

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



PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

*El periodismo digital en el Perú y su vinculación con la
investigación científica. El caso x*

(Para optar el título profesional de Licenciado en Periodismo)

PRESENTADO POR:

Juan Carlos Villavicencio Rojas

ASESOR:

Rocío Contreras Arriaga

LIMA – PERÚ

2022

Datos del proyecto de investigación**Título:****Autor:****Línea de investigación:**

Índice

Carátula (Tapa)	
Datos de la tesis.....	iii
Índice	iv
Introducción	v

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1	Descripción del problema	8
1.2	Formulación del problema	8
1.2.1	Problema general	9
1.2.2	Problemas específicos	10
1.3	Objetivos de la investigación	10
1.3.1	Objetivo general	10
1.3.2	Objetivos específicos	10
1.4	Justificación	10
1.4.1	Teórica	10
1.4.2	Metodológica	11
1.4.3	Práctica	11
1.5	Delimitación de la investigación	11
1.5.1	Temporal	11
1.5.2	Espacial	11
1.5.3	Social	11

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1	Marco histórico	12
2.2	Antecedentes de la investigación	12
2.2.1	Antecedentes internacionales	12
2.2.2	Antecedentes nacionales	14
2.3	Bases teóricas	15
2.3.1	Bases teóricas de la variable/categoría 1	15
2.3.1.1	Teorías y enfoques teóricos	15

2.3.1.2	Importancia de la variable	15
2.3.1.3	Características	16
2.3.1.4	Dimensiones	16
2.3.2	Bases teóricas de la variable/categoría 2	16
2.3.2.1	Teorías y enfoques teóricos	17
2.3.2.2	Importancia de la variable/categoría	17
2.3.2.3	Características	17
2.3.2.4	Dimensiones	18
2.4	Definición de términos básicos	18

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1	Hipótesis de la investigación	19
3.1.1	Hipótesis general	19
3.1.2	Hipótesis específicas	19
3.2	Variables de investigación /categorías	19
3.2.1	Identificación y definición	19
3.2.2	Operacionalización de las variables/categorías	20
3.3	Métodos de investigación	20
3.4	Tipo, nivel y diseño de investigación	21
3.5	Población y muestra	21
3.5.1	Población	21
3.5.2	Muestra	21
3.5.3	Muestreo	21
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
3.6.1	Técnicas	21
3.6.2	Instrumentos	21
	Validez	21
	Confiabilidad	21
	Validez cualitativa (rigor científico)	21
3.7	Técnicas de procesamiento de datos	23

CAPÍTULO IV

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1	Cronograma de actividades	24
4.2	Presupuesto	24

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	25
----------------------------	----

ANEXOS	26
--------	----

Anexo 1	
Áreas temáticas y líneas de investigación	26

Anexo 2	
Matriz de consistencia	28

Anexo 3	
Instrumento de recolección de datos	29

Anexo 4	
Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos	30

Anexo 5	
Esquemas del proyecto de investigación	31

Introducción

La introducción es un planteamiento claro y ordenado de la investigación y de los puntos que se pretende detallar. Los primeros párrafos definen el fenómeno de estudio que comprende la investigación realizada.

Se detalla cada uno de los capítulos, mencionando lo que comprende, como, por ejemplo: capítulo I titulado problema de investigación: que comprende la descripción del problema, la delimitación de la investigación.

El capítulo III, titulado Marco teórico, comprende el marco histórico, antecedentes, bases teóricas y definición de términos básicos...

Se detallan todos los capítulos y los anexos.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

Se describe y contextualiza el problema que se pretende investigar. Debe ser una descripción “fotográfica” de la realidad. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto, texto, texto, texto, texto” (p. 50).

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Martínez (2020) dijo que “texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto, texto, texto, texto” (p. 8).

“Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto” (Rodríguez, 2020, p. 20). Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto, texto, texto, texto, texto” (p. 50).

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Martínez (2020) dijo que “texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto, texto, texto, texto” (p. 8).

“Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto” (Rodríguez, 2020, p. 20). texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto texto, texto, texto, texto, texto” (p. 50).

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Martínez (2020) dijo que “texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto texto, texto, texto, texto, texto” (p. 8).

Texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Martínez (2020) dijo que “texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto, texto, texto, texto, texto” (p. 8).

“Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto” (Rodríguez, 2020, p. 20). Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto” (Rodríguez, 2020, p. 20).

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto?

2.4 Definición de términos básicos

Digital. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto, texto, texto, texto, texto” (Revilla, 2021, p. 20).

Redes sociales. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto” (Rodríguez, 2022, p. 25).

Twitter. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto” (Revilla, 2021, p. 20).

Reformas. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto” (Rodríguez, 2022, p. 25).

Facebook. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto, texto, texto” (Revilla, 2021, p. 20).

Instagram. Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Dijo que “texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto” (Rodríguez, 2022, p. 25).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Hipótesis de la investigación

3.1.1. *Hipótesis general*

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto,
 texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto,
 texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

3.1.2. *Hipótesis específicas*

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto,
 texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto,
 texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto,
 texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

3.2 Variables de investigación / Categorías (según corresponda al enfoque)

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto,
 texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

3.2.1 *Identificación y definición*

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto,
 texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

3.2.2 Operacionalización de las variables /categorías (según corresponda)

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto,
 texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la variable 1

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Metodología de investig.	
Marketing educativo		Marketing educativo de servicio	Malla curricular ⁴	1, 2,	Nunca (1) Casi nunca 2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Tipo:	
			Plaza docente	3, 4		Nivel:	
			Aulas	5, 6		Muestra:	
		Marketing educativo de promoción	Publicidad	7, 8		Técnica:	
			Marketing directo	<u>9, 10</u>			Instrumento:
			Redes sociales	<u>11, 12</u>			
		Marketing educativo de precio	Matrícula	<u>13, 14</u>			
			Pensión	<u>15, 16</u>			
			Descuentos	17, 18			

Tabla 2

Matriz de operacionalización de la variable 2

variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Metodología de investig.
Imagen institucional		Marketing educativo de servicio	Malla curricular	1,2,	Nunca (1) Casi nunca 2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Tipo:
			Plaza docente	3, 4		Nivel:
			Aulas	5, 6		Muestra:
		Marketing educativo de promoción	Publicidad	7. 8		Técnica:
			Marketing directo	<u>9, 10</u>		Instrumento :
			Redes sociales	<u>11, 12</u>		
		Marketing educativo de precio	Matrícula	<u>13, 14</u>		
			Pensión	<u>15, 16</u>		
			Descuentos	17, 18		

3.3 Métodos de investigación

[illegible]

texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto

3.4. Tipo, nivel y diseño de investigación

Tipo: texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Nivel: texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Diseño: Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto

3.5.2 Muestra

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto

3.5.3 Muestreo

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto,
 texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
 Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Validez del instrumento

Tabla 3:

Validación de juicio de expertos

Nº Ord.	Apellidos y nombres	Puntaje	Valoración
1	Mg. Fernández Valle, Juan Augusto	44	Válido, aplicar
2	Dr. Garay Peña, Luis Edilberto	45	Válido, aplicar
3	Dr. Serrato Sánchez, Segundo	40	Válido, precisar

Fuente: Ficha de validación de los expertos.

Como se puede ver en la tabla 3, Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto,
 texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto,
 texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto,
 texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Confiabilidad del instrumento

Tabla 4:

Confiabilidad de la variable 1

Alfa de Cronbach	N de elementos
,770	9

Fuente: Bd Datos del estudio piloto.

En la tabla 4 texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto,
 texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto,
 texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto,
 texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Tabla 5:

Confiabilidad de la variable 2

Alfa de Cronbach	N de elementos
,772	11

Fuente: Bd Datos del estudio piloto

En la tabla 5 de estadísticas de fiabilidad de la variable **2** aplicado a la prueba piloto, se puede observar que el coeficiente de confiabilidad, según el Alfa de Cronbach, es de 0,772 equivalente a fuerte confiabilidad. Por lo tanto, esta prueba se puede aplicar a la muestra de estudio.

Validez cualitativa (rigor científico)

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

3.7 Técnicas de procesamiento de datos

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto.

CAPÍTULO IV

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto,
texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto,
texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

4.1 Cronograma de actividades

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto,
texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto,
texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

4.2 Presupuesto

Texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
Texto y más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto,
texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.
Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto,
texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

[illegible]

Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto,
texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, más texto,
texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto,
 texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto,
 texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto,
 texto, texto, texto.

[illegible]

Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, más texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto,
texto, texto, texto. Texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto,
texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto, texto.

ANEXOS

ANEXO 1: Áreas temáticas y líneas de investigación

Líneas de investigación de la Escuela Profesional de Periodismo (*)

<i>AREAS TEMÁTICAS</i>	<i>LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN</i>	<i>OBJETIVO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN</i>
Medios en la era digital	Periodismo y nuevas tecnologías de la información	Promover investigaciones que describan y analicen los cambios, avances, impactos e innovaciones experimentadas por los medios de comunicación tradicionales (prensa escrita, radio, televisión), como resultado de la irrupción de las nuevas tecnologías de la información, en especial de Internet. Asimismo, profundizar los estudios relacionados a la "convergencia", a fin de determinar el nivel del impacto que ha tenido en la forma de producir, difundir y distribuir contenidos.
Estado Democrático de Derecho y Comunicación Social	Democracia, Derechos Humanos y libertad de expresión	Desarrollar investigaciones relacionadas a los derechos humanos, democracia, libertad de expresión, nivel de vulneración de ese derecho, sus límites y aspectos relacionados como el acceso a la información, la autorregulación, la _ deontología, entre otros.
	Comunicación, gobernabilidad y políticas públicas	Impulsar investigaciones sobre responsabilidades del Estado en materia de comunicación, estrategias de comunicación aplicables a la conducción de gobierno y políticas públicas de comunicación en sus múltiples aspectos: administración de las licencias de los medios de radiodifusión, regulación de los espacios de publicidad, estrategias para mantener informada a la población sobre los actos del gobierno, entre otros.
Comunicación, Educación y cultura	Medios de comunicación y su impacto en la educación	Caracterizar, analizar y evaluar la relación e impacto de los medios de comunicación en la formación de valores, actitudes, prácticas sociales y saberes de los diversos sectores poblacionales, en particular de los más vulnerables, como son los niños y los adolescentes.
	Medios de comunicación y su impacto en la educación	Desarrollar estudios que permitan profundizar, caracterizar y evaluar el papel de los medios de comunicación en el fortalecimiento de la identidad cultural peruana, las identidades regionales y locales, así como en la valoración del carácter pluricultural de la sociedad peruana y en el conocimiento del nivel de influencia de elementos culturales provenientes del exterior.
Comunicación para el desarrollo	Comunicación y ciudadanía	Propiciar investigaciones que permitan establecer, a través de los medios de comunicación, el conocimiento de los derechos y deberes políticos del

		ciudadano como miembro activo del Estado peruano desde la sociedad civil, así como el compromiso a cumplir las leyes para fomentar el desarrollo social.
--	--	--

Líneas de investigación de la Escuela de Comunicación Audiovisual (*)

AREAS TEMÁTICAS	LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
Comunicación audiovisual digital	Producción audiovisual en entornos digitales e interactivos	Caracterizar y analizar la producción de contenidos para medios audiovisuales (cine, televisión, digital, etc.) en sus diferentes soportes cine, video, video digital) y géneros (documental, publicidad, reportaje, etc.), así como las posibilidades expresivas, estéticas y comunicativas de su lenguaje.
Transmedia	Mutaciones tecnológicas del audiovisual contemporáneo	Desarrollar estudios sobre las oportunidades, desafíos, avances e innovaciones de lo audiovisual en la era actual, sobre todo, de las mutaciones tecnológicas que se experimentan y manifiestan en la multiplicidad de formatos y plataformas, de voces y de creaciones, permitiendo el desarrollo de la transmedia.

Líneas de investigación de la Escuela de Posgrado (*)

AREAS TEMÁTICAS	LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
Ciencias de la Comunicación y Marketing	Comunicación, Marketing y Gestión Pública.	Realizar proyectos e investigaciones orientadas al desarrollo de estrategias e instrumentos de marketing para la comunicación eficaz, que impulse y oriente la gestión pública y la participación de los ciudadanos en los procesos políticos y administrativos del Estado.
	Comunicación y Marketing Corporativo digital	Promover estudios sobre la imagen e identidad corporativa en el entorno digital, la responsabilidad social, el dominio de estrategias y técnicas específicas de comunicación, marketing e Internet, así como la implementación de herramientas que hagan frente a los nuevos desafíos tecnológicos y comunicativos.

Líneas de investigación comunes de las escuelas de Periodismo, Audiovisual y Posgrado ()**

AREAS TEMÁTICAS	LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
	Comunicación social y gestión ambiental	Practicar investigaciones científicas sobre la situación ambiental del país, el impacto de la comunicación social en temas ambientales, la cultura ambiental,

Ciencias de la Comunicación Social y Ambiente		acciones vinculadas al desarrollo sustentable a sostenible, contaminación, protección ambiental, educación ambiental, cambio climáticos y otros.
	Periodismo ambiental	Practicar investigaciones sobre la labor periodística en materia ambiental, su impacto, cobertura, aspectos positivos, negativos, eficiencia de la comunicación en materia ambiental orientados a la mejor participación del periodismo ambiental en pro de la protección ambiental y el desarrollo sostenible.
Ciencias de la Comunicación Social, Defensa Nacional, Orden Interno y Seguridad Ciudadana	Comunicación social, seguridad y defensa nacional	Promover la investigación científica en el campo de las ciencias de la comunicación social, el periodismo y la Seguridad y Defensa Nacional, que comprende la situación de la soberanía nacional, el territorio nacional, la población y el poder político.
	Comunicación social y orden interno	Promover la investigación científica en el campo de las ciencias de la comunicación social, el periodismo y el Orden Interno, la cultura de paz y el normal desarrollo de las actividades públicas y privadas, el nivel de cumplimiento de las normas de orden público.
	Comunicación social y seguridad ciudadana	Promover la investigación científica en el campo de las ciencias de la comunicación social y el periodismo, vinculados con la Seguridad Ciudadana, el ejercicio de los derechos y libertades ciudadanas, los riesgos y amenazas contra la seguridad pública o privada, el uso de los espacios públicos y la prevención de los delitos y faltas.

(*) Aprobadas mediante Resolución Rectoral N°066-2017-UJBM-R del 3 de mayo de 2017

(**) Aprobadas mediante Resolución Rectoral N° 116-2019-UJBM/R del 5 de agosto de 2019

ANEXO 2:

Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
-----------	-----------	-----------	-----------	-------------	-------------	-------------

GENERAL	GENERAL	GENERAL	VI / V1:	D1	1. 2. 3.	ENFOQUE
						DISEÑO
						TIPO
ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	ESPECÍFI- COS	VD /V2	D2	1. 2. 3.	NIVEL
				D3	1. 2.	POBLACIÓN Y MUESTRA
				D4	1. 2.	TECNICAS E INSTRUMENTO S DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ANEXO 3:**Instrumento de recolección de datos**

CUESTIONARIO (Si corresponde)

Título:

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA VARIABLE							
Opciones para marcar: 1) Nunca, 2) Casi nunca, 3) A veces, 4) Casi siempre, 5) Siempre							
Dimensiones	Indicadores	Ítems	1	2	3	4	5

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA VARIABLE “.....”							
Opciones para marcar: 1) Nunca, 2) Casi nunca, 3) A veces, 4) Casi siempre, 5) Siempre							
Dimensiones	Indicadores	Ítems	1	2	3	4	5

ANEXO 4:
Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos
(Si corresponde)

Ficha 1

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:**.....
- 1.2 **Grado académico;**
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:**
- 1.4 **Título de la investigación:** “Impacto ”
- 1.5 **Autor del instrumento:** Rosaura xxx
- 1.6 **Nombre del instrumento** Cuestionario.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 1) De 01 a 10 (no válido, reformular) | 2) De 11 a 20 (No válido, modificar) |
| 3) De 21 a 30 (válido, mejorar) | 4) De 31 a 40 (Válido, precisar) |
| 5) De 41 a 50 (válido, aplicar) | |

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

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					
Sub Total						
Total						

PROMEDIO DE VALORACIÓN.....

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Lugar y fecha.....

.....

Firma y pos firma del experto

DNI

ANEXO 5:

Esquema del proyecto de investigación con enfoque cuantitativo

Carátula
Datos del proyecto
Índice
Introducción

I.- PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

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

II. MARCO TEÓRICO

- 2.1 Marco histórico
- 2.2 Antecedentes de la investigación
 - 2.2.1 Nacional
 - 2.2.2 Internacional
- 2.3 Bases teóricas
 - 2.3.1 Bases teóricas de la variable 1
 - 2.3.2 Bases teóricas de la variable 2
- 2.4 Definición de términos básicos

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

- 3.1 Hipótesis de Investigación
 - 3.1.1 Hipótesis general
 - 3.1.2 Hipótesis específicas
- 3.2 Variables de investigación
 - 3.2.1 Identificación y definición
 - 3.2.2 Operacionalización de variables
- 3.3 Tipo, nivel y diseño de investigación

- 3.3.1 Tipo de investigación
- 3.3.2 Nivel de investigación
- 3.3.3 Diseño de investigación
- 3.4 Población y muestra
 - 3.4.1 Población
 - 3.4.2 Muestra
 - 3.4.3 Muestreo
- 3.5. Métodos de investigación
- 3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos
 - 3.6.1 Técnicas
 - 3.6.2 Instrumentos (confiabilidad y validez)
- 3.7. Técnicas de procesamiento de datos

IV. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS:

- 4.1. Cronograma de actividades
- 4.2. Presupuesto y financiamiento

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

Anexo 1

Líneas de investigación

Anexo 2

Matriz de consistencia

Anexo 3

Instrumento

Anexo 4

Fichas de validación del Instrumento

Anexo 5

Esquema del proyecto de investigación

Esquema del proyecto de investigación con enfoque cualitativo

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

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

II. MARCO TEÓRICO

- 2.1 Marco histórico
- 2.2 Antecedentes de la investigación
 - 2.2.1 Nacional
 - 2.2.2 Internacional
- 2.3 Bases teóricas de las categorías y subcategorías
- 2.4 Definición de términos básicos

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

- 3.1 Categorías
 - 3.1.1 Identificación y definición de las categorías
 - 3.1.2 Operacionalización de las categorías y subcategorías
- 3.2 Tipo, nivel y diseño de investigación
 - 3.2.1 Tipo de investigación
 - 3.2.2 Nivel de investigación
 - 3.2.3 Diseño de investigación
- 3.3 Población, muestra y muestreo
- 3.4 Métodos de investigación
- 3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos
 - 3.5.1 Técnicas
 - 3.5.2 Instrumentos (validez cualitativa o rigor científico)

3.5 Técnicas de procesamiento de datos

IV. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1 Cronograma de actividades

4.2 Presupuesto y financiamiento

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

Anexo 1

Líneas de investigación

Anexo 2

Matriz de consistencia

Anexo 3

Instrumentos de recolección de datos

Anexo 4

Esquemas del proyecto de investigación