volumen de comentarios aumentó justamente cuando los medios de comunicación difundían información sobre las más de 120 vacunas que se trabajan en todo el mundo, el sentimiento que predominó en cuanto al tema fue de alegría, el 29 de junio el sentimiento predominante fue del miedo en una fecha en que se informaba sobre las vacunas que se experimentaban en China. Concluyeron que; los comentarios en Twitter aumentaban un sentimiento de miedo cuando los medios de comunicación difundían noticias sobre la vacunación, pero esto no necesariamente indicaba que las personas estuvieran en contra de esta.

Rodríguez (2020) en su investigación; Prensa televisiva y su influencia en el desarrollo social de los habitantes del sector La Victoria, Cantón Quevedo, Ecuador. Estudio de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y alcance correlacional, trabajó con una muestra de 329 personas a quienes se les aplicó un cuestionario. Los resultados

identificaron que; el 43% consume prensa televisiva, el 9% no confía en que las noticias difundidas sean veraces, el 55% indica que tiene influencia en las personas y el 33% considera que esta contribuye de manera positiva a la sociedad. Concluyó que; existe una relación positiva entre la prensa televisiva y el desarrollo social de las personas, logrando en ocasiones tergiversar la información y causando malestar.

Lázaro, P. y Herrera, E. (2020) en el artículo indexado; Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: el papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento. Estudio de enfoque mixto, trabajó con una muestra de 432 noticias de diversos medios de comunicación. Los resultados identificaron que; el 66,84% de las noticias fueron difundidas en medios digitales, el 63,74% fueron noticias en el estado de alarma difundidas en marzo del 2020. Concluyeron que; los medios digitales tuvieron mayor presencia en la difusión de noticias sobre Covid19 en los meses que inició la pandemia, además de que estas pueden generar sensaciones negativas relacionados con la amenaza, pánico y miedo.

Simancas y Marín (2019) en su artículo indexado; Influencia de Twitter en la prensa digital en el caso de campaña de hazte oír “Los niños tienen pene y las niñas tienen vulva”. Estudio de enfoque mixto que trabajó con las publicaciones en la red social Twitter como muestra. Sus principales resultados determinaron que; en los primeros días de aplicación de la campaña se realizaron trending topics y a su vez un número elevado de publicaciones en diarios, en los días posteriores se realizaron hasta 10 publicaciones. Concluyeron que; existe una correlación entre Twitter y la

prensa, haciendo que un tema relevante se convierta en un trending topic llegando a influir en las personas sobre sus percepciones respecto a esta campaña.

Catalán y Peñafiel (2019) en su artículo indexado, Medios y desconfianza en vacunas, en España. Investigación de enfoque cuantitativo comparativo que trabajó con una muestra de 131 titulares y entradillas sobre vacunas en medios de mayor tirada, El País y El mundo. Los principales resultados, determinaron que; el 45% de los artículos mostraron un tono positivo, el 36% fue neutral y el 19% negativo, por lo que los contenidos a favor de las vacunas fueron mayores a los que se encontraban en contra de las vacunas. Concluyeron que; en el transcurso de los años 2012 al 2017 el tono positivo de los titulares y noticias fue en aumento, y que las palabras más usadas fueron; actores involucrados en la vacunación, vacunas específicas, acciones relacionadas a la vacunación e investigación. Finalmente, se indicó que el estudio debe contribuir a los medios de comunicación para mejorar sus prácticas periodísticas de información.

A nivel nacional

Ríos (2022) en su investigación; Nivel de influencia de las noticias sobre la COVID-19 del fan page del Gobierno Regional de Cajamarca en el comportamiento social de los usuarios jóvenes, 2020. Estudio de enfoque cuantitativo, de tipo básica con nivel descriptivo correlacional, trabajó con una muestra de 378 jóvenes, a quienes les aplicaron unos cuestionarios. Sus resultados, 50 mujeres indicaron estar en desacuerdo con que las noticias sobre Covid19 influyan en el comportamiento de los jóvenes, 47

varones indicaron que las noticias si influyen y el 40,21% de encuestados indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo de que las noticias deriven a mayor información. Concluyó que; la influencia de las noticias sobre COvid19 no generan cambios en el comportamiento sociales de los jóvenes, puesto que son noticias informativas sin fines de persuasión.

Gamarra (2021) en su tesis; Influencia del programa radial Voces Escolares en las habilidades comunicativas de las estudiantes de 5to año de secundaria del colegio Esther Festini de Ramos Ocampo, Comas, 2019. Investigación de enfoque mixto, nivel descriptivo y explicativo, diseño no experimental. Trabajó con una muestra de 80 estudiantes, a quienes se les aplicó una encuesta. Sus resultados determinaron que; el 43,8% estuvo de acuerdo con que se seleccionen los mensajes importantes de los secundarios, el 55% indicó que desde que escuchan el programa han aprendido a planificar y organizar sus ideas, el 61,3% construyen sus discursos antes de expresarlos. Concluyó que; existe una relación directa entre el programa radial y las habilidades comunicativas de los estudiantes tanto en la compresión oral y expresión oral.

Gutiérrez y Saca (2021) en su investigación; La influencia de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción, caso provincia de Chiclayo, año 2019. Estudio de enfoque mixto, no experimental, trabajó con una muestra de 13 comunicadores de 4 medios de comunicación, a quienes se les aplicó una encuesta y entrevista. Los resultados identificaron que; el 44% considera que su medio de comunicación emite siempre información fidedigna, el 66% tienen un nivel alto de cobertura a casos de corrupción, el 55% considera que realizan investigación los

casos de corrupción y el 77% considera que el medio genera conciencia crítica en la población. Concluyeron que; los medios de comunicación influyen directamente en la lucha contra la corrupción que se evidencia en la inmediatez de las noticias, objetividad, veracidad y un buen nivel de cobertura.

Mejía et al (2020) en el artículo indexado; Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID-19. Estudio de enfoque cuantitativo que trabajó con una muestra de 4009 personas de diversas ciudades del Perú. Sus resultados identificaron que; los encuestados percibieron que se exageraba la información en un 64% en redes sociales y 57% en la televisión, y el 43% que estos medios aumentaron la percepción de miedo en la población y finalmente los grupos familiares también exageraban la información en un 39% y generaban miedo en un 35%. Concluyeron que; las redes sociales y a televisión exageraban las noticias y generaron miedo en la población.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Noticieros televisivos

Abril (1997) indicó que; la noticia no siempre tiene que ser una novedad, sino que es todo lo que el periodista se arriesga a cubrir y producir sin modificarla. Es decir, aquello que confirma de manera conjunta, las normas sociales y las productivas.

La noticia en televisión se centra en analizar la realidad actual, haciendo que estas no sean solo mensajes y contenidos de diversos temas como; política, sociedad, economía entre otros, sino que también es el discurso sobre la información (Vilches, 1993).

Se debe considerar que también los noticieros en televisión son aquellos programas estructurados por un conjunto de noticias ensambladas en bloques o secciones, acorde a lo que defina el director periodístico del medio de comunicación (Cebrián, 1998).

Actualmente, los noticieros de televisión han ido evolucionando conforme la tecnología, es así que no solo se difunden a través de un canal de señal abierta, sino que también se difunden por redes sociales.

2.2.1.1. Contenidos televisivos de un noticiero

En los noticieros de televisión lo que más predomina es la nota informativa, teniendo en cuenta que dentro de su estructura se consideran los gorros, comentarios, enlaces en vivo de los equipos de prensa, las entrevistas y los reportajes. Karbahum (2017) indica que los noticieros televisivos deben basarse en varios criterios periodísticos:

Actualidad; es la cualidad de una noticia, esta debe ser nueva para ser difundida puesto que pierde su interés.

Proximidad, las noticias deben tener sentido de cercanía con las personas, estas se interesarán más en lo que pasa en sus comunidades, ciudades y países.

Prominencia; las noticias adquieren relevancia por sus protagonistas.

Conflicto; bajo la premisa de que la lucha del hombre contra el hombre siempre ha sido noticia, si estas se basan en ello tienen relevancia.

Consecuencias; algunas noticias pueden no generar impacto en el momento de su difusión, pero si lo hacen cuando trascienden las consecuencias.

2.2.1.2. Modelo de construcción informativa audiovisual (MOCIAE)

Morales (2010) postula este modelo que es un esquema de articulación de las noticias para la televisión, que tiene en cuenta las fases de la producción periodistas. En este se plasman los procesos que tienen que ver con la cobertura, estructuración, edición y emisión de las piezas que conforman un noticiero televisivo. Esta estructura considera tres niveles y fases como son:

Primer nivel: Proceso de la producción de información

Este inicia con la cobertura de la información, donde los reporteros salen en busca de la noticia, está dividido en cuatro fases:

Fase 1. Cobertura: El periodista registra en imágenes y sonidos todos los hechos noticioso acorde a su criterio para abordar y teniendo en cuenta las entrevistas, stand up e imágenes de apoyo.

Fase 2. Estructuración: El periodista le da el tratamiento adecuado a las noticias, define lo que es más relevante y debe ser incluido en la noticia, como las entrevistas o un stand up, aquello pueda generar un mejor impacto en el televidente.

Fase 3. Edición: Se refiere a la edición de las notas, la combinación de las imágenes y los sonidos, el tiempo de duración y cintillos, que tendrá la noticia acorde a su relevancia.

Fase 4. Emisión: Se refiere a la difusión de las noticias después de todo el proceso de construcción.

En este primer nivel se basa en la construcción de la noticia como producto audiovisual, teniendo en cuenta su criterio.

Segundo nivel: Intención informativa

Se basa en la intención que tiene el periodista al difundir una noticia, que puede ser narrar y emocionar. Si se trata solo de narrarla, esta se restringe a un rol informativo transmitiendo los hechos de manera lineal. Si, por el contrario, se decide emocionar, esto le da una connotación expresiva a la noticia logrando que el espectador pueda generar alguna idea o emoción respecto a la noticia que visualiza.

Tercer nivel: Sujeción de la percepción espacio – temporal

En este nivel se contemplan tres niveles:

Relaciones espaciales; se refiere a la ubicación de las cámaras, la escenografía del noticiero, la relación entre los conductores y el espacio.

Relaciones temporales; se refiere al montaje y planeamiento estructural.

Relaciones de apariencia visual; son recursos que buscan dinamizar el ritmo del mensaje.

Esta estructura involucra todo lo necesario para poder difundir noticias en televisión teniendo en cuenta que la mezcla de imágenes y sonidos deben generar un impacto adecuado en el televidente, logrando que reflexione sobre lo mostrado y de ser necesario pueda tomar acción sobre esto.

2.2.1.3. Teorías relacionadas a los noticieros televisivos

Teoría de la agenda setting

Esta teoría se basa en la creación de la opinión pública partiendo de los temas de coyuntura que difunden los medios de comunicación, es decir, la forma en la que se influye en los espectadores acorde a la jerarquía de las noticias que se difunden.

Esta teoría tiene sus bases en la publicación del libro de Lippmann en 1922, titulado “Opinión pública”, en el que muestra que los medios de comunicación son el vínculo entre los hechos y las imágenes de estos en la mente de los espectadores. Posteriormente, en 1963, Cohen, realizó una investigación en la que afirmó que los medios de comunicación no podían establecer lo que las personas pensaran, pero si podría sugerir los temas en los que debían pensar.

Esta teoría se fortalece en 1972, con la perspectiva de McCombs y Shaw, quienes, basándose en un estudio realizado con 100 ciudadanos de Chapel Hill en Carolina del Norte, para definir qué tema electoral era el más importante y si los medios de comunicación informaban sobre este, determinando que existía una correlación entre las percepciones de las ciudades y los contenidos más predominante en las noticias.

Primer nivel de la agenda setting

Sin bien esta teoría se basa en el estudio de Chapel Hill, posteriormente se fue identificando que la relevancia de los temas se define por la visibilidad de la información teniendo en cuenta la ubicación, tamaño y disposición con el resto de temas cubiertos (Amadeo, 2008). Pero se debe tener en cuenta, que la frecuencia con la que los temas son

incluidos en la agenda mediática y si jerarquía les da la relevancia por un determinado tiempo.

Años después del estudio de Chapel Hill, se realizó otro en Charlotte en Carolina del Norte, de manera longitudinal ya que en un primer momento se realizaron entrevistas entre los meses de junio y octubre durante las elecciones presidenciales de 1972, y otra después de estas, los resultados determinaron que siete temas como; economía, drogas, transporte, Watergate, medioambiente, Vietnam y política exterior, fueron instalados en los electores gracias a los medios de comunicación, confirmando que la agenda mediática tenía una fuerte influencia en el público.

Segundo nivel de la agenda setting

Posterior a las investigaciones realizadas, en esta fase Mc Combs et al (1997) descubrieron que no solo bastaba con poner un tema en la agenda, sino que también influía las características y rasgos de los temas, es decir, la participación de los periodistas con sus puntos de vista o diversas perspectivas agregadas, influía en lo que el público pensara sobre los temas tratados.

En este nivel se incluye también dos dimensiones; la afectiva que se relaciona con el tono valorativo de una noticia que busca analizar las respuestas emocionales del público, y la dimensión sustantiva que se relaciona con los aspectos relevantes de las personas, temas u objetos. Bajo este contexto, los medios de comunicación no solo establecen los temas más relevantes para la opinión pública, sino que influyen en su relevancia. Se puede poner algunos ejemplos como; el mundial de fútbol

pone a este deporte en la palestra y de pronto todos los noticieros comentan sobre el suceso lo que hace que las peruanas pongan su foco en este tema e incluso aquellos que no saben mucho de fútbol también comenten sobre esto.

Agenda setting en medios de comunicación digitales

En la actualidad los medios de comunicación digital siguen poniendo en la palestra los temas más relevantes por los que las personas seguirán comentando por un determinado tiempo. Además, deben trabajar arduamente en sus noticias ya que estas son más difundidas por redes sociales, por lo que deben ser de impacto para lograr una interacción fluida.

2.2.1.4. Dimensiones del noticiero televisivo

El presente proyecto de televisión ha considerado las siguientes dimensiones del noticiero televisivo:

Géneros periodísticos; son las diferentes modalidades de creación literaria que se destinan a ser difundidas en medios de comunicación y se caracterizan por ser interpretativos, objetivos e híbridos (Martínez, 2000).

Tipos de noticias; es la clasificación de las formas en las que se pueden cubrir una noticia, dependiendo del enfoque de estas.

Cobertura periodística; es la acción de poder recopilar información de un suceso, sabiendo que cubrir y como cubrirlo, teniendo en cuenta los puntos de vista de los involucrados y la ciudadanía (González, 2007).

2.2.2. Persuasión

La persuasión es la intención de una persona en modificar a través de la comunicación los pensamientos, ideas y creencias, para lograr este objetivo, el receptor debe aumentar la fuerza de la meta para que como consecuencia pueda tener un cambio respecto a ella (Miceli, 2006).

Perloff (1993) postuló que la persuasión es la actividad por la que un emisor intenta que un receptor cambie sus actitudes, ideas o creencias, esto a través de un mensaje que puede llegar a ser aceptado o rechazado.

La persuasión es el proceso por el que, a través de mensajes con buenos argumentos, se pretenden cambiar la actitud de una persona o un grupo de personas, de modo que cree y opine sobre temas de los que antes no lo hacía (Rogers, 1985).

Persuasión efectiva

Para lograr una persuasión efectiva se debe tener en cuenta que lograrlo es un proceso de aprendizaje y negociación, en el que se realiza un descubrimiento, la preparación y el dialogo con el fin de llegar a persuadir a la otra persona.

Conger (1998) estableció cuatro pasos para lograr una persuasión efectiva que se basan en:

Establecer credibilidad: Es importante que el persuasor sea una persona de confianza, con una credibilidad establecida, solo así podrá influir en el receptor para que cambie de opinión y tome acción sobre un determinado tema.

Encuadrar en campos de conocimiento compartido: Si su credibilidad es buena un emisor persuasivo debe describir de manera clara las ventajas de un tema en particular por el que quiere persuadir a otros.

Presentar evidencia y usar lenguaje vivido: El poder presentar algunas cifras en credibilidad del persuasor, su marca o algún servicio, sirviéndole para reforzar su argumento. Sobre el lenguaje, la forma de expresar es de suma importancia también.

Conectar emocionalmente: Pese a que las decisiones deben ser tomadas guiadas por el raciocinio, no se puede dejar de lado las emociones, ya que un persuasor que sepa apelar y conectar con las emociones de su público, podrá generar un cambio en este.

Reglas de la persuasión

Mc Guire (1969) estableció una serie de reglas teniendo en cuenta que las personas son seres sociales, susceptibles a ser persuadidos. Por ello tomo en cuenta las siguientes reglas:

Principio de reciprocidad; se refiere a la conducta de las personas que siempre se ven obligadas a recibir, pero regresar lo que se recibió a cambio.

Principio de compromiso y consistencia; es preciso que antes de que este se cumpla, debe verse la intención, el compromiso de que se realizará un cambio y se sostendrá en el tiempo.

Principio de aprobación social; para las personas es muy importante lo que opinen los demás respecto a ciertas conductas adquirido.

Principio de empatía; se tiene en cuenta la capacidad para comprender las acciones, ideas y sentimientos de otra persona.

Principio de autoridad; se refiere a los consejos y orientaciones que se puede recibir.

2.2.2.1. Teorías relacionadas a la persuasión

Teoría de la respuesta cognitiva

Esta teoría basada en el enfoque de McGuire, siempre que una persona recibe un mensaje persuasivo, compara lo que le están diciendo con las ideas, conocimientos y sentimientos respecto a un determinado tema, generando respuestas cognitivas, siendo estos mensajes autogenerados los que determinarán el resultado final del mensaje persuasivo. Si es que los pensamientos del receptor van direccionados por los mensajes, se realizará la persuasión, pero si van en dirección contraria, no existirá la persuasión.

Para la teoría de la respuesta cognitiva, lo fundamental es determinar qué factores, y de qué manera, influyen sobre la cantidad de argumentos que el receptor genera, a favor o en contra, de la posición mantenida en el mensaje. La cantidad de argumentos generados depende, por

ejemplo, de la distracción (que disminuye el número de argumentos generados), así como de la implicación personal del receptor (que los aumenta). La manera en que estos factores influyen sobre el resultado del mensaje es más compleja, pues depende no sólo de la cantidad de argumentos generados, sino del tipo de argumentos. Así, si los argumentos autogenerados son a favor del mensaje, la distracción hace que la persuasión sea menor; en cambio, si los argumentos van en contra del mensaje, la distracción -al hacer que el receptor construya menos argumentos-, hace que la persuasión sea mayor (Petty, Ostrom y Brock, 1981).

2.2.2.2. Dimensiones de la persuasión

El presente proyecto de investigación, ha tomado en cuenta las siguientes dimensiones de la persuasión:

Estimular; se refiere a la presentación de hechos para poder fortalecer las creencias, se debe tener en cuenta los puntos en común e ideas compartidas y luego presentarle información que no conozca a la audiencia.

Convencer; se refiere a que el objetivo se centre en lograr el cambio de ideas, actitudes, juicios y valores cobre un determinado tema.

Llamada a la acción; que es cuando la audiencia ya captó el mensaje, entonces se debe crear la curiosidad, resolver un problema y proponer alternativas de solución para que puedan tomar acción sobre eso.

2.2.3. Ribereña Noticias

Ribereña Noticias se crea el año 2019 con 30 minutos de emisión, por la empresa A MIL POR HORA, con el gerente general Estuardo Lao Soria, siendo el quien impulsa el contenido de Ribereña Pucallpa a todo el Perú.

En la actualidad el Noticiero Ribereña Noticias cuenta con dos ediciones. Ribereña Matinal y Ribereña Central.

La señal de Ribereña Pucallpa llega a todo el Perú a través de los cables operadores de cada ciudad.

Cobertura Regional

Pucallpa, Aguaytía, Atalaya, San Alejandro, Von Humbolt Km86, Neshuya, Curimana, Campo Verde, Nueva Requena.

Cobertura Nacional

Lima cono Norte-Sur, Puerto Maldonado, Quillabamba, Abancay, Puno, Juliaca, Huánuco, Tingo María, Cerro De Pasco, Contamana, Iquitos

En los medios digitales también se tiene presencia:

Facebook, Instagram y tiktok: Ribereña Pucallpa

www.reberenapucallpa.net

Aplicativo Móvil: Ribereña Pucallpa

2.3. Definiciones conceptuales

Covid19: Es una enfermedad causada por el virus SARS-CoV-2, que se inició en China donde se informaron en diciembre del 2019 casos de neumonía vírica (OMS, 2020).

Pandemia: Es la afectación de una enfermedad infecciosa de las personas que se extiende geográficamente a diversos países, para que esta se origine es necesaria la aparición de virus o mutaciones que circulen cuando la población no es inmune (Ávila, 2020).

Cuarentena: Separación y restricción de movimientos de las personas para evitar que se contagien de algún virus que pueda estar propenso en el medio ambiente (ICIM, 2020).

Periodo de incubación: Es el intervalo inicial de una persona con el agente infeccioso y la fase en la que aparecen los primeros síntomas (OMS,2020).

Vacuna: Es el medicamento que ayuda a las personas a protegerse de diversas enfermedades, son estudiadas y puestas a disposición de la población para evitar que los síntomas de alguna enfermedad sean letales (OMS,2020).

Noticia de televisión: Es la narración dinámica, de urgencia, en realidad casi palpable de un suceso ocurrido y que tienen relevancia para la comunidad, analizada y criticada por el televidente (Roglán y Equiza, 1990).

Engagement: Es la métrica que permite conocer el tipo de interacciones que tiene un medio de comunicación a través de sus redes sociales con el público (Eyears, 2018).

Zapping: En televisión, es la acción de saltar continuamente de canales para poder visualizar la programación de estos (Eyears, 2018).

Noticias falsas: Son las informaciones que se difunden en algunos medios de comunicación sin haber sido verificada y que terminan generando miedo o pánico en el televidente, se les conoce también como Fake News (Aprende periodismo, 2021).

Titulares: Es el texto que encabeza una noticia, estos pueden ser neutrales hasta sensacionalistas con el objetivo de captar el interés del televidente (Aprende periodismo, 2021).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

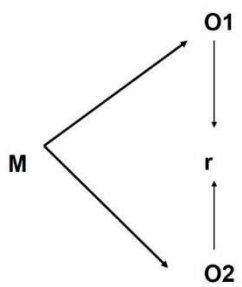
3.1. Método de investigación

El enfoque en el que se desarrolló esta investigación es el cuantitativo, ya que este usa la recolección de datos para comprobar las hipótesis basándose en una medición numérica a través de un procesamiento estadístico con el fin de probar teorías (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

La presente investigación es de tipo básica, puesto que es pura o teórica, se caracteriza por tener un marco teórico en el que se exponen las teorías que sustenten lo investigado, esto con el objetivo de que se incrementen los conocimientos científicos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.2. Diseño de investigación

Este diseño es no experimental de corte transversal, puesto que no se plantea realizar ninguna manipulación en las variables, sino solo describir las conductas de estas. Además de ser transversal por que se aplica en un solo periodo de tiempo (Hernández, Fernández y Baptista,2014).



Noticiero

Vacunación

Donde:

M: Muestra de estudio

O_1: la variable Noticiero

O_2: La variable Vacunación

R: Relación entre las variables

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

Es el conjunto de casos que tienen determinadas especificaciones para una determinada investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

En la presente investigación, se tomó como población a todos los habitantes del distrito de Calleria.

Tabla 1. Distribución de población distrito de Calleria

Provincia	Población
Coronel Portillo	154 082
TOTAL	154 082

Fuente: INEI 2017

3.3.2. Muestra

La muestra no probabilística por conveniencia se selecciona de la población por el hecho de que sea accesible. Es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles y porque sabemos que pertenecen a la población de interés,

no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Estará conformada por un total de 200 ciudadanos.

Tabla 2. Muestra de estudio

Distrito	Población
Calleria	200
TOTAL	200

Fuente: Elaboración propia

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos

Según, Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen la encuesta "como el instrumento más utilizado para recolectar datos, que consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir". En la presente investigación se usó la técnica de la encuesta.

Encuesta para medir la influencia de la ribereña noticias.

Encuesta para medir persuasión frente a la vacunación de la COVID19.

Las mismas que fueron validadas por juicio de expertos y analizadas en la confiabilidad de Alpha de Cronbach.

Instrumentos de recolección de datos

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el instrumento del cuestionario está estructurado por una serie de preguntas en su mayoría cerradas con una escala de valoración tipo Likert que se aplica a la muestra de estudio.

En la presente investigación de aplicaron dos cuestionarios:

Para medir la influencia de la ribereña noticias; constó de 3 dimensiones; géneros periodísticos tipos de noticias y cobertura estructurada en10 ítems.

Para medir persuasión frente a la vacunación de la COVID19, se estructuró en 3 dimensiones y 10 ítems.

3.5. Procesamiento y presentación de datos

El método que se utilizó fue el cuantitativo, por esto, los instrumentos de recolección de datos fueron validados por juicio de expertos, tuvieron la confiabilidad del Alpha de Cronbach. Posteriormente, se hizo firmar un consentimiento informado a la muestra de estudio para ser aplicados. Los datos que se obtuvieron fueron configurados en una base de datos para posteriormente ser procesados por el programa estadístico SPSSV25, se realizaron las pruebas de hipótesis para determinar si se afirman o se refutan.

Los datos fueron presentados en tablas y figuras con el fin de que todos puedan visualizar adecuadamente para poder realizar la discusión de resultados.

El tratamiento de los datos se realizó teniendo en cuenta los principios éticos de la Universidad Nacional de Ucayali.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Tabla 3.

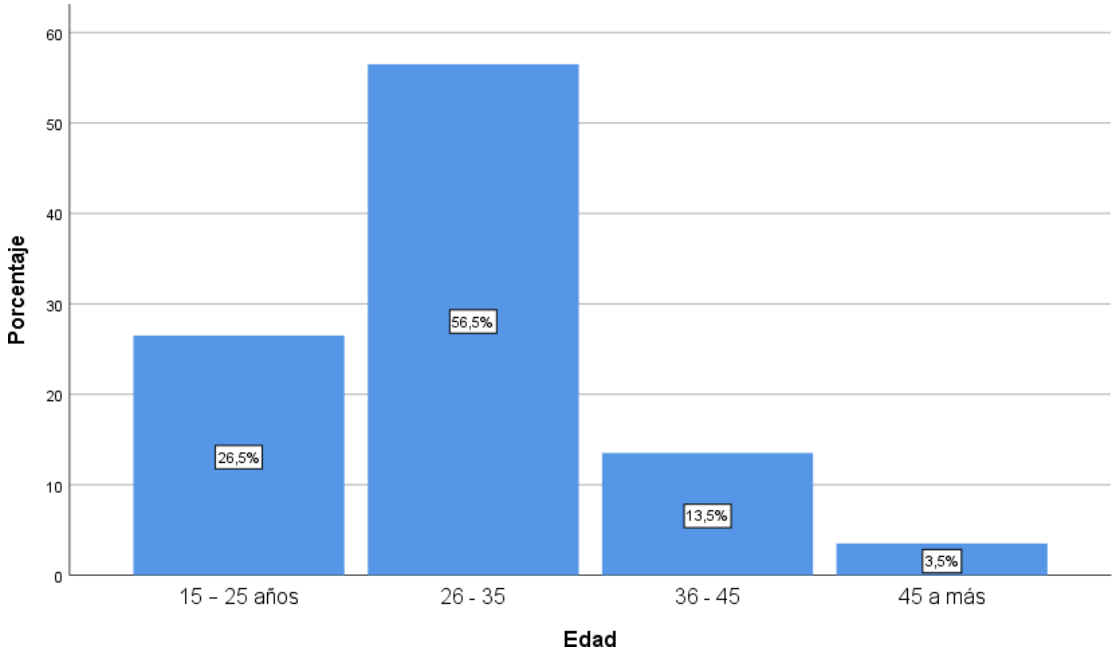
Distribución de frecuencias: Edad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	15 – 25 años	53	26,5
	26 - 35	113	56,5
	36 - 45	27	13,5
	45 a más	7	3,5
	Total	200	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 1.

Distribución de frecuencias: Edad



Fuente: Tabla 3.

La tabla y su figura muestran que, respecto a la edad de los ciudadanos, 56.5% tiene entre 26-35 años, 26.5% entre 15-25 años, 13.5% entre 36-45 años y 3.5% tiene de 45 a más años.

Tabla 4.

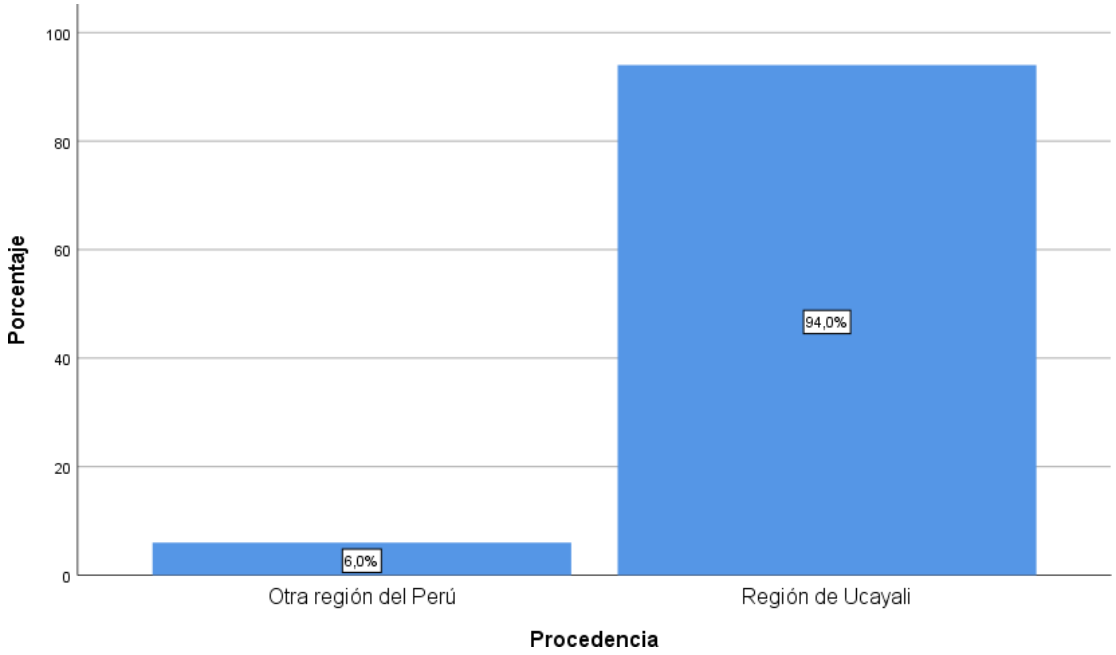
Distribución de frecuencias: Procedencia

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Otra región del Perú	12	6,0
	Región de Ucayali	188	94,0
	Total	200	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2.

Distribución de frecuencias: Procedencia



Fuente: Tabla 4.

La tabla y su figura muestran que, respecto a la procedencia de los ciudadanos, 94% procede de la región de Ucayali y 6% procede de otra región del Perú.

Tabla 5.

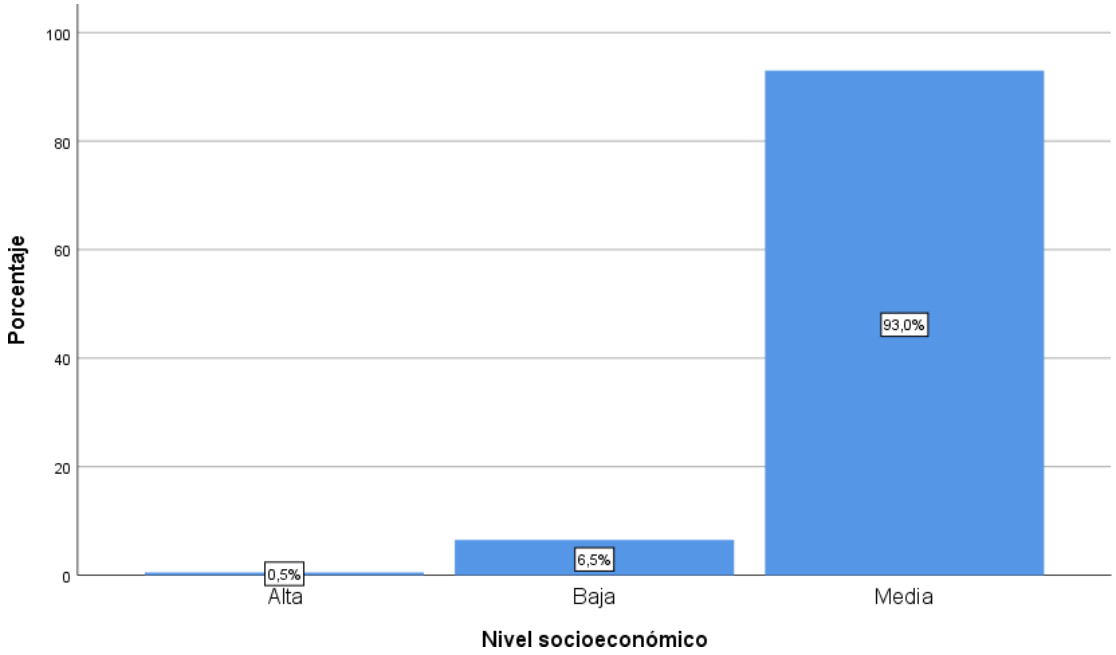
Distribución de frecuencias: Nivel socioeconómico

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alta	1	,5
	Baja	13	6,5
	Media	186	93,0
	Total	200	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3.

Distribución de frecuencias: Nivel socioeconómico



Fuente: Tabla 5.

La tabla y su figura muestran que, en cuanto al nivel socioeconómico de los ciudadanos, 93% corresponde al nivel medio, 6.5% al nivel bajo y 0.5% al nivel alto.

Tabla 6.

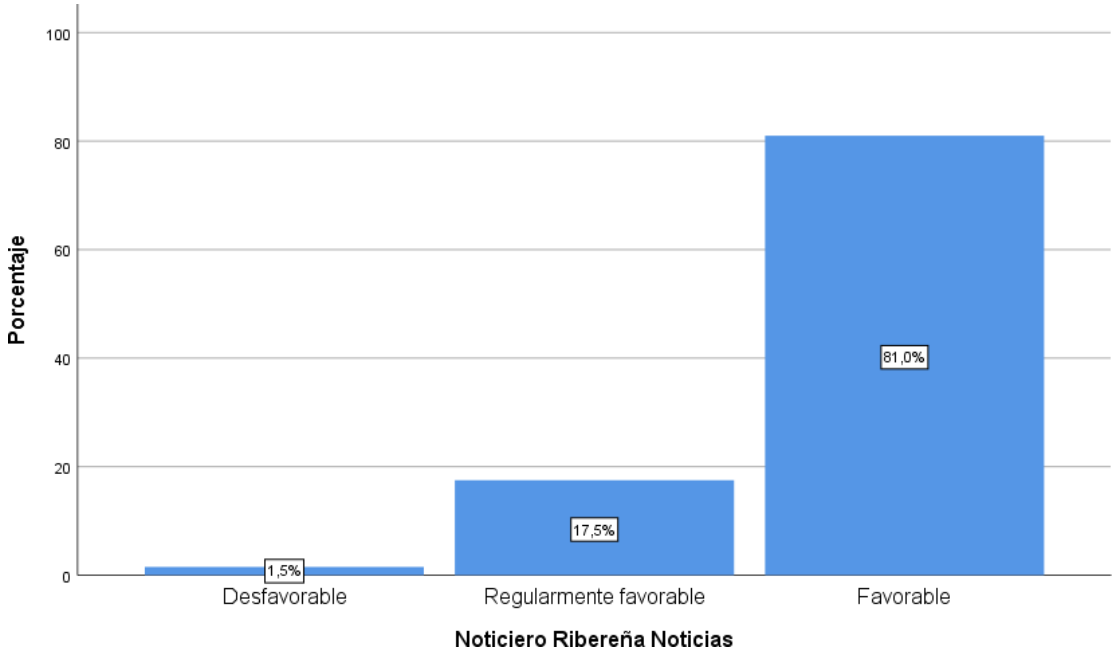
Distribución de frecuencias: Noticiero Ribereña Noticias

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Desfavorable	3	1,5
	Regularmente favorable	35	17,5
	Favorable	162	81,0
	Total	200	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4.

Distribución de frecuencias: Noticiero Ribereña Noticias



Fuente: Tabla 6.

La tabla y su figura muestran que, en cuanto a la percepción de los ciudadanos sobre el noticiero Ribereña Noticias, 81% posee una percepción favorable, 17.5% regularmente favorable y 1.5% tiene una percepción desfavorable.

Tabla 7.

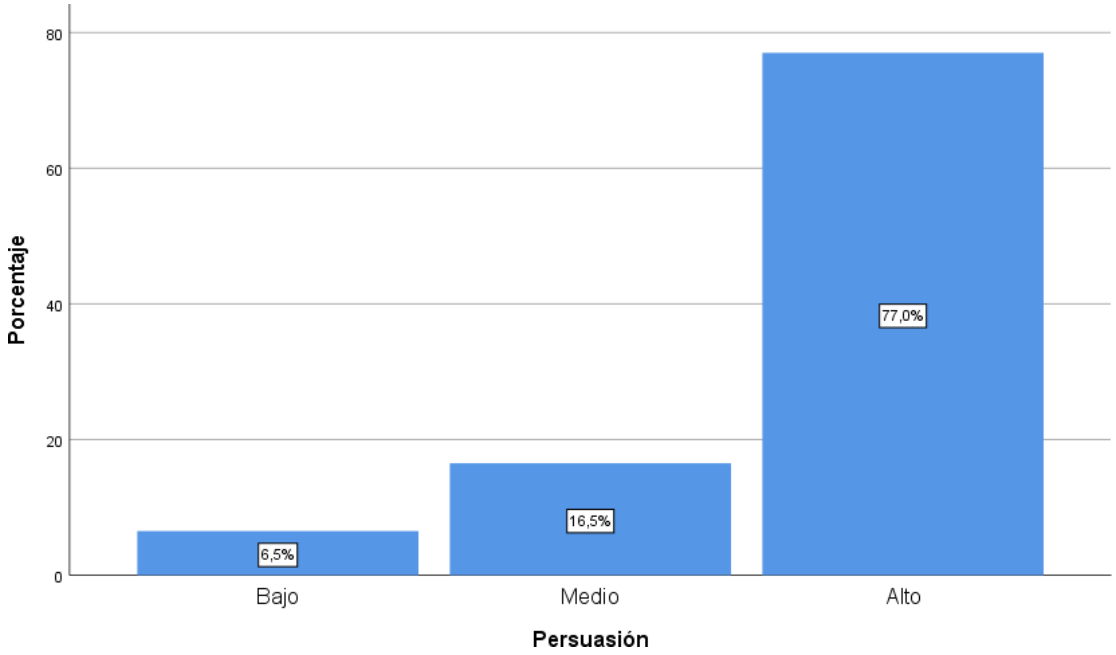
Distribución de frecuencias: Persuasión

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	13	6,5
	Medio	33	16,5
	Alto	154	77,0
	Total	200	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5.

Distribución de frecuencias: Persuasión



Fuente: Tabla 7.

La tabla y su figura muestran que, en cuanto a la percepción de los ciudadanos sobre la persuasión frente a la vacunación de la COVID 19, 77% la percibió como alta, 16.5% como media y 6.5% como baja.

Tabla 8.

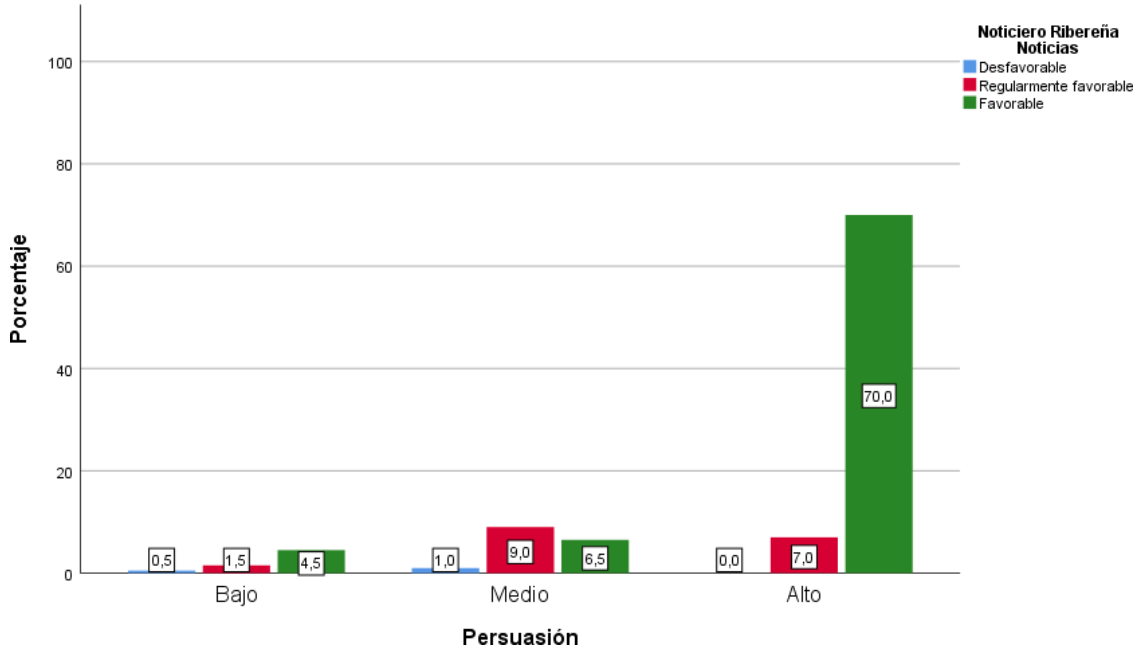
*Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Persuasión*

			Persuasión			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Noticiero Ribereña Noticias	Desfavorable	Recuento	1	2	0	3
		% del total	0,5%	1,0%	0,0%	1,5%
	Regularmente favorable	Recuento	3	18	14	35
		% del total	1,5%	9,0%	7,0%	17,5%
	Favorable	Recuento	9	13	140	162
		% del total	4,5%	6,5%	70,0%	81,0%
Total		Recuento	13	33	154	200
		% del total	6,5%	16,5%	77,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6.

*Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Persuasión*



Fuente: Tabla 8.

La tabla y su figura muestran que, el mayor porcentaje de la muestra, correspondiente al 70%, posee una percepción favorable del noticiero Ribereña Noticias e indica que existió un alto nivel de persuasión frente a la vacunación de la COVID 19.

Tabla 9.

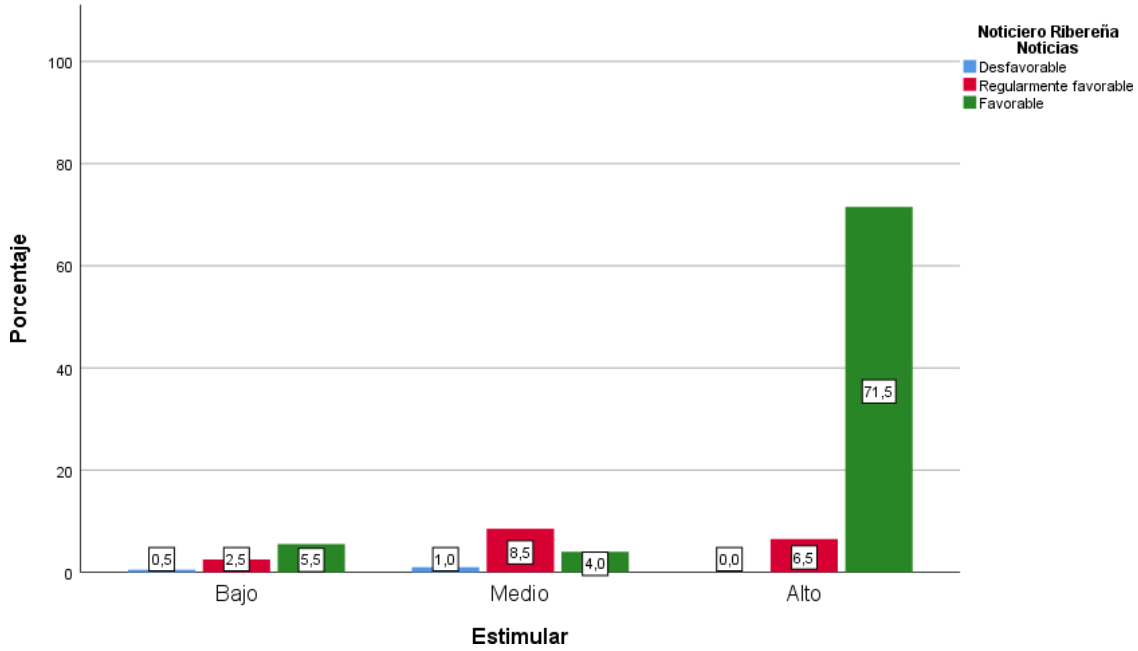
*Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Estimular*

			Estimular			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Noticiero Ribereña Noticias	Desfavorable	Recuento	1	2	0	3
		% del total	0,5%	1,0%	0,0%	1,5%
	Regularmente favorable	Recuento	5	17	13	35
		% del total	2,5%	8,5%	6,5%	17,5%
	Favorable	Recuento	11	8	143	162
		% del total	5,5%	4,0%	71,5%	81,0%
Total		Recuento	17	27	156	200
		% del total	8,5%	13,5%	78,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7.

*Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Estimular*



Fuente: Tabla 9.

La tabla y su figura muestran que, el mayor porcentaje de la muestra, correspondiente al 71.5%, posee una percepción favorable del noticiero Ribereña Noticias e indica que existió un alto nivel de estimulación de la persuasión frente a la vacunación de la COVID 19.

Tabla 10.

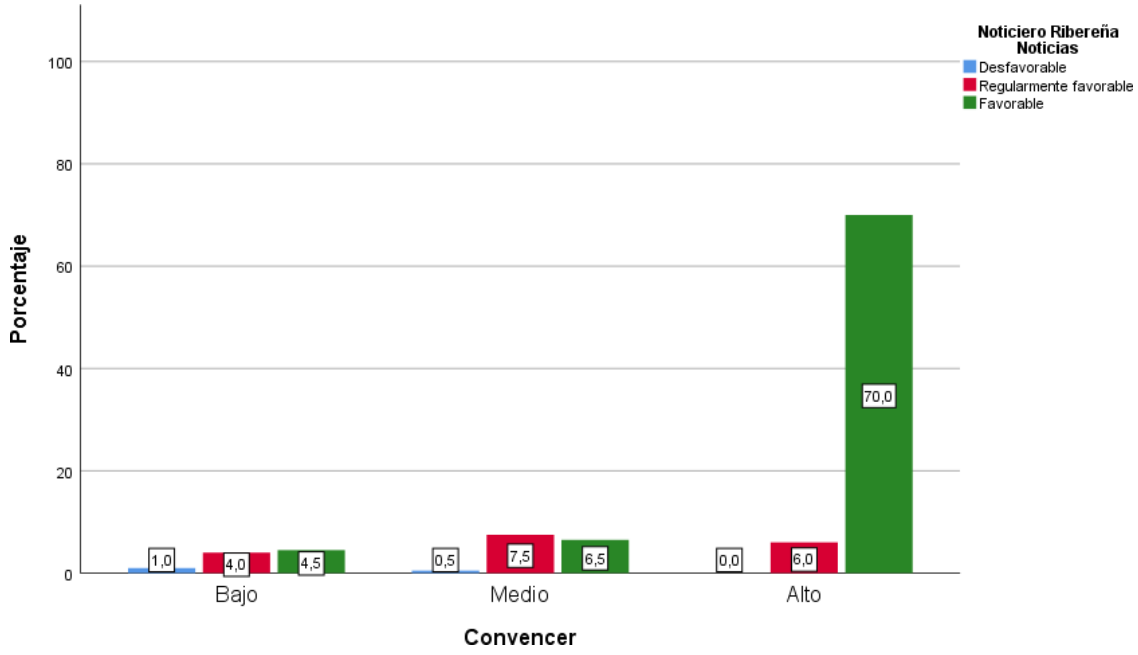
*Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Convencer*

			Convencer			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Noticiero Ribereña Noticias	Desfavorable	Recuento	2	1	0	3
		% del total	1,0%	0,5%	0,0%	1,5%
	Regularmente favorable	Recuento	8	15	12	35
		% del total	4,0%	7,5%	6,0%	17,5%
	Favorable	Recuento	9	13	140	162
		% del total	4,5%	6,5%	70,0%	81,0%
Total		Recuento	19	29	152	200
		% del total	9,5%	14,5%	76,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8.

*Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Convencer*



Fuente: Tabla 10.

La tabla y su figura muestran que, el mayor porcentaje de la muestra, correspondiente al 70%, posee una percepción favorable del noticiero Ribereña Noticias e indica que existió un alto nivel en el convencimiento de la persuasión frente a la vacunación de la COVID 19.

Tabla 11.

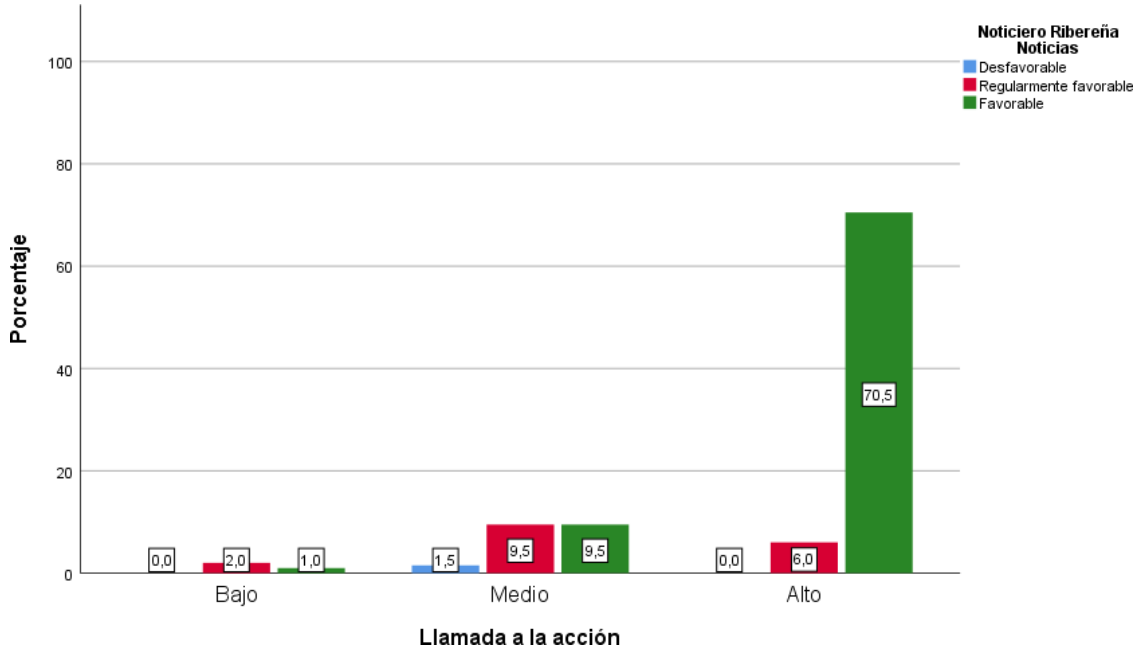
*Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Llamada a la acción*

			Llamada a la acción			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Noticiero Ribereña Noticias	Desfavorable	Recuento	0	3	0	3
		% del total	0,0%	1,5%	0,0%	1,5%
	Regularmente favorable	Recuento	4	19	12	35
		% del total	2,0%	9,5%	6,0%	17,5%
	Favorable	Recuento	2	19	141	162
		% del total	1,0%	9,5%	70,5%	81,0%
Total		Recuento	6	41	153	200
		% del total	3,0%	20,5%	76,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9.

*Distribución cruzada: Noticiero Ribereña Noticias*Llamada a la acción*



Fuente: Tabla 11.

La tabla y su figura muestran que, el mayor porcentaje de la muestra, correspondiente al 70.5%, posee una percepción favorable del noticiero Ribereña Noticias e indica que existió un alto nivel en la llamada a la acción de la persuasión frente a la vacunación de la COVID 19.

CONTRASTE DE HIPÓTESIS

- Contraste de hipótesis general

  Paso 1: Planteamiento de hipótesis

  H_0: El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, no es significativa.

  H_a: El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativa.

  Paso 2: Criterios de decisión

  Valor-p (Sig.) ≤ 0.05 → Se rechaza la hipótesis nula

  Valor-p (Sig.) > 0.05 → Se acepta la hipótesis nula

  Paso 3: Elección de la prueba estadística

  Debido a la naturaleza correlacional causal de la investigación, el estadístico de contraste a aplicar será la prueba de regresión lineal.

  Paso 4: Aplicación de la prueba estadística

Tabla 12.

Estadísticos de regresión lineal

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,578[a]	,334	,330	7,582

a. Predictores: (Constante), Noticiero Ribereña Noticias
b. Variable dependiente: Persuasión

El valor de R cuadrado 0.334 indica que la variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 33.4% la persuasión de la vacunación contra el COVID 19, así

también, los resultados del ANOVA indican una Sig.= 0.000 ≤ 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 13.

Resultados del ANOVA

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	5702,244	1	5702,244	99,201	,000[b]
	Residuo	11381,436	198	57,482		
	Total	17083,680	199			

a. Variable dependiente: Persuasión
b. Predictores: (Constante), Noticiero Ribereña Noticias

Paso 5: Toma de decisión

La variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 33.4% la persuasión de la vacunación contra el COVID 19 y la significatividad Sig.= 0.000 ≤ 0.05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Por lo tanto, el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativa.

- Contraste de hipótesis específica 1

Paso 1: Planteamiento de hipótesis

H_{01}: El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la estimulación de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, no es significativo.

H_{a1}: El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la estimulación de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo.

Paso 2: Criterios de decisión

Valor-p (Sig.) ≤ 0.05 → Se rechaza la hipótesis nula

Valor-p (Sig.) > 0.05 → Se acepta la hipótesis nula

Paso 3: Elección de la prueba estadística

Debido a la naturaleza correlacional causal de la investigación, el estadístico de contraste a aplicar será la prueba de regresión lineal.

Paso 4: Aplicación de la prueba estadística

Tabla 14.

Estadísticos de regresión lineal

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,532[a]	,283	,280	2,428

a. Predictores: (Constante), Noticiero Ribereña Noticias
b. Variable dependiente: Estimular

El valor de R cuadrado 0.283 indica que la variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 28.3% la estimulación de la persuasión de la vacunación contra el COVID 19, así también, los resultados del ANOVA indican una Sig.= 0.000 ≤ 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 15.

Resultados del ANOVA

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	461,347	1	461,347	78,245	,000[b]
	Residuo	1167,448	198	5,896		
	Total	1628,795	199			

a. Variable dependiente: Estimular
b. Predictores: (Constante), Noticiero Ribereña Noticias

Paso 5: Toma de decisión

La variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 28.3% la estimulación de la persuasión de la vacunación contra el COVID 19 y la significatividad Sig.=

0.000 ≤ 0.05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Por lo tanto, el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la estimulación de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo.

- Contraste de hipótesis específica 2

Paso 1: Planteamiento de hipótesis

H_{02}: El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en el convencimiento de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, no es significativo.

H_{a2}: El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en el convencimiento de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo.

Paso 2: Criterios de decisión

Valor-p (Sig.) ≤ 0.05 → Se rechaza la hipótesis nula

Valor-p (Sig.) > 0.05 → Se acepta la hipótesis nula

Paso 3: Elección de la prueba estadística

Debido a la naturaleza correlacional causal de la investigación, el estadístico de contraste a aplicar será la prueba de regresión lineal.

Paso 4: Aplicación de la prueba estadística

Tabla 16.

Estadísticos de regresión lineal

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,564[a]	,319	,315	2,427

a. Predictores: (Constante), Noticiero Ribereña Noticias
b. Variable dependiente: Convencer

El valor de R cuadrado 0.319 indica que la variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 31.9% el convencimiento de la persuasión de la vacunación contra el COVID 19, así también, los resultados del ANOVA indican una Sig.= 0.000 ≤ 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 17.

Resultados del ANOVA

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	545,118	1	545,118	92,561	,000[b]
	Residuo	1166,077	198	5,889		
	Total	1711,195	199			

a. Variable dependiente: Convencer
b. Predictores: (Constante), Noticiero Ribereña Noticias

Paso 5: Toma de decisión

La variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 31.9% el convencimiento de la persuasión de la vacunación contra el COVID 19 y la significatividad Sig.= 0.000 ≤ 0.05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Por lo tanto, el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en el convencimiento de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo.

- Contraste de hipótesis específica 3

Paso 1: Planteamiento de hipótesis

H_{03}: El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la llamada a la acción de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, no es significativo.

H_{a3}: El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la llamada a la acción de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo.

Paso 2: Criterios de decisión

Valor-p (Sig.) ≤ 0.05 → Se rechaza la hipótesis nula

Valor-p (Sig.) > 0.05 → Se acepta la hipótesis nula

Paso 3: Elección de la prueba estadística

Debido a la naturaleza correlacional causal de la investigación, el estadístico de contraste a aplicar será la prueba de regresión lineal.

Paso 4: Aplicación de la prueba estadística

Tabla 18.

Estadísticos de regresión lineal

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,588[a]	,346	,342	3,001

a. Predictores: (Constante), Noticiero Ribereña Noticias
b. Variable dependiente: Llamada a la acción

El valor de R cuadrado 0.346 indica que la variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 34.6% el convencimiento de la persuasión de la vacunación contra el COVID 19, así también, los resultados del ANOVA indican una Sig.= 0.000 ≤ 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 19.

Resultados del ANOVA

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	941,659	1	941,659	104,590	,000[b]
	Residuo	1782,661	198	9,003		
	Total	2724,320	199			

a. Variable dependiente: Llamada a la acción
b. Predictores: (Constante), Noticiero Ribereña Noticias

Paso 5: Toma de decisión

La variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 34.6% la llamada a la acción de la persuasión de la vacunación contra el COVID 19 y la significatividad Sig.= 0.000 ≤ 0.05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Por lo tanto, el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la llamada a la acción de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación tuvo como objetivo general; determinar el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, acorde a los datos recolectados y procesados, el mayor porcentaje de la muestra, correspondiente al 70%, posee una percepción favorable del noticiero Ribereña Noticias e indica que existió un alto nivel de persuasión frente a la vacunación de la COVID 19, en cuanto al contraste de hipótesis se determinó que; la variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 33.4% la persuasión de la vacunación contra el COVID 19 y la significatividad Sig.= 0.000 ≤ 0.05, por lo tanto, el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativa. Esto se corrobora con Lázaro, P. y Herrera, E. (2020) en el artículo indexado; Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: el papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento, quienes concluyeron que; los medios digitales tuvieron mayor presencia en la difusión de noticias sobre Covid19 en los meses que inició la pandemia, además de que estas pueden generar sensaciones negativas relacionados con la amenaza, pánico y miedo. Esto corrobora que los medios de comunicación tuvieron una alta influencia en las población sobre todo lo relacionado a la pandemia generada por la Covid19, en muchas casos las noticias infundían temor y miedo, posteriormente sobre las vacunas generaron incertidumbre y rechazo a estas, en la ribereña noticias se identificó que todo lo difundido

contribuyó a una buena percepción sobre la vacunación para que la población lograr ser persuadida y decidieran ser parte de este proceso para salvaguardar su salud.

Respecto al objetivo específico 1; identificar el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la estimulación de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, el mayor porcentaje de la muestra, correspondiente al 71.5%, posee una percepción favorable del noticiero Ribereña Noticias e indica que existió un alto nivel de estimulación de la persuasión frente a la vacunación de la COVID 19, en cuanto al contraste de hipótesis, la variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 28.3% la estimulación de la persuasión de la vacunación contra el COVID 19 y la significatividad Sig.= 0.000 ≤ 0.05 por lo tanto, el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la estimulación de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo. Esto se corrobora con Catalán y Peñafiel (2019) quienes en su investigación determinaron que; el 45% de los artículos mostraron un tono positivo, el 36% fue neutral y el 19% negativo, por lo que los contenidos a favor de las vacunas fueron mayores a los que se encontraban en contra de las vacunas. Concluyeron que; en el transcurso de los años 2012 al 2017 el tono positivo de los titulares y noticias fue en aumento, y que las palabras más usadas fueron; actores involucrados en la vacunación, vacunas específicas, acciones relacionadas a la vacunación e investigación. Esto permite confirmar que los medios de comunicación, a través de los titulares ya sea en prensa o televisión,

logran impactar a la población y esto genera un estímulo en ellos, para estar de acuerdo con un tema o mostrarse en contra, por lo que los titulares usados en la ribereña noticias fueron los adecuados para que esa estimulación de la percepción del proceso de vacunación sea positiva.

Respecto al objetivo específico 2; determinar el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en el convencimiento de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19, el mayor porcentaje de la muestra, correspondiente al 70%, posee una percepción favorable del noticiero Ribereña Noticias e indica que existió un alto nivel en el convencimiento de la persuasión frente a la vacunación de la COVID 19. En cuanto al contraste de hipótesis la variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 31.9% el convencimiento de la persuasión de la vacunación contra el COVID 19 y la significatividad Sig.= 0.000 ≤ 0.05, por lo tanto, el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en el convencimiento de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo. Esto se asemeja a Rodríguez et al (2021) quienes en su investigación sobre publicaciones en la red social Twitter sobre la vacunación, concluyeron que; los comentarios en Twitter aumentaban un sentimiento de miedo cuando los medios de comunicación difundían noticias sobre la vacunación, pero esto no necesariamente indicaba que las personas estuvieran en contra de esta. Sin duda, los medios de comunicación y redes sociales han logrado influir en la población respecto al tema de las vacunas contra la COVID19, generando sentimientos de miedo y en algunos casos de alegría, logrando convencerlos de tomar un

decisión, por lo que muchas personas optaron por no vacunarse a pesar de la existencia del virus que podría afectarlos en cualquier momento, esto visibiliza la importancia de lo que se difunda a través de estos medios de comunicación sabiendo que pueden llegar a tener poder de convencimiento.

Finalmente en el objetivo específico 3; medir el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la llamada a la acción de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19, el mayor porcentaje de la muestra, correspondiente al 70.5%, posee una percepción favorable del noticiero Ribereña Noticias e indica que existió un alto nivel en la llamada a la acción de la persuasión frente a la vacunación de la COVID 19. En cuanto al contraste de hipótesis, la variable noticiero Ribereña Noticias explica en un 34.6% la llamada a la acción de la persuasión de la vacunación contra el COVID 19 y la significatividad Sig.= 0.000 ≤ 0.05, por lo tanto, el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la llamada a la acción de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo. Esto se asemeja con; Mejía et al (2020) quienes en su investigación sobre percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID-19, percibieron que se exageraba la información en un 64% en redes sociales y 57% en la televisión, y el 43% que estos medios aumentaron la percepción de miedo en la población y finalmente los grupos familiares también exageraban la información en un 39% y generaban miedo en un 35%. Esto explica la razón de que la Ribereña noticias haya logrado una llamada a la población en cuánto a la

vacunación, debido a que las noticias difundidas daban la información necesaria para que las personas decidieran vacunarse o no, siendo un mayor número quienes indicaron que optaron por ser parte del proceso de vacunación.

CONCLUSIONES

El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativa, puesto que todas las notas que se realizan lograron que los televidentes se vacunen contra la covid-19

El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la estimulación de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo. Puesto que se presentan información de acorde al publico expectante como son, adultos mejores, adultos y jóvenes. Por ejemplo; en la vacunación de la covid-19 que se daba por edades, información del centro de vacunación y otros.

El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en el convencimiento de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo. Puesto que cada información que se brindo conto con el aporte científico de un especialista. Por ejemplo: enlace en vivo con el director de la Dirección regional de salud, donde el fue el primero en recibir la inoculación contra la covid-19, generando así confianza en el resto de la población. (Programa especial de Ribereña Noticias edición del 13 de febrero del 2021).

Finalmente, el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la llamada a la acción de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Callería, 2021, es significativo. puesto que cada información en sus etapas respectivas hizo que cada ciudadano decidiera vacunarse contra la covid-19, tomaron la decisión de elegir el lugar y las dosis necesarias.

RECOMENDACIONES

A los medios de comunicación de la provincia de Coronel Portillo, mejorar la forma en la que difunden las noticias que estén relacionadas a la salud, teniendo en cuenta que lo importante es darle toda la información necesaria a la población sin confundirla generar pánico, si no para que sepan tomar una adecuada decisión como pasó con el proceso de vacunación contra la Covid19.

A la Ribereña noticias, incorporar una sección de salud que busque informar adecuadamente a la población sobre riesgos de salud en diversos tipos de enfermedades y puedan persuadirlos para cambiar sus estilos de vida.

A la población, buscar información sobre temas relacionados a la salud en diversos medios de comunicación, para que puedan corroborar la información y puedan tomar decisiones acertadas en cuanto a su salud.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abril, G. (1997) Teoría general de la información. Madrid: Cátedra.

Aprende periodismo (2021) Diccionario periodístico: el mejor glosario sobre Periodismo. https://www.aprendeperiodismo.com/diccionario-periodistico-mejor-glosario-periodismo/

Ávila, J. (2020) ¿Qué es una Pandemia? Definición y fases. https://www.coronapedia.org/base-conocimiento/que-es-una-pandemia-definicion-y-fases/

BBC (2021) Coronavirus: por qué Europa es de nuevo el epicentro de la pandemia de coronavirus. https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-59172725

Cebrián Herreros, M. (1998). La información televisiva. España: Ariel Comunicación.

Catalan, D. y Peñafiel, C. (2019): "Medios y desconfianza en vacunas: un análisis de contenido en titulares de prensa". Revista Latina de Comunicación Social, 74, pp. 786 a 802. http://www.revistalatinacs.org/074paper/1357/40es.html DOI: 10.4185/RLCS-2019-1357

Eyears, J. (2018) 100 términos de PR, comunicación y publicidad que debes conocer. https://blog.another.co/blog/100-terminos-de-relaciones-publicas-comunicacion-y-publicidad-que-debes-conocer

Gamarra, H. (2021) Influencia del programa radial Voces Escolares en las habilidades comunicativas de las estudiantes de 5to año de secundaria

del colegio Esther Festini de Ramos Ocampo, Comas, 2019. Tesis de licenciatura. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/17255?show=full

González, M. (2007). Periodismo y cobertura electoral. Guatemala: Asociación Desarrollo, Organización, Servicios y Estudios Socioculturales (DOSES).

Gutiérrez, M. y Saca, C. (2021) La influencia de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción, caso provincia de Chiclayo, año 2019. Tesis de licenciatura. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/10183

Guire, Mc. (196) An information-processing od adversiting effectivenes. In. H.L. David y A.J. Silk. Behavioral and managament Sciences in marketing. New York.

Hernández R, Fernández C, Baptista M. (2014) Metodología de la investigación. Sexta ed. Valencia S, Mendoza, C, editors. México: McGrawHill.

Instituto de Ciencias e Innovación en Medicina (2020) Cuarentena. https://medicina.udd.cl/icim/

Karbaum, G. (2017) La producción de los noticieros de televisión y la hibridación de los géneros audiovisuales. CIC: Boletín del Centro de Investigación de la Creatividad UCAL N°3. https://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/201/GK01.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Larrondo, A., Fernández, S. y Morales, J. (2021). Desinformación, vacunas y Covid-19. Análisis de la infodemia y la conversación digital en Twitter.

Revista Latina de Comunicación Social, 79, 1-18. https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1504

Lázaro, P. y Herrera, E. (2020). Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: el papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento. El profesional de la información, v. 29, n. 3, e290302. https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.02

Martínez, J.L. (2000) Redacción periodística: Los estilos y los géneros en la prensa diaria, Barcelona, ATE, p. 37.

McCombs, M., Llamas, J. P., López Escobar, E., y Rey Lennon, F. (1997). Candidate Images in Spanish Elections:Second-level Agenda-Setting Effect. Journalism and Mass Communication Quaterly, 74(4), 703–717

McCombs. M. 2006. Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento. Barcelona: Paidós Ibérica.

Mejia, Christian R., Rodriguez-Alarcon, J. Franco, Garay-Rios, Lizet, Enriquez-Anco, Maria de Guadalupe, Moreno, Alfrando, Huaytán-Rojas, Kennedy, Huancahuari-Ñañacc Huari, Nory, Julca-Gonzales, Angel, Alvarez, Christian H., Choque-Vargas, José, & Curioso, Walter H. (2020). Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID-19. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, *39*(2), e698. Epub 01 de junio de 2020. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002020000200001&lng=es&tlng=es.

Miceli, M. et al (2006) Emotional and non-emotional persuation. Bari: Universitá di Bari.

Montaña Blasco, M., Ollé Castellà, C., & Lavilla Raso, M. (2020). Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España. Revista Latina de Comunicación Social, 78, 155-167. https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1472

Morales, F. (2010) Forma y estructura discursiva de la noticia audiovisual. Una propuesta para su estudio y análisis de sus efectos de sentido. Perspectivas de la Comunicación, vol. 3, nº 1, pp. 7-19. Temuco, Chile, Universidad de La Frontera.

Olmos, J. (2022). Caracterización de la conversación digital sobre el rechazo a las vacunas Covid-19 en publicaciones de Facebook de páginas de periódicos Página Siete y Los Tiempos. *Revista Punto Cero*, *27*(44), 56-70. https://doi.org/10.35319/puntocero.202244191

Organización Mundial de la Salud (2020) Información básica sobre la COVID-19. https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19#:~:text=La%20COVID%2D19%20es%20la,Wuhan%20(Rep%C3%BAblica%20Popular%20China).

Pérez, C. (2021) Recursos y mecanismos del periodismo digital de investigación frente a la difusión de noticias falsas sobre el proceso de vacunación contra la COVID-19. Análisis de la cobertura en Ojo Público, IDL Reporteros y Convoca (2020-2021). Tesis de licenciatura.

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. http://hdl.handle.net/10757/659267

Perloff, R.M. (1993). The dynamics of persuasion. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Petty, R. Ostrom, T. y Brock, T. (1981) Cognitive responses in persuasión. Hillsdale, NJ. Erlbaum.

Ríos, B. (2022) Nivel de influencia de las noticias sobre la COVID19 del fanpage del Gobierno Regional de Cajamarca en el comportamiento social de los usuarios jóvenes, 2020. Tesis de licenciatura. Universidad Privada del Norte. https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/30558

Roglán, M. y Equiza, P. (1996) Televisión y lenguaje. España. Editorial Ariel.

Rodríguez, J. (2020) Prensa televisiva y su influencia en el desarrollo social de los habitantes del sector La Victoria, Cantón Quevedo, Provincia De Los Ríos. Ecuador. Tesis de licenciatura. Universidad Técnica de Babahoyo. http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/7904

Rodríguez-Orejuela, A., Montes-Mora, C. L. y Osorio-Andrade, C. F. (2022). Sentimientos hacia la vacunación contra la covid-19: panorama colombiano en Twitter. Palabra Clave, 25(1), e2514. https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.1.4

Simancas, E. y Marín, P. (2019) Influencia de Twitter en la prensa digital en el caso de la campaña de hazte oír “Los niños tienen pene y las niñas tienen vulva”. Revista inclusiones ISSN 0719-4706 volumen 6 – número

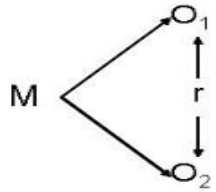
especial – octubre/diciembre 2019. https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/1854

Vilches, L. (1993) La televisión: Los efectos del bien y del mal. Barcelona; Paidós Comunicación.

Zunino, E. (2022). Brechas y concentración de la información: un estudio sobre agendas, encuadres y consumos de noticias sobre vacunas en el marco del Covid-19 en la Argentina. Revista De Comunicación, 21(1), 469–495. https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A24

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de consistencia

TÍTULO: INFLUENCIA DEL NOTICIERO RIBEREÑA NOTICIAS EN LA PERSUASIÓN DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 CALLERIA, 2021.				
Problemas	**Objetivos**	**Hipótesis**	**Marco teórico**	**Metodología.**
Problema general ¿Cuál es el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021? **Problemas específicos** ¿Cuál es el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la estimulación de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021? ¿Cuál es el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en el convencimiento de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021? ¿Cuál es el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la llamada a la acción de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021?	**Objetivo general** Determinar el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021. **Objetivos específicos** Identificar el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la estimulación de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021. Determinar el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en el convencimiento de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021. Medir el nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la llamada a la acción de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021.	**Hipótesis General** El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la persuasión de la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativa. **Hipótesis específicas** El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la estimulación de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo. El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en el convencimiento de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo. El nivel de influencia del noticiero Ribereña Noticias en la llamada a la acción de la persuasión en la vacunación contra la COVID-19 en Calleria, 2021, es significativo.	**Variable 1:** Noticiero televisivo Teoría: Teoría de la agenda setting **Variable 2:** Persuasión Teoría cognitiva	Tipo de investigación - Cuantitativa Nivel de investigación - Descriptivo Diseño de investigación - Diseño correlacional  **Población:** 154 082 habitantes de Calleria. **Muestra:** 200 ciudadanos. .

Anexo 02. Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO PARA MEDIR INFLUENCIA DE LA RIBEREÑA NOTICIAS

Instrucciones: Estoy realizando un estudio respecto a influencia del noticiero ribereña noticias en la persuasión de la vacunación contra la covid-19 Calleria, 2022, por lo que pido pueda responder a las siguientes preguntas con total sinceridad.

Para responder a las siguientes preguntas, debe tener en encuesta la escala de valoración:

1) Nunca	(2) Casi nunca	(3) A veces	(4) Casi siempre	(5) Siempre

DATOS GENERALES:

Sexo:	**Masculino**		**Femenino**	
Edad:	**15 – 25 años**			
	26 - 35			
	36 - 45			
	45 a más			
Procedencia:	**Región de Ucayali**			
	Otra región del Perú			
	Extranjero			
Nivel Socio económico:	**Alta**			
	Media			
	Baja			

Preguntas	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Géneros periodísticos					
1. ¿Considera Ud. que en La Ribereña Noticias se difundió información relevante sobre la vacunación contra la Covid19 a través de noticias diarias?					
2. ¿Considera Ud. que en La Ribereña Noticias se emitieron reportajes completos sobre información relevante de los beneficios de la vacunación contra la Covid19?					
3. ¿Considera Ud. que en La Ribereña Noticias se realizaron entrevistas a personal de salud para dar información relevante sobre la vacunación contra la Covid19?					
Tipos de noticias					
4. ¿Las noticias difundidas sobre la vacunación contra la Covid19 estaban relacionadas a las de tipo político informando sobre la normatividad de este proceso?					
5. ¿Las noticias que se difundieron en el noticiero sobre vacunación contra la Covid19 en algunos casos tuvo un corte policial?					
6. ¿Las noticias que tenían un perfil más social se enfocaron en el proceso de vacunación contra la Covid19?					
7. ¿Cree Ud. que incluso en la sección de nota de espectáculos el noticiero buscaba informar sobre el proceso de vacunación contra la Covid19?					
Cobertura					
8. ¿Cree que cubriendo la información con reporteros en campo pudo informarse mejor sobre la vacunación contra la Covid19?					
9. ¿Considera que cuando la cobertura de noticia usaba imágenes de otros medios podría hacer llegar un buen mensaje a la población sobre la vacunación contra la Covid19?					
10. ¿Cree que a través de los enlaces en vivo en campañas de vacunación la información era más atractiva para la población?					

CUESTIONARIO PARA MEDIR PERSUASIÓN FRENTE A LA VACUNACIÓN DE LA COVID 19

Instrucciones: Estoy realizando un estudio respecto a influencia del noticiero ribereña noticias en la persuasión de la vacunación contra la covid-19 Calleria, 2022, por lo que pido pueda responder a las siguientes preguntas con total sinceridad.

Para responder a las siguientes preguntas, debe tener en encuesta la escala de valoración:

TA (totalmente de acuerdo) = 5

A (de acuerdo) = 4

I (indeciso) = 3

D (en desacuerdo) = 2

TD (totalmente en desacuerdo) = 1

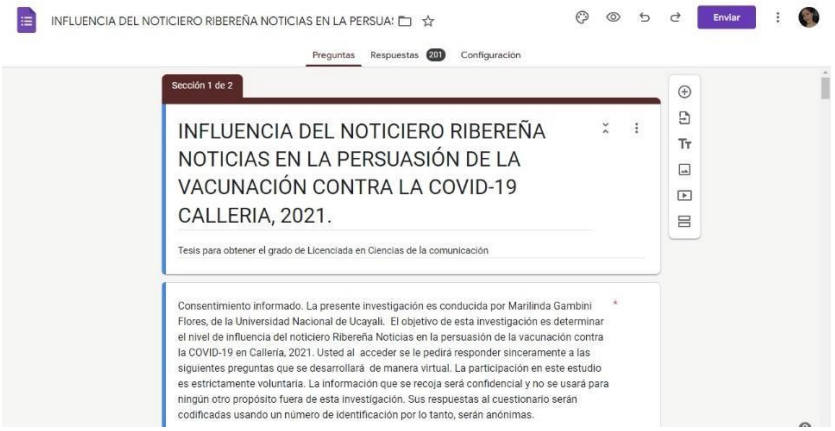
Preguntas	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Estimular					
1. ¿Considera que de acuerdo a la información recibida del Noticiero La Ribereña Noticias sobre la vacunación contra la Covi19, Ud. se interesó más por este tema?					
2. ¿Cree que, a raíz de la información recibida en este noticiero, UD. buscó opiniones para persuadirse de vacunarse contra la Covid19?					
3. ¿A raíz de la información recibida se sintió en la necesidad de buscar más información sobre la vacunación contra la Covid19, con el fin de estar seguro de optar por vacunarse?					
Convencer					
4. ¿Considera que el noticiero La Ribereña Noticias, le dio un motivo para tener en cuenta las posibilidades de vacunarse contra la Covid19?					
5. ¿A raíz de la información recibida por el noticiero Ud. finalmente se convenció de vacunarse contra la Covid19?					
6. ¿Luego de recibir todo tipo de información sobre la vacunación contra la Covid19, usted sugirió a otros miembros de su familia que se informarán para que pudieran convencerse sobre la vacunación?					
Llamada a la acción					
7. ¿Toda la información recibida en el noticiero logró que UD. y varios miembros de su familia acudieran a una campaña de vacunación contra la Covid19?					
8. ¿Después de decidir vacunarse Ud. persuadió a otros familiares para que también se vacunaran?					
9. ¿Posterior a la vacunación contra la Covid 19, el noticiero siguió dándole información para que acudiera a recibir las demás dosis?					
10. ¿El noticiero también le permitió dar información veraz a sus familiares para que completaran todo el esquema de vacunación contra la Covid19?					

Anexo 03. Base de datos

	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1										
2	PERSUASIÓN FRENTE A LA VACUNACIÓN DE LA COVID 19									
3										
4	ESTIMULAR			CONVENCER			LLAMADA A LA ACCIÓN			
5	1. ¿Considera que de acuerdo a la información recibida del Noticiero La Ribereña Noticias sobre la vacunación contra la Covid19, Ud. se interesó más por este tema?	2. ¿Cree que, a raíz de la información recibida en este noticiero, UD. buscó opiniones para persuadirse de vacunarse contra la Covid19?	3. ¿A raíz de la información recibida se sintió en la necesidad de buscar más información sobre la vacunación contra la Covid19, con el fin de estar seguro de optar por vacunarse?	4. ¿Considera que el noticiero La Ribereña Noticias, le dio un motivo para tener en cuenta las posibilidades de vacunarse contra la Covid19?	5. ¿A raíz de la información recibida por el noticiero Ud. finalmente se convenció de vacunarse contra la Covid19?	6. ¿Luego de recibir todo tipo de información sobre la vacunación contra la Covid19, usted sugirió a otros miembros de su familia que se informarán para que pudieran convencerse sobre la vacunación?	7. ¿Toda la información recibida en el noticiero logró que UD. y varios miembros de su familia acudieran a una campaña de vacunación contra la Covid19?	8. ¿Después de decidir vacunarse Ud. persuadió a otros familiares para que también se vacunaran?	9. ¿Posterior a la vacunación contra la Covid 19, el noticiero siguió dándole información para que acudiera a recibir las demás dosis?	10. ¿El noticiero también le permitió dar información veraz a sus familiares para que completaran todo el esquema de vacunación contra la Covid19?
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5
9	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
10	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5
11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	3	2	4	4	2	3	2	4	2	2
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	2	4	5	4	4	5	5	4	4
16	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
19	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
20	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
21	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
24	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4
28	3	4	5	3	4	4	4	4	4	3
29	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
30	4	4	5	3	3	3	3	5	5	3

Activar Windows
Ve a Configuración para

Anexo 04. Formularios de Google







Anexo 05. Evidencias de notas difundidas







Anexo 06. Confiabilidad de instrumentos

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO PARA MEDIR INFLUENCIA DE LA RIBEREÑA NOTICIAS

Variable: Lista de cotejos

Nombre de la prueba de confiabilidad		
Alfa de Cronbach	**Sujetos**	**Ítems**
0.82	20	10

Fuente: SPSS.

Interpretación: El Estadístico que se ha utilizado para calcular la prueba de confiabilidad (coeficiente alfa de Cronbach) del instrumento de investigación que arrojó 0.82 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó.

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO PARA MEDIR PERSUASIÓN FRENTE A LA VACUNACIÓN DE LA COVID 19

Variable: Lista de cotejos

Nombre de la prueba de confiabilidad		
Alfa de Cronbach	**Sujetos**	**Ítems**
0.80	20	10

Fuente: SPSS.

Interpretación: El Estadístico que se ha utilizado para calcular la prueba de confiabilidad (coeficiente alfa de Cronbach) del instrumento de investigación que arrojó 0.80 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó.

Anexo 07. Validación de instrumentos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

1.1. APELLIDOS Y NOMBRES : Berita Dávila Ruiz
1.2. GRADO ACADÉMICO : Lic. en Ciencias de la Comunicación
1.3. INSTITUCIÓN QUE LABORA : Universidad Nacional de Ucayali
1.4. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN** : INFLUENCIA DEL NOTICIERO RIBEREÑA NOTICIAS EN LA PERSUASIÓN DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 CALLERIA, 2021
1.5. AUTOR DEL INSTRUMENTO : Gambini Flores Marilinda
1.6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO PARA MEDIR INFLUENCIA DE LA RIBEREÑA NOTICIAS

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta					Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación.
				1) Nunca	(2) Casi nunca	(3) A veces	(4) Casi siempre	(5) Siempre	Relación entre la variable y la dimensión.		Relación entre la dimensión y el indicador.		Relación entre el indicador y el ítems.		Relación entre el ítems y la opción de respuesta.		
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Noticiero La Ribereña Noticias	Géneros periodísticos	• Noticia • Reportaje • Entrevista	1,2 y 3						X		X		X		X		
	Tipos de noticias	• Políticas • Policiales • Sociales • Espectáculos	4,5,6 y 7						X		X		X		X		
	Cobertura	• Reporteros en campo • Imágenes de terceros • Enlaces en vivo	8,9 y 10						X		X		X		X		

Activar
Ve a Confi

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

N°	Criterios	Si = 1		No = 0		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%
1	Relación entre la variable y la dimensión.	√	100				100
2	Relación entre la dimensión y el indicador.	√	100				100
3	Relación entre el indicador y el ítem.	√	100				100
4	Relación entre el ítem y la opción de respuesta.	√	100				100

(*) Resumen

Lugar y Fecha: Pucallpa 18 enero 2023

Berita Dávila Ruiz
Lic. Ciencias de la Comunicación

Activa
Ve a Cor

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Validación del instrumento por ítem

Experto 2:

Instrucciones: A continuación, el instrumento para medir influencia del noticiero Ribereña Noticias

Valoración

Si: 1 No: 0

Preguntas	Si 1	No 0
1. ¿Considera Ud. que en La Ribereña Noticias se difundió información relevante sobre la vacunación contra la Covid19 a través de noticias diarias?	X	
2. ¿Considera Ud. que en La Ribereña Noticias se emitieron reportajes completos sobre información relevante de los beneficios de la vacunación contra la Covid19?	X	
3. ¿Considera Ud. que en La Ribereña Noticias se realizaron entrevistas a personal de salud para dar información relevante sobre la vacunación contra la Covid19?	X	
4. ¿Las noticias difundidas sobre la vacunación contra la Covid19 estaban relacionadas a las de tipo político informando sobre la normatividad de este proceso?	X	X
5. ¿Las noticias que se difundieron en el noticiero sobre vacunación contra la Covid19 en algunos casos tuvo un corte policial?		X
6. ¿Las noticias que tenían un perfil más social se enfocaron en el proceso de vacunación contra la Covid19?	X	
7. ¿Cree Ud. que incluso en la sección de nota de espectáculos el noticiero buscaba informar sobre el proceso de vacunación contra la Covid19?	X	
8. ¿Cree que cubriendo la información con reporteros en campo pudo informarse mejor sobre la vacunación contra la Covid19?	X	
9. ¿Considera que cuando la cobertura de noticia usaba imágenes de otros medios podría hacer llegar un buen mensaje a la población sobre la vacunación contra la Covid19?	X	
10. ¿Cree que a través de los enlaces en vivo en campañas de vacunación la información era más atractiva para la población?	X	

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

1.1. APELLIDOS Y NOMBRES : Jenny Marcela Ruiz Falcón
1.2. GRADO ACADÉMICO : Magister
1.3. INSTITUCIÓN QUE LABORA : Universidad Nacional de Ucayali
1.4. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN** : INFLUENCIA DEL NOTICIERO RIBEREÑA NOTICIAS EN LA PERSUASIÓN DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 CALLERIA, 2021
1.5. AUTOR DEL INSTRUMENTO : Gambini Flores Marilinda
1.6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO PARA MEDIR INFLUENCIA DE LA RIBEREÑA NOTICIAS

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta					Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación.
				1) Nunca	(2) Casi nunca	(3) A veces	(4) Casi siempre	(5) Siempre	Relación entre la variable y la dimensión.		Relación entre la dimensión y el indicador.		Relación entre el indicador y el ítems.		Relación entre el ítems y la opción de respuesta.		
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Noticiero La Ribereña Noticias	Géneros periodísticos	• Noticia • Reportaje • Entrevista	1,2 y 3						X		X		X		X		
	Tipos de noticias	• Políticas • Policiales • Sociales • Espectáculos	4,5,6 y 7						X		X		X		X		
	Cobertura	• Reporteros en campo • Imágenes de terceros • Enlaces en vivo	8,9 y 10						X		X		X		X		

Activar Win
Ve a Configura

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

N°	Criterios	Si = 1		No = 0		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%
1	Relación entre la variable y la dimensión.		100				100
2	Relación entre la dimensión y el indicador.		100				100
3	Relación entre el indicador y el ítem.		100				100
4	Relación entre el ítem y la opción de respuesta.		100				100

(*) Resumen

Lugar y Fecha: 09 de ENERO 2023

Jenny Marcela Ruiz Falcón
Lic. Ciencias de la Comunicación
Mg. Relaciones Públicas e Imagen Corporativa

Activar Wi
Ve a Configura

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Validación del instrumento por ítem

Experto 3:

Instrucciones: A continuación, el instrumento para medir influencia del noticiero Ribereña Noticias

Valoración

Si: 1 No: 0

Preguntas	Si 1	No 0
1. ¿Considera Ud. que en La Ribereña Noticias se difundió información relevante sobre la vacunación contra la Covid19 a través de noticias diarias?		
2. ¿Considera Ud. que en La Ribereña Noticias se emitieron reportajes completos sobre información relevante de los beneficios de la vacunación contra la Covid19?		
3. ¿Considera Ud. que en La Ribereña Noticias se realizaron entrevistas a personal de salud para dar información relevante sobre la vacunación contra la Covid19?		
4. ¿Las noticias difundidas sobre la vacunación contra la Covid19 estaban relacionadas a las de tipo político informando sobre la normatividad de este proceso?		
5. ¿Las noticias que se difundieron en el noticiero sobre vacunación contra la Covid19 en algunos casos tuvo un corte policial?		
6. ¿Las noticias que tenían un perfil más social se enfocaron en el proceso de vacunación contra la Covid19?		
7. ¿Cree Ud. que incluso en la sección de nota de espectáculos el noticiero buscaba informar sobre el proceso de vacunación contra la Covid19?		
8. ¿Cree que cubriendo la información con reporteros en campo pudo informarse mejor sobre la vacunación contra la Covid19?		
9. ¿Considera que cuando la cobertura de noticia usaba imágenes de otros medios podría hacer llegar un buen mensaje a la población sobre la vacunación contra la Covid19?		
10. ¿Cree que a través de los enlaces en vivo en campañas de vacunación la información era más atractiva para la población?		

Universidad Nacional de Ucayali
Facultad de Educación y Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

1.1. APELLIDOS Y NOMBRES : Villena Dahua, Sandro Ricardo
1.2. GRADO ACADÉMICO : Licenciado
1.3. INSTITUCIÓN QUE LABORA : Universidad Nacional de Ucayali
1.4. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN** : INFLUENCIA DEL NOTICIERO RIBEREÑA NOTICIAS EN LA PERSUASIÓN DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 CALLERIA, 2021
1.5. AUTOR DEL INSTRUMENTO : Gambini Flores Marilinda
1.6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO PARA MEDIR INFLUENCIA DE LA RIBEREÑA NOTICIAS

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta					Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación.
				1) Nunca	(2) Casi nunca	(3) A veces	(4) Casi siempre	(5) Siempre	Relación entre la variable y la dimensión.		Relación entre la dimensión y el indicador.		Relación entre el indicador y el ítems.		Relación entre el ítems y la opción de respuesta.		
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Noticiero La Ribereña Noticias	Géneros periodísticos	• Noticia • Reportaje • Entrevista	1,2 y 3						X		X		X		X		
	Tipos de noticias	• Políticas • Policiales • Sociales • Espectáculos	4,5,6 y 7						X		X		X		X		
	Cobertura	• Reporteros en campo • Imágenes de terceros • Enlaces en vivo	8,9 y 10						X		X		X		X		

Activar W
Ve a Configu

Universidad Nacional de Ucayali
Facultad de Educación y Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

N°	Criterios	Si = 1		No = 0		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%
1	Relación entre la variable y la dimensión.	✓	100				100
2	Relación entre la dimensión y el indicador.	✓	100				100
3	Relación entre el indicador y el ítem.	✓	100				100
4	Relación entre el ítem y la opción de respuesta.	✓	100				100

(*) Resumen

Lugar y Fecha: Pucallpa 15 de diciembre del 2022

Villena Dahua, Sandro Ricardo
Lic. Ciencias de la Comunicación

Activar Wi
Ve a Configura

Validación del instrumento por ítem

Experto 1:

Instrucciones: A continuación, el instrumento para medir influencia del noticiero Ribereña Noticias

Valoración

Si: 1 No: 0

Preguntas	Si 1	No 0
1. ¿Considera Ud. que en La Ribereña Noticias se difundió información relevante sobre la vacunación contra la Covid19 a través de noticias diarias?	X	
2. ¿Considera Ud. que en La Ribereña Noticias se emitieron reportajes completos sobre información relevante de los beneficios de la vacunación contra la Covid19?	X	
3. ¿Considera Ud. que en La Ribereña Noticias se realizaron entrevistas a personal de salud para dar información relevante sobre la vacunación contra la Covid19?	X	
4. ¿Las noticias difundidas sobre la vacunación contra la Covid19 estaban relacionadas a las de tipo político informando sobre la normatividad de este proceso?	X	
5. ¿Las noticias que se difundieron en el noticiero sobre vacunación contra la Covid19 en algunos casos tuvo un corte policial?		X
6. ¿Las noticias que tenían un perfil más social se enfocaron en el proceso de vacunación contra la Covid19?		X
7. ¿Cree Ud. que incluso en la sección de nota de espectáculos el noticiero buscaba informar sobre el proceso de vacunación contra la Covid19?	X	
8. ¿Cree que cubriendo la información con reporteros en campo pudo informarse mejor sobre la vacunación contra la Covid19?	X	
9. ¿Considera que cuando la cobertura de noticia usaba imágenes de otros medios podría hacer llegar un buen mensaje a la población sobre la vacunación contra la Covid19?	X	
10. ¿Cree que a través de los enlaces en vivo en campañas de vacunación la información era más atractiva para la población?	X	

Consolidado de la validación del instrumento por ítems.

Dimensión: Institucional							
Ítems	**Jueces**					**Acuerdos**	**V = S/N (c-1)**
	1	2	3				
1	1	1	1				
2	1	1	1				
3	1	1	1				
4	1	1	1				
5	1	1	1				
6	1	1	1				
7	1	1	1				
8	1	1	1				
9	1	1	1				
10	1	1	1				
Calificación del instrumento							**30/30=1**

Fuente: Vaciado de cada cuadro de cada juez de la validación del instrumento.

Descripción de la tabla

De los 10 ítems presentan una varianza de 0.96 por lo que el instrumento cumple con la validez para su aplicación.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ANEXO 2: MATRIZ DE VALIDACIÓN

Experto 2:

TITULO: INFLUENCIA DEL NOTICIERO RIBEREÑA NOTICIAS EN LA PERSUASIÓN DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 CALLERIA, 2021

CUESTIONARIO PARA MEDIR PERSUASIÓN EN VACUNACIÓN

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta					Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación.
				TD (totalmente en desacuerdo) = 1	D (en desacuerdo) = 2	I (indeciso) = 3	A (de acuerdo) = 4	TA (totalmente de acuerdo) = 5	Relación entre la variable y la dimensión.		Relación entre la dimensión y el indicador.		Relación entre el indicador y el ítems.		Relación entre el ítems y la opción de respuesta.		
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Persuasión en vacunación	Estimular	• Interés por el tema • Búsqueda de opiniones • Necesidad de información	1,2 y 3						X		X		X		X		
	Convencer	• Tener en cuenta posibilidades • Considerar actuar	4,5, y 6						X		X		X		X		
	Llamada a la acción	• Decidir realizar una acción • Realizar la acción.	7,8,9 y 10						X		X		X		X		

Activar
Ve a Confi

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

N°	Criterios	Si = 1		No = 0		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%
1	Relación entre la variable y la dimensión.	√	100				100
2	Relación entre la dimensión y el indicador.	√	100				100
3	Relación entre el indicador y el ítem.	√	100				100
4	Relación entre el ítem y la opción de respuesta.	√	100				100

(*) Resumen

Lugar y Fecha: Pucallpa 18 enero 2023

Berita Dávila Ruiz
Lic. Ciencias de la Comunicación

Activar
Ve a Confi

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Validación del instrumento por item

Experto 2:

Instrucciones: A continuación, el instrumento para medir la persuasión en la vacunación contra la Covid19.

Valoración

Si: 1 No: 0

PREGUNTAS	Si 1	No 0
1. ¿Considera que de acuerdo a la información recibida del Noticiero La Ribereña Noticias sobre la vacunación contra la Covi19, Ud. se interesó más por este tema?	X	
2. ¿Cree que, a raíz de la información recibida en este noticiero, UD. buscó opiniones para persuadirse de vacunarse contra la Covid19?	X	
3. ¿A raíz de la información recibida se sintió en la necesidad de buscar más información sobre la vacunación contra la Covid19, con el fin de estar seguro de optar por vacunarse?	X	
4. ¿Considera que el noticiero La Ribereña Noticias, le dio un motivo para tener en cuenta las posibilidades de vacunarse contra la Covid19?	X	
5. ¿A raíz de la información recibida por el noticiero Ud. finalmente se convenció de vacunarse contra la Covid19?	X	
6. ¿Luego de recibir todo tipo de información sobre la vacunación contra la Covid19, usted sugirió a otros miembros de su familia que se informarán para que pudieran convencerse sobre la vacunación?	X	
7. ¿Toda la información recibida en el noticiero logró que UD. y varios miembros de su familia acudieran a una campaña de vacunación contra la Covid19?	X	
8. ¿Después de decidir vacunarse Ud. persuadió a otros familiares para que también se vacunaran?	X	
9. ¿Posterior a la vacunación contra la Covid 19, el noticiero siguió dándole información para que acudiera a recibir las demás dosis?	X	
10. ¿El noticiero también le permitió dar información veraz a sus familiares para que completaran todo el esquema de vacunación contra la Covid19?	X	

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ANEXO 2: MATRIZ DE VALIDACIÓN

Experto 3:

TITULO: INFLUENCIA DEL NOTICIERO RIBEREÑA NOTICIAS EN LA PERSUASIÓN DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 CALLERIA, 2021

CUESTIONARIO PARA MEDIR PERSUASIÓN EN VACUNACIÓN

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta					Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación.
				TD (totalmente en desacuerdo) = 1	D (en desacuerdo) = 2	I (indiecto) = 3	A (de acuerdo) = 4	TA (totalmente de acuerdo) = 5	Relación entre la variable y la dimensión.		Relación entre la dimensión y el indicador.		Relación entre el indicador y el ítems.		Relación entre el ítems y la opción de respuesta.		
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Persuasión en vacunación	Estimular	• Interés por el tema • Búsqueda de opiniones • Necesidad de información	1,2 y 3						X		X		X		X		
	Convencer	• Tener en cuenta posibilidades • Considerar actuar	4,5, y 6						X		X		X		X		
	Llamada a la acción	• Decidir realizar una acción • Realizar la acción.	7,8,9 y 10						X		X		X		X		

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

N°	Criterios	Si = 1		No = 0		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%
1	Relación entre la variable y la dimensión.		100				100
2	Relación entre la dimensión y el indicador.		100				100
3	Relación entre el indicador y el ítem.		100				100
4	Relación entre el ítem y la opción de respuesta.		100				100

(*) Resumen

Lugar y Fecha: PUCALLPA, 09 de ENERO 2023

Jenny Marcela Ruiz Falcón
Lic. Ciencias de la Comunicación
Mg. Relaciones Públicas e Imagen Corporativa

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Validación del instrumento por ítem

Experto 3:

Instrucciones: A continuación, el instrumento para medir la persuasión en la vacunación contra la Covid19.

Valoración

Si: 1 No: 0

PREGUNTAS	Si 1	No 0
1. ¿Considera que de acuerdo a la información recibida del Noticiero La Ribereña Noticias sobre la vacunación contra la Covi19, Ud. se interesó más por este tema?	X	
2. ¿Cree que, a raíz de la información recibida en este noticiero, UD. buscó opiniones para persuadirse de vacunarse contra la Covid19?	X	
3. ¿A raíz de la información recibida se sintió en la necesidad de buscar más información sobre la vacunación contra la Covid19, con el fin de estar seguro de optar por vacunarse?	X	
4. ¿Considera que el noticiero La Ribereña Noticias, le dio un motivo para tener en cuenta las posibilidades de vacunarse contra la Covid19?	X	
5. ¿A raíz de la información recibida por el noticiero Ud. finalmente se convenció de vacunarse contra la Covid19?	X	
6. ¿Luego de recibir todo tipo de información sobre la vacunación contra la Covid19, usted sugirió a otros miembros de su familia que se informarán para que pudieran convencerse sobre la vacunación?	X	
7. ¿Toda la información recibida en el noticiero logró que UD. y varios miembros de su familia acudieran a una campaña de vacunación contra la Covid19?	X	
8. ¿Después de decidir vacunarse Ud. persuadió a otros familiares para que también se vacunaran?	X	
9. ¿Posterior a la vacunación contra la Covid 19, el noticiero siguió dándole información para que acudiera a recibir las demás dosis?	X	
10. ¿El noticiero también le permitió dar información veraz a sus familiares para que completaran todo el esquema de vacunación contra la Covid19?	X	

ANEXO 2: MATRIZ DE VALIDACIÓN

Experto 1:

TITULO: INFLUENCIA DEL NOTICIERO RIBEREÑA NOTICIAS EN LA PERSUASIÓN DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 CALLERIA, 2021

CUESTIONARIO PARA MEDIR PERSUASIÓN EN VACUNACIÓN

Variable	Dimensión	Indicador	Items	Opción de respuesta					Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación.
				TD (totalmente en desacuerdo) = 1	D (en desacuerdo) = 2	I (indeciso) = 3	A (de acuerdo) = 4	TA (totalmente de acuerdo) = 5	Relación entre la variable y la dimensión.		Relación entre la dimensión y el indicador.		Relación entre el indicador y el ítems.		Relación entre el ítems y la opción de respuesta.		
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Persuasión en vacunación	Estimular	• Interés por el tema • Búsqueda de opiniones • Necesidad de información	1,2 y 3						X		X		X		X		
	Convencer	• Tener en cuenta posibilidades • Considerar actuar	4,5, y 6						X		X		X		X		
	Llamada a la acción	• Decidir realizar una acción • Realizar la acción.	7,8,9 y 10						X		X		X		X		

Activar
Ve a Conf

N°	Criterios	Si = 1		No = 0		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%
1	Relación entre la variable y la dimensión.	✓	100				100
2	Relación entre la dimensión y el indicador.	✓	100				100
3	Relación entre el indicador y el ítem.	✓	100				100
4	Relación entre el ítem y la opción de respuesta.	✓	100				100

(*) Resumen

Pucallpa, 15 de diciembre del 2022

FIRMA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
Lic. Sandro Ricardo Villena Dahua
JEFE DE LA OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL

Validación del instrumento por ítem

Experto 1:

Instrucciones: A continuación, el instrumento para medir la persuasión en la vacunación contra la Covid19.

Valoración

Si: 1 No: 0

PREGUNTAS	Si 1	No 0
1. ¿Considera que de acuerdo a la información recibida del Noticiero La Ribereña Noticias sobre la vacunación contra la Covi19, Ud. se interesó más por este tema?	X	
2. ¿Cree que, a raíz de la información recibida en este noticiero, UD. buscó opiniones para persuadirse de vacunarse contra la Covid19?	X	
3. ¿A raíz de la información recibida se sintió en la necesidad de buscar más información sobre la vacunación contra la Covid19, con el fin de estar seguro de optar por vacunarse?	X	
4. ¿Considera que el noticiero La Ribereña Noticias, le dio un motivo para tener en cuenta las posibilidades de vacunarse contra la Covid19?		X
5. ¿A raíz de la información recibida por el noticiero Ud. finalmente se convenció de vacunarse contra la Covid19?		X
6. ¿Luego de recibir todo tipo de información sobre la vacunación contra la Covid19, usted sugirió a otros miembros de su familia que se informarán para que pudieran convencerse sobre la vacunación?	X	
7. ¿Toda la información recibida en el noticiero logró que UD. y varios miembros de su familia acudieran a una campaña de vacunación contra la Covid19?	X	
8. ¿Después de decidir vacunarse Ud. persuadió a otros familiares para que también se vacunaran?	X	
9. ¿Posterior a la vacunación contra la Covid 19, el noticiero siguió dándole información para que acudiera a recibir las demás dosis?	X	
10. ¿El noticiero también le permitió dar información veraz a sus familiares para que completaran todo el esquema de vacunación contra la Covid19?	X	

Consolidado de la validación del instrumento por ítems.

Dimensión: Institucional							
Ítems	**Jueces**					**Acuerdos**	**V = S/N (c-1)**
	1	2	3				
1	1	1	1				
2	1	1	1				
3	1	1	1				
4	1	1	1				
5	1	1	1				
6	1	1	1				
7	1	1	1				
8	1	1	1				
9	1	1	1				
10	1	1	1				
Calificación del instrumento							**30/30=1**

Fuente: Vaciado de cada cuadro de cada juez de la validación del instrumento.

Descripción de la tabla

De los 10 ítems presentan una varianza de 0.96 por lo que el instrumento cumple con la validez para su aplicación.