

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

Facultad de Educación, Comunicación y Humanidades

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES
INDÍGENAS EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL ÁREA DE SOCIALES
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN, TACNA – 2025**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. ARACELI VANESSA ACERO ORDOÑEZ

Para optar el Título Profesional de:

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA ESPECIALIDAD DE
PERIODISMO Y RELACIONES PÚBLICAS**

TACNA – PERÚ

2026

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

Facultad de Educación, Comunicación y Humanidades


Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

TESIS

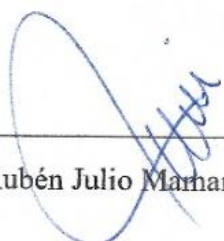
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y COBERTURA INFORMATIVA DE LAS
MUJERES INDÍGENAS EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL
ÁREA DE SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE
GROHMANN, TACNA - 2025**

Tesis sustentada y aprobada el 15 de diciembre de 2025, ante el jurado:

PRESIDENTE

: 
Dr. Francisco Rubén Mamani Cañazaca

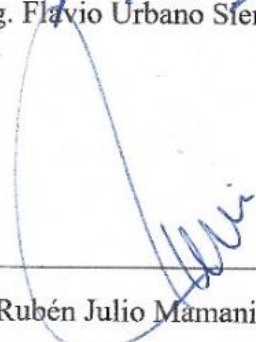
SECRETARIO

: 
Dr. Rubén Julio Mamani Flores

MIEMBRO

: 
Mag. Flavio Urbano Sierra Cahuata

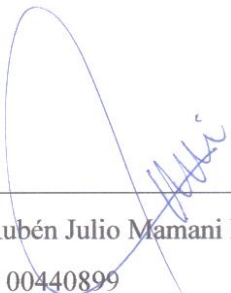
ASESOR

: 
Dr. Rubén Julio Mamani Flores

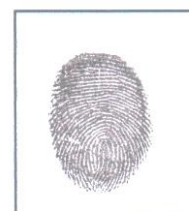
CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, **Rubén Julio Mamani Flores** en mi condición de asesor acreditado por la Resolución de **Consejo de Facultad N° 9469-2025-FECH/UNJBG** de la tesis titulada: **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL ÁREA DE SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN, TACNA – 2025**, presentado por la Bachiller **Araceli Vanessa Acero Ordoñez** para optar el Título Profesional de **Licenciado en Comunicación Social en la Especialidad de Periodismo y Relaciones Públicas**.

Habiendo cumplido con lo establecido en el reglamento de originalidad y de similitud de trabajo de investigación y producción intelectual, considerando que según la revisión, evaluación y análisis realizado a través del **software de similitud textual Turnitin** cuenta con el nivel de similitud permitido cuyo porcentaje es **17 %**. Por lo que, **CERTIFICO LA SIMILARIDAD** de la Tesis enunciada líneas arriba, la cual está expedita para continuar con los trámites para la obtención del Título Profesional según corresponda, consiguientemente la publicación en el repositorio institucional.



Dr. Rubén Julio Mamani Flores
DNI: 00440899



Huella digital



Bach. Araceli Vanessa Acero Ordoñez
DNI: 70907854



Huella digital

DEDICATORIA

A mi madre Vanessa, mis hermanas Iris, Katherine y mi hermano Jonathan, por su apoyo incondicional durante mi proceso de recuperación tras un accidente que puso en riesgo mi vida. Gracias a ellos hoy puedo escribir estas líneas y continuar con mi proyecto de vida.

AGRADECIMIENTO

A los docentes de mi escuela profesional, por los valiosos conocimientos impartidos y el apoyo brindado para culminar esta investigación. A la beca Study of the United States (SUSI) por contribuir al reconocimiento de mis raíces y al fortalecimiento de mi apreciación hacia la cultura indígena.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|------|
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| ÍNDICE GENERAL | vi |
| ÍNDICE DE TABLAS | ix |
| ÍNDICE DE FIGURAS | x |
| RESUMEN | xi |
| ABSTRACT | xiii |
| INTRODUCCIÓN | 17 |
| CAPÍTULO I | 19 |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 19 |
| 1.1. Descripción del problema..... | 19 |
| 1.2. Formulación del problema..... | 22 |
| 1.2.1. Problema General | 22 |
| 1.2.2. Problemas específicos | 22 |
| 1.3. Justificación de la investigación | 23 |
| 1.3.1. Justificación teórica | 23 |
| 1.3.2. Justificación práctica | 23 |
| 1.3.3. Justificación metodológica | 24 |
| 1.4. Objetivos..... | 25 |
| 1.4.1. Objetivo general | 25 |
| 1.4.2. Objetivos específicos..... | 25 |
| 1.5. Hipótesis | 26 |

| | |
|--|----|
| 1.5.1. Hipótesis general..... | 26 |
| 1.5.2. Hipótesis específicas..... | 26 |
| 1.6. Operacionalización de variables..... | 26 |
| 1.6.1. Variables de investigación..... | 26 |
| CAPÍTULO II..... | 30 |
| MARCO TEÓRICO..... | 30 |
| 2.1 Antecedentes de la investigación..... | 30 |
| 2.1.1 Antecedentes a nivel internacional..... | 30 |
| 2.1.2 Antecedentes a nivel nacional..... | 33 |
| 2.1.3 Antecedentes a nivel local..... | 35 |
| 2.2. Bases teóricas científicas..... | 36 |
| 2.2.1. Medios de comunicación..... | 36 |
| 2.2.2 Cobertura informativa de la mujer indígena..... | 46 |
| 2.2.3. Cobertura informativa de la cultura indígena..... | 52 |
| 2.3. Bases conceptuales o referenciales..... | 54 |
| CAPÍTULO III..... | 61 |
| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 61 |
| 3.1. Tipo de investigación..... | 61 |
| 3.2. Nivel de investigación..... | 61 |
| 3.3. Diseño de investigación..... | 62 |
| 3.4. Enfoque de investigación..... | 62 |
| 3.5. Población y muestra..... | 62 |
| 3.4.1. Población..... | 62 |
| 3.4.2. Muestra..... | 63 |

| | | |
|----------------------------------|--|-----------|
| 3.5. | Técnicas de recolección de datos | 65 |
| 3.6. | Procesamiento y análisis de datos..... | 65 |
| CAPÍTULO IV | | 66 |
| PRESENTACIÓN DE RESULTADOS | | 66 |
| 4.1. | Presentación..... | 66 |
| 4.2. | Análisis e interpretación de resultados | 66 |
| 4.2.1. | Análisis de la variable medios de comunicación | 66 |
| 4.2.2. | Análisis de la variable cobertura informativa de las mujeres indígenas... 76 | |
| 4.3 | Contrastación de hipótesis | 84 |
| 4.3.1 | Verificación de la hipótesis general..... | 84 |
| 4.3.2 | Verificación de las hipótesis específicas | 86 |
| CAPÍTULO V..... | | 93 |
| DISCUSIÓN DE RESULTADOS..... | | 93 |
| CONCLUSIONES | | 97 |
| RECOMENDACIONES..... | | 100 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | | 102 |
| ANEXOS | | 111 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Operacionalización de la variable medios de comunicación | 27 |
| Tabla 2 Operacionalización de la variable cobertura informativa de las mujeres indígenas..... | 29 |
| Tabla 3 Medios escritos | 66 |
| Tabla 4 Medios televisivos | 68 |
| Tabla 5 Medios radiales | 70 |
| Tabla 6 Redes sociales | 72 |
| Tabla 7 Medios de comunicación | 74 |
| Tabla 8 Frecuencia..... | 76 |
| Tabla 9 Impacto | 78 |
| Tabla 10 Oportunidad | 80 |
| Tabla 11 Cobertura informativa de las mujeres indígenas..... | 82 |
| Tabla 12 Verificación de hipótesis general..... | 85 |
| Tabla 13 Verificación de primera hipótesis específica | 86 |
| Tabla 14 Verificación de segunda hipótesis específica | 88 |
| Tabla 15 Verificación de tercera hipótesis específica..... | 90 |
| Tabla 16 Verificación de cuarta hipótesis específica..... | 91 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 Medios escritos..... | 67 |
| Figura 2 Medios televisivos..... | 69 |
| Figura 3 Medios radiales | 71 |
| Figura 4 Redes sociales | 73 |
| Figura 5 Medios de comunicación..... | 75 |
| Figura 6 Frecuencia | 77 |
| Figura 7 Impacto..... | 79 |
| Figura 8 Oportunidad..... | 81 |
| Figura 9 Cobertura informativa de las mujeres indígenas | 83 |

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna – 2025.

La investigación según su propósito fue de tipo básico; de nivel correlacional, con un diseño no experimental, enfoque cuantitativo y corte transversal. La población estuvo conformada por 230 estudiantes matriculados en el semestre 2025-II del área de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann (UNJBG), de los cuales se seleccionó una muestra de 89 estudiantes. Para la medición de las variables se aplicó la técnica de la encuesta.

En cuanto a la percepción de los estudiantes acerca de la información que brindan los medios de comunicación sobre las mujeres indígenas, el 64,04 % de los encuestados consideró que es moderada, el 25,84 % la percibió como baja y solo el 10,11 % como alta. Respecto a la cobertura informativa sobre las mujeres indígenas (frecuencia, impacto, oportunidad), el 62,92 % de los estudiantes consideró que esta es moderada, el 24,72 % la percibió como baja y solo el 12,36 % como alta.

Al obtenerse un coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,576 y un valor p de 0,00, es decir $< 0,05$ se comprobó estadísticamente que los medios de comunicación (escritos, televisivos, radiales y redes sociales) juegan un papel importante en la visibilización de las mujeres indígenas, y que el fortalecimiento o diversificación de contenidos referidos a este grupo social está relacionado con una mayor representación informativa, por lo tanto se concluye que existe una relación

significativa entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna – 2025.

Palabras clave: medios de comunicación, cobertura informativa, mujeres indígenas, percepción social.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the relationship between the media and the news coverage of Indigenous women, as perceived by students from the Social Sciences area of the Jorge Basadre Grohmann National University, Tacna – 2025.

According to its purpose, the study was basic in nature, with a correlational level, a non-experimental design, a quantitative approach, and a cross-sectional scope. The population consisted of 230 students enrolled in the 2025-II academic semester in the Social Sciences area of the Jorge Basadre Grohmann National University (UNJBG), and the sample included 89 students. A survey was applied to measure the study variables.

Regarding students' perceptions of the information provided by the media about Indigenous women, 64.04 % of respondents considered it to be moderate, 25.84 % perceived it as low, and only 10.11 % as high. Concerning news coverage of Indigenous women—specifically in terms of frequency, impact, and timeliness—62.92 % of students considered it moderate, 24.72 % perceived it as low, and only 12.36 % as high.

With a Spearman's Rho correlation coefficient of 0.576 and a p-value of 0.00 (i.e., < 0.05), the results statistically confirm that the media (print, television, radio, and social media) play an important role in the visibility of Indigenous women. Furthermore, the strengthening or diversification of content related to this social group is associated with greater news representation. Therefore, it is concluded that there is a significant relationship between the media and the news coverage of Indigenous

women, as perceived by students from the Social Sciences area of the Jorge Basadre
Grohmann National University, Tacna – 2025.

Keywords: mass media, news coverage, indigenous women, social perception.

INTRODUCCIÓN

Perú es un país con mucha riqueza cultural producto de la existencia de una diversidad de comunidades indígenas que lo integran. Tacna es una región peruana que cuenta en su territorio con zonas andina y rural, donde están asentadas estas comunidades. Es en este siglo donde la mujer ha asumido un mayor rol protagónico en la sociedad, especialmente en las comunidades indígenas, donde tradicionalmente se da mayor importancia a la figura masculina. En este contexto es destacable que las mujeres indígenas han logrado sobresalir a pesar de la realidad en que viven; sin embargo, aún enfrentan desafíos en cuanto a su relación con los medios de comunicación y cómo son retratadas por estos.

Es por ello que el objetivo principal de esta investigación fue determinar la relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann (UNJBG), Tacna – 2025, la investigadora consideró importante conocer la percepción de los estudiantes ya que serán los futuros promotores culturales que trabajarán en muchas de estas comunidades indígenas como parte de su labor profesional.

En la presente investigación encontraremos en el primer capítulo la formulación del problema de investigación, la justificación y los objetivos, además de las hipótesis, tanto general como específicas, y la operacionalización de variables.

En el segundo capítulo, se exponen los antecedentes internacionales y nacionales en cuanto a los antecedentes locales no se hallaron estudios previos que relacionen

ambas variables, además se encuentran las bases teóricas científicas y bases conceptuales o referenciales sobre los cuales se sustenta.

En el tercer capítulo se desarrolla la metodología, definiéndose el diseño de la investigación, la población y muestra, la técnica e instrumentos que fueron utilizados para el posterior procesamiento y análisis de datos.

En el cuarto capítulo, se presentan los resultados de la investigación; determinándose la relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas según la percepción de los estudiantes de ciencias sociales.

Finalmente, en el quinto capítulo, se realiza la discusión de resultados, se formulan las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

Hoy en día los medios de comunicación social mantienen una vigencia fortalecida por el mundo digital condición que implica una constante adaptación del ser humano con las denominadas TIC.

Por otro lado, la mujer indígena presenta una realidad de su condición y situación que requiere una profunda reflexión en cuanto a la cobertura de sus actividades a través de los medios que impliquen el sostenimiento de su cultura.

A nivel mundial, existen cuatro grupos, bajo el concepto de holdings de la comunicación que están integrado por: Time Warner Inc., Walt Disney, Viacom/y News Corporation (recientemente, 21st Century Fox y CBS News Corp.) quienes controlan más del 70% del negocio que hoy el mundo amplio de la comunicación supone en el planeta (Gonzales, 2020).

En América Latina existen cuatro grandes grupos, aquellos que hoy dictan las agendas del entretenimiento, de noticias y de pensamiento como Televisa en México, Globo en Brasil, Clarín en Argentina y el Grupo Cisneros en Venezuela, quienes son los dominadores del panorama mediático y retienen cuotas por encima del 60 % de la rentabilidad total de los mercados y audiencias (Serrano, 2016).

En Perú, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática-INEI (2015), durante el primer trimestre de 2015, el 79 % de las viviendas entrevistadas en

todo el país expresaron que escuchaban radio, siendo Tacna la región donde más se escuchaba radio (92 %).

En cuanto a la televisión, de acuerdo con los hallazgos de la Encuesta Nacional de Programas Estratégicos, 2014-2015, en el primer trimestre de 2015, el 87 % de las viviendas del país ven televisión, mientras que el 13 % no lo hace (Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 2015).

Por otro lado, los diarios impresos alcanzan semanalmente al 36 % de los habitantes del país, con una cobertura superior en Lima que en el resto del país (CPI Research, 2023).

Mientras que en 2023 se registró que más del 80 % de los peruanos utilizaron las redes sociales cada día (Statista Research Department, 2024).

En cuanto a las redes sociales, solo el 28 % de los usuarios manifestaron que accedieron a las noticias a través de Facebook, a comparación del 42 % de 2016. Una posible causa de esta disminución es el alejamiento de Facebook de las noticias y también la forma en que redes como YouTube y TikTok captan cada vez más el interés de los usuarios más jóvenes. Acerca de Twitter, este ha mantenido el uso semanal de noticias estable. Según los resultados, TikTok es la red social que más crece, 44 % de los jóvenes de 18 a 24 años la usan para cualquier propósito y un 20 % de ellos la usa para informarse (Newman, Fletcher, Eddy, Robertson, & Nielsen, 2023).

Asimismo, los medios de comunicación son un elemento fundamental en la creación de sujetos sociales y del programa público. En este sentido, se puede sostener que el control sobre los medios constituye un elemento fundamental del control social.

La construcción y centralización de la propiedad en los diversos sectores de las infocomunicaciones, caracterizada por una concentración conglomeral, implica una homogeneización del discurso. Esta homogeneización, a su vez, refuerza la dominación de determinados grupos sociales sobre otros, consolidando así relaciones de poder en los ámbitos económico, político y cultural (Federación Internacional de Periodistas., 2016).

Tanto los medios de comunicación como la cobertura que realizan son de sumo interés para la sociedad en su conjunto y prever efectos que no sean éticos.

Actualmente no se conoce plenamente el rol de los medios de comunicación respecto a lo descrito en el párrafo anterior, no se han medido los niveles de información de medios escritos, medios televisivos, medios radiales y redes sociales que tratan la presente temática.

Además, no se conoce la cobertura informativa de los medios de comunicación acerca de las actividades que realiza la mujer indígena en Tacna. Por lo tanto, se requiere conocer como están los niveles de frecuencia, impacto y visibilidad del contenido informativo acerca de las mujeres indígenas. Este contexto fue analizado en base a la percepción de los estudiantes de la Carrera Profesional de Ciencias Sociales y Promoción Socio Cultural (SPRO) de la UNJBG.

Si no se emplean de forma eficiente los medios de comunicación social se prevé que la cobertura informativa de la mujer indígena respecto a sus actividades seguirá siendo desconocida y como consecuencia se afecte la preservación de la cultura indígena en relación a la presencia de la mujer y su responsabilidad histórica, social y cultural en la región de Tacna, dejando de lado el aporte sustancial de valores sociales

ancestrales que siguen forjando cimientos originales en la construcción de una sociedad más justa y habitable para toda persona.

La investigadora considera que los medios de comunicación deben propiciar espacios de información para mejorar la cobertura acerca del rol de la mujer indígena respecto a sus actividades sociales, políticas, culturales, etc. Se debe buscar empoderar a la mujer indígena para que produzca su propio material de contenido a través del medio de comunicación que elija.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cómo es la relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna - 2025?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cómo es la relación entre los medios escritos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna - 2025?

¿Cómo es la relación entre los medios televisivos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna - 2025?

¿Cómo es la relación entre los medios radiales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna - 2025?

¿Cómo es la relación entre las redes sociales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna - 2025?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación teórica

La presente investigación pretende profundizar en la teoría de los medios de comunicación los tópicos de medios escritos, televisivos, radiales y redes sociales respecto a la cultura de la mujer indígena; por otro lado, se desea ampliar en lo que respecta a la teoría de la cobertura informativa para dar luces a los conocimientos que permiten explicar con mayor claridad el análisis de estas 2 variables propuestas, por lo tanto la justificación teórica de esta tesis tiene como finalidad probar una teoría en el problema que se está investigando, y con ello ampliar y/o modificar los conocimientos existentes (Guillén, Sánchez, & Begazo, 2020).

1.3.2. Justificación práctica

A partir de los resultados obtenidos se puede contribuir con planes y programas sociales que fortalezcan el rol de la mujer indígena a través de los medios de comunicación y que dispongan de una cobertura informativa que mantenga sus valores culturales. “La justificación práctica pretende mejorar alguna situación en particular, aquí el investigador implementa o interviene sobre el problema para mejorarlo” (Mohamed, 2023, pág. 27).

1.3.3. Justificación metodológica

La presente investigación se justifica metodológicamente porque adopta un enfoque cuantitativo, descriptivo, correlacional, que guarda coherencia con la necesidad de medir y establecer la relación entre los medios de comunicación y cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales. Esta metodología permitió obtener información específica, actualizada bajo la aplicación del método científico, contribuyendo a la precisión y relevancia de los resultados del estudio (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Para recolectar la información se utilizó la técnica de la encuesta aplicada a una muestra representativa de estudiantes de la especialidad de ciencias sociales y promoción sociocultural a través de un cuestionario de elaboración propia, validado por juicio de expertos y determinando la validez del constructo a través del análisis factorial exploratorio de los ítems. La comprobación de las hipótesis se efectuó mediante pruebas estadísticas como el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, con apoyo del software SPSS en su versión 25 que permitió procesar los datos para su posterior interpretación. Además de considerar en el proceso técnicas y herramientas de la comunicación social. Por lo tanto “el investigador plantea esta justificación cuando ha utilizado algún método nuevo, ha creado un nuevo instrumento o ha intervenido sobre el problema de forma innovadora” (Mohamed, 2023).

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025.

1.4.2. Objetivos específicos

Determinar la relación entre los medios escritos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025.

Determinar la relación entre los medios televisivos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025.

Determinar la relación entre los medios radiales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025.

Determinar la relación entre las redes sociales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

La relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en Tacna – 2025 es significativa.

1.5.2. Hipótesis específicas

La relación entre los medios escritos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 es significativa.

La relación entre los medios televisivos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 es significativa.

La relación entre los medios radiales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 es significativa.

La relación entre las redes sociales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 es significativa.

1.6. Operacionalización de variables

1.6.1. Variables de investigación

Las variables de investigación son de carácter cuantitativo ordinal y están constituidas por la variable 1: medios de comunicación y la variable 2: cobertura

informativa de las mujeres indígenas, en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la universidad nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna – 2025.

a. Variable 1: Medios de comunicación

A continuación, se muestra en la tabla elaborada la operacionalización de la variable 1.

Tabla 1

Operacionalización de la variable medios de comunicación

| Definición conceptual | Definición operacional | Dimensión | Indicador | Ítems | Escala | Categoría | |
|---|---|---|---|---------------------|---------|-----------|------------|
| V1: Medios de comunicación <i>Según la Comisión de Educación y Formación de las Comunidades Autónomas & Instituto Nacional del Consumo (1994) un medio de comunicación social se refiere a aquel que facilita la difusión del mensaje a toda la sociedad o a un segmento significativo de la misma.</i> | Los medios de comunicación social se operacionalizan como los canales informativos formales y digitales que difunden contenidos sobre la realidad y cultura de las mujeres indígenas, permitiendo identificar el tipo de medio utilizado (escrito, televisivo, radial o digital), así como el nivel de presencia y tratamiento informativo que estos otorgan a dicha temática (Comisión de Educación y Formación de las Comunidades Autónomas & Instituto Nacional del Consumo, 1994) | D1: Medios escritos Los medios escritos son aquellas publicaciones impresas que difunden información, noticias o contenidos especializados a través de formatos materiales como periódicos, boletines y revistas (Lule, 2023). | -Diarios -Boletines -Revistas | 1 2 | Ordinal | Nunca | |
| | | D2: Medios televisivos La televisión es un medio de comunicación masivo que, al desarrollarse, posibilitó la transmisión y recepción de imágenes en movimiento a larga distancia por medio de aparatos tecnológicos (Lule, 2023). | -Noticieros Televisivos -Programas culturales -Televisión Local | 3 4 5 | | Ordinal | Casi nunca |
| | | | | 6 | | | A Veces |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | Siempre |
| | | | | | | | |

| Definición conceptual | Definición operacional | Dimensión | Indicador | Ítems | Escala | Categoría |
|-----------------------|------------------------|--|---|------------------------|--------|-----------|
| | | D3: Medios radiales | | | | |
| | | La radio, un medio de comunicación que transmite contenidos e información por medio de ondas radiofónicas, posibilita la comunicación entre individuos y a gran escala (Lule, 2023). | -Noticieros Radiales -Programas culturales -Radio Local | 7 8 9 | | Ordinal |
| | | D4: Redes sociales | | | | |
| | | Las redes sociales son plataformas digitales que posibilitan la interacción y la conexión entre los usuarios a través de la elaboración, el intercambio y la difusión de contenidos. Estas plataformas, que emergieron con el desarrollo de Internet y los navegadores web (Lule, 2023). | -Facebook -Tiktok -YouTube | 10 11 12 | | Ordinal |

b. Variable 2: Cobertura informativa de mujeres indígenas

A continuación, se muestra en la tabla elaborada la operacionalización de la variable 2.

Tabla 2*Operacionalización de la variable cobertura informativa de las mujeres indígenas*

| Definición conceptual | Definición operacional | Dimensión | Indicador | Ítems | Escala | Categoría | | |
|---|--|--|---|-------------------------------|---------|--|---------|---------|
| <p>V2: Cobertura informativa de las mujeres indígenas</p> <p>Se define como una acción o conjunto de acciones destinadas a buscar, localizar, interpretar y difundir un acontecimiento actual que capta la atención e interés del público por ser novedoso, próximo, relevante u original. En esencia, es un hecho presente que está bajo el control de un experto o equipo, sobre los cuales prevalece una ética, ideología o técnica en todo este proceso (Rojas Vasquez & Salazar Sanchez, 2022).</p> | <p>La cobertura informativa de las mujeres indígenas se operacionaliza como el grado en que los medios de comunicación difunden, destacan y promueven la participación social, cultural y de derechos de las mujeres indígenas, a través de la frecuencia, calidad y oportunidad con que se presentan estos contenidos en distintos espacios informativos (Rojas Vasquez & Salazar Sanchez, 2022).</p> | <p>D1: Frecuencia</p> <p>La frecuencia es el número de veces que los medios divulgan información acerca de un tema, persona u objeto. La divulgación frecuente contribuye a la presencia continua en la agenda pública (McCombs, 2006).</p> | <p>-Número de emisiones semanales</p> <p>-Franjas horarias</p> <p>-Publicidad cultural</p> | <p>13</p> <p>14</p> <p>15</p> | Ordinal | <p>Nunca</p> <p>Casi nunca</p> <p>A veces</p> <p>Casi siempre</p> <p>Siempre</p> | | |
| | | <p>D2: Impacto</p> <p>Los medios de comunicación definen la agenda de la audiencia. Ese establecimiento de la importancia entre la audiencia, colocando un tema en su repertorio de tal forma que se convierta en el centro de su atención y pensamiento representa el primer nivel de la construcción de la opinión pública (McCombs, 2006).</p> | <p>-Calidad</p> <p>-Interés</p> <p>- Participación en actividades sociales</p> | 16 | | | Ordinal | |
| | | <p>D3: Visibilidad</p> <p>La visibilidad es la cantidad de exposición pública que los medios le dan a un tema, objeto o individuo. Esta determina qué elementos resaltan y cómo se muestran frente al público (McCombs, 2006).</p> | <p>-Acceso a eventos culturales</p> <p>- Compromiso con la cultura</p> <p>- Responsabilidad</p> | 17 | | | | Ordinal |
| | | | | 18 | 19 | | | |

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Para el desarrollo del presente proyecto se logró ubicar temas relacionados con el propuesto, sin embargo, de forma independiente, cada variable se muestra en contextos particulares para su análisis. En seguida, se resumen las tesis que presentan similitud con el presente trabajo de investigación:

2.1.1 Antecedentes a nivel internacional

A nivel internacional, se halló el trabajo de investigación de Neto (2021) titulado “Los medios de comunicación tecnológicos y su influencia en la conducta de los estudiantes del nivel de educación inicial 2 de la Unidad Educativa FAE N° 5 en el período 2020-2021” realizado en Latacunga, Ecuador, cuyo objetivo principal fue determinar la influencia de los medios tecnológicos en la conducta de estudiantes de educación inicial. Este estudio se llevó a cabo con una población de 75 niños de 4 años de edad.

En cuanto a la metodología, la investigación fue de tipo básica, de diseño no experimental, a nivel descriptivo y enfoque cuantitativo. A través del diagnóstico aplicado en la comunidad educativa, se pudo contrastar las teorías con la realidad observada.

Los resultados obtenidos fueron positivos, destacando que mediante un trabajo conjunto con los padres de familia se logró fomentar el uso de aplicaciones y programas educativos, establecer hábitos y normas adecuadas de uso, y mejorar el comportamiento de

los estudiantes. Esto permitió evitar conductas disruptivas e inapropiadas, contribuyendo a un mejor ambiente escolar.

La conclusión más relevante de este estudio fue que el uso adecuado y supervisado de los medios tecnológicos puede tener un impacto favorable en la conducta de los niños, siempre que se implemente en un entorno controlado y con la participación activa de los padres y docentes, ya que comprobó la influencia de la mediación tecnológica en contextos educativos para el desarrollo integral de los estudiantes. Es por ello que la presente investigación busca establecer si existe una relación e influencia de este tipo en el contexto de las mujeres indígenas.

A nivel internacional, el trabajo de investigación de Meléndez (2011) titulado “Los Medios de Comunicación y la Opinión Pública una Relación Difícil” realizado en México, cuyo objetivo principal fue analizar si la prensa escrita influye en la formación de la opinión pública y cómo se relacionan los tópicos publicados en los periódicos con los temas prioritarios para las personas. Acerca de la metodología, la investigación fue de tipo básico, con un nivel descriptivo y correlacional, con diseño no experimental y de enfoque mixto.

El autor luego de realizar el análisis de contenido de los periódicos *La Jornada*, *El Universal* y *Reforma* tuvo como resultado que la cantidad de notas y temas destacados por los medios no siempre coincide con las prioridades percibidas por los ciudadanos. Adicionalmente, las encuestas revelaron que la opinión pública no solo se forma a través de los medios de comunicación, sino también por influencias sociales como familia, amigos y compañeros de trabajo.

El estudio concluye que los medios de comunicación no son omnipotentes en la formación de la opinión pública, ya que el contexto en el que las personas se desarrollan juega un papel fundamental. Esto evidencia la necesidad de considerar factores sociales, institucionales y políticos al analizar la relación entre medios y opinión pública. Asimismo, destaca la relevancia de investigaciones futuras para explorar estas dinámicas en el contexto del auge de Internet. Se puede afirmar que lo hallado por el autor concuerda con el caso de las mujeres indígenas ya que estas se han visto influenciadas por el uso sobre todo de las redes sociales.

A nivel internacional, se identificó la investigación de Banchón (2023) titulado “Influencia de los medios de comunicación digitales en los jóvenes de la ciudad de Machala. Caso jóvenes de 18 a 20 años de la Parroquia Puerto Bolívar”, realizado en Ecuador, cuyo objetivo general fue identificar cuál fue el contenido de los medios digitales de comunicación de Machala que los jóvenes de 18 a 20 años del barrio Puerto Bolívar consumieron más en 2021.

En cuanto a la metodología, el tipo de investigación fue aplicada, de nivel descriptivo, con un diseño transeccional y enfoque mixto. Como resultado, luego de realizar una encuesta, se probó que los jóvenes de 18 a 20 años consumieron el 48,7 % de contenidos Covid-19 y el 32,5 % contenidos violentos como la crónica roja en el año 2021, siendo la plataforma de Facebook su principal fuente de información con el 74,3 %.

La conclusión principal de la investigación es que los jóvenes de la parroquia Puerto Bolívar, Machala, consumen predominantemente contenidos sobre Covid-19 y noticias violentas de crónica roja a través de medios digitales, especialmente en redes sociales como Facebook. Este hábito de consumo fue impulsado por el aumento del uso de

Internet durante la pandemia. Los jóvenes consideran que los contenidos de medios como MPNoticias, McNoticias y El Machaleño son importantes y veraces, aunque estos no siempre gestionen responsablemente la programación de sus publicaciones.

2.1.2 Antecedentes a nivel nacional

A nivel nacional se halló un primer trabajo de Távora (2020) en la tesis de doctorado titulada “El rol de los medios de comunicación en la exclusión de los pueblos indígenas del Perú en tiempos de globalización. El comercio y su perspectiva sobre el Baguazo”, se planteó como objetivo estudiar, desde una perspectiva multidisciplinaria, el papel que los medios de comunicación juegan en la perpetuación de la discriminación y estigmatización que los pueblos indígenas peruanos padecen, lo cual colabora con mantener una dinámica social injusta que los condena a ser excluidos.

En cuanto a la metodología, el tipo de investigación fue básico, de nivel descriptivo, con diseño no experimental, y de enfoque cuantitativo. Los hallazgos del autor en cuanto al tratamiento informativo de El Comercio durante el Baguazo revelaron cómo los medios de comunicación pueden ser herramientas de control y exclusión, reproduciendo dinámicas que deslegitiman las luchas de los pueblos indígenas y perpetúan su marginación.

La principal conclusión de esta investigación fue que la globalización ha intensificado los conflictos históricos entre el Estado peruano y los pueblos indígenas, al exponer a estas comunidades a intereses económicos globales que ven en la Amazonía un territorio estratégico para la expansión de las industrias extractivas. Esto ha llevado a una polarización de posiciones, en las que los pueblos indígenas deben enfrentarse a

poderes lejanos y desproporcionadamente fuertes, al mismo tiempo que encuentran oportunidades para defenderse mediante herramientas de derecho internacional.

Una segunda investigación relevante a nivel nacional le pertenece a Rojas & Salazar (2022) titulado “Apreciación de la Cobertura Informativa de América Noticias acerca de La Violencia Contra La Mujer en los Jóvenes de Surco, Lima 2020” cuyo objetivo fue describir la apreciación de los jóvenes sobre la cobertura informativa de América Noticias Primera Edición acerca de la violencia contra la mujer.

En cuanto a metodología, fue de tipo aplicada, de nivel descriptivo, diseño de investigación de triangulación concurrente y con un enfoque de investigación mixto.

Los resultados obtenidos mostraron que los jóvenes encuestados entienden y demuestran adecuadamente el tratamiento informativo ofrecido por el noticiero. Asimismo, aseguran que las fuentes especializadas en asuntos sociales deben tener un mayor enfoque para conseguir un análisis integral al presentar notas informativas sobre la violencia contra la mujer.

Según los autores se concluye que, según la percepción de los jóvenes, las categorías principales de la cobertura informativa del noticiero América Noticias Primera Edición están presentes y cumplen en gran medida con los estándares de objetividad y exactitud en la descripción de los hechos. Sin embargo, la independencia periodística, aunque presente, necesita ser fortalecida para alcanzar un nivel de valoración más alto por parte de la audiencia.

A nivel nacional, también se encontró un tercer trabajo de autoría de Ramos (2018) titulado "Medios masivos de comunicación local y confianza ciudadana en la

cobertura noticiosa de la política regional ayacuchana", cuyo objetivo principal fue conocer el nivel de confianza ciudadana hacia los medios de comunicación locales del distrito de Ayacucho en su tratamiento de noticias relacionadas con la política regional.

La metodología utilizada fue de tipo básico, nivel descriptivo, diseño no experimental y de enfoque cuantitativo. El principal hallazgo de esta investigación fue que el nivel de confianza depositado por los ciudadanos del distrito de Ayacucho en los medios de comunicación locales es bajo.

Como conclusión, el autor indica que los medios de comunicación locales no satisfacen completamente los estándares profesionales, tales como la veracidad, la imparcialidad, la credibilidad, la pluralidad e integridad en el abordaje de noticias políticas; además del asunto de la corrupción. Todo esto crea una percepción negativa de los medios de comunicación locales por parte del público de Ayacucho.

2.1.3 Antecedentes a nivel local

Luego de realizarse una exhaustiva revisión de la información disponible en repositorios de tesis y artículos de revistas académicas de instituciones ubicadas en la región, no se registraron investigaciones, tesis o trabajos similares al propuesto en la presente investigación, por lo que no se halló material que pueda ser utilizado como antecedentes locales relevantes para esta investigación. Esta notable carencia de investigaciones previas sustenta la importancia y la novedad del tema propuesto que permitirá ampliar el campo cognitivo de manera significativa.

2.2. Bases teóricas científicas

2.2.1. Medios de comunicación

2.2.1.1. Teoría de los medios de comunicación

La Agenda Setting es una de las teorías más representativas sobre los medios de comunicación, en ella se examina cómo los medios impactan en las audiencias al dar importancia a ciertos temas. Aunque los medios no dictan qué debe pensar u opinar el público sobre un hecho, sí tienen el poder de seleccionar cuáles son las cuestiones que ocuparán el centro de atención o estarán presentes en la opinión pública. A este conjunto de contenidos se le denomina "la agenda" (Rodríguez Díaz, 2004).

Asimismo, existe la Teoría del *Framing* o Encuadre, cuyo autor establece que es el procedimiento mediante el cual se escogen ciertos elementos de una realidad percibida y se les otorga mayor importancia en un texto comunicativo, con el objetivo de fomentar una interpretación de la causalidad, una apreciación moral, una definición del problema y/o una sugerencia de tratamiento (Entman, 1993).

En el marco de la comunicación digital, el *framing* se evidencia cuando las plataformas sociales y los medios escogen y omiten ciertos elementos de la realidad en función de la agenda mediática del prosumidor o emisor. En este contexto, el *framing* se vuelve un instrumento fundamental para entender la manera en que se establecen las narrativas informativas y cómo ciertos discursos se legitiman sobre otros, lo cual tiene una repercusión en la percepción del público (Elizundia, 2025).

2.2.1.2. Definición de medios de comunicación

Hoy en día es muy difícil encontrar un hogar que no cuente con algún medio de comunicación, ya que estos cumplen un papel decisivo en la comunicación humana. Pero ¿qué son los medios de comunicación? ¿cuáles son sus dimensiones? Son preguntas que son necesarias responder para poder contextualizar adecuadamente esta tesis de investigación.

Según la Comunidad Autónoma De Castilla La Mancha (1994) un medio de comunicación social se refiere a aquel que facilita la difusión del mensaje a toda la sociedad o a un segmento significativo de la misma.

Para Farías (2025) un medio de comunicación es un sistema técnico utilizado para transmitir información de cualquier tipo a la sociedad, es decir, para comunicarse con la gente. Además de referir que este término se aplica normalmente a los medios que son de carácter masivo cuyos contenidos alcanzan a un gran número de personas al mismo tiempo, como lo son la radio, la televisión o la prensa escrita. El autor precisa que también existen medios de comunicación que no son masivos, sino interpersonales debido a que estos facilitan la comunicación entre los individuos, de manera única y a menudo personalizada, como lo son el teléfono, el correo postal o la mensajería instantánea.

2.2.1.3. Evolución de los medios de comunicación

Los medios de comunicación a través de la historia han representado ser los nexos masivos para la sociedad, su desarrollo tecnológico considerando su evolución han facilitado de forma integral el intercambio de mensajes que de acuerdo con su

contenido han fortalecido el crecimiento social, económico, político y cultural de la sociedad.

La invención de la imprenta de Johannes Gutenberg, a mediados del siglo XV, dio paso a que más adelante, en el siglo XVII, se imprimieran los ‘corantos’, hojas que contenían información como noticias comerciales y que luego pasarían en los primeros periódicos y revistas (Huidobro, 2006).

De esa forma la invención de la imprenta marcó un hito en el mundo de las comunicaciones, permitiendo transmitir mensajes a través de los medios escritos, que, pese al incremento de recursos digitales, hasta el día de hoy siguen vigentes.

Por otro lado, el descubrimiento de las ondas electromagnéticas de Hertz en 1887 hizo de precedente para que años más tarde Marconi lograra enviar señales sin la necesidad de un cable en 1901 a través del océano atlántico y con eso surgiera la radio (Huidobro, 2006).

Este fenómeno histórico ha generado que hoy en día la radio este presente en todo el mundo y que incluso halla incursionado en el mundo digital, ampliando más su alcance a nivel global.

En 1926, John Logie Baird utilizó el sistema del disco perforado explorador para transmitir imágenes en movimiento, un año después la BBC empezó a transmitir por televisión. Para cuando la II Guerra Mundial estaba terminando casi todos los hogares contaban con una televisión y así se extendió por todo el mundo hasta llegar a la televisión a color (Huidobro, 2006).

Hoy en día la televisión ha logrado un posicionamiento espectacular en la opinión pública mundial y ha traspasado barreras de comunicación que ha generado un seguimiento masivo en el contexto digital.

A propósito del contexto digital, este ha permitido el surgimiento y consolidación de las redes sociales como medio de comunicación. Muchos consideran a SixDegrees.com como la primera red social moderna, dado que ofrecía a los usuarios la posibilidad de crear un perfil y añadir a otros participantes en un modelo similar a lo que se conoce en la actualidad. Sin embargo, este sitio cerró en el 2001 y dio paso a que surgieran nuevas páginas dedicadas a la interacción entre personas, sin importar el lugar donde se encontraran (RD Station, 2017).

Sin lugar a duda, en la actualidad las redes sociales se encuentran muy bien posicionadas permitiendo establecer lazos de comunicación en tiempo real entre personas de todo el mundo, sin importar el contexto geográfico.

2.2.1.4. Medios escritos

Los medios escritos son aquellas publicaciones impresas que difunden información, noticias o contenidos especializados a través de formatos materiales como periódicos, boletines y revistas. En suma, estos formatos son un sistema comunicacional que combina información, entretenimiento y narración cultural; han influido en la manera de leer y de consumir información desde el siglo XIX hasta hoy (Lule, 2023).

Es el medio de comunicación social más antiguo y está presente en todas las áreas de la vida de las personas, desde el trabajo, ocio hasta las relaciones personales. Asimismo, influye considerablemente en la opinión pública. Se pueden clasificar en

carteles, posters, vallas, circulares y boletines, folletos, desplegados (dípticos y trípticos) y prospectos, octavillas, y otros (bandos, proclamas, programas y panfletos) (Comisión de Educación y Formación de las Comunidades Autónomas & Instituto Nacional del Consumo, 1994).

Además, otros autores consideran el periódico como un medio de comunicación escrito, donde se divulgan noticias, artículos, publicidad, sucesos sociales, horarios cinematográficos y cualquier otro tipo de eventos relevantes que están ocurriendo o que se avecinan (Harari, y otros, 2020).

Otra característica del periódico es que se clasifica según su periodicidad, que normalmente es diaria (de ahí su nombre de diario), aunque puede ser semanal o incluso mensual; y su subsistencia depende en gran medida de la publicidad interna y no tanto de la venta, ya que esta última solo cubre parcialmente el coste de producción. Esto implica que necesita ventas para lograr que circule la publicidad que contiene y así vender más (Dominguez Goya, 2012).

Pese a que desde la creación del Internet se viene anunciando que el periódico o prensa escrita va a desaparecer para dar paso únicamente a los periódicos digitales, este aún sigue vigente y no parece que fuera a desaparecer pronto.

2.2.1.5. Medios televisivos

La palabra televisión es un híbrido que está compuesto por dos conceptos: una de origen latino, "visión", y otra griega, "tele", que se refiere a distancia (Pauloni & Codoni, 2014).

Se trata de un medio de comunicación masivo que, al desarrollarse, posibilitó la transmisión y recepción de imágenes en movimiento a larga distancia por medio de aparatos tecnológicos (Lule, 2023).

Otros autores, sostienen que la televisión se puede definir como una plataforma de comunicación social que facilita la transmisión a distancia de imágenes fijas o móviles, además del sonido, facilitando su recepción instantánea (Comisión de Educación y Formación de las Comunidades Autónomas & Instituto Nacional del Consumo, 1994).

En contraste con los medios escritos, recurrir a la televisión en las dinámicas sociales posibilita que un texto y una imagen estática se vean enriquecidos. Es mediante los componentes digitales que se va más allá de la linealidad textual. La televisión ejerce un considerable poder de influencia social, ya que la sociedad basada en la comunicación e información a través del medio televisivo incluye normas no escritas (Universidad Insurgentes, 2021).

Asimismo, la televisión como medio audiovisual masivo simplifica a través de las imágenes dinámicas que proyecta el mensaje para una determinada audiencia, esto implica una preferencia por parte de los televidentes al desarrollar el uso de uno de sus sentidos de percepción: la vista.

2.2.1.6. Medios radiales

La radio, un medio de comunicación que transmite contenidos e información por medio de ondas radiofónicas, posibilita la comunicación entre individuos y a gran

escala. La radio pasó de ser utilizada en el ámbito militar y experimental a transmitir música, noticias, entretenimiento y sermones al público (Lule, 2023).

Asimismo, Sosa y Martínez (2017) sostienen que los medios radiales surgen debido a la necesidad humana de comunicarse, tomando como precedentes las contribuciones realizadas por investigadores en tiempos pasados. Este medio facilita la comunicación a distancia sin necesidad de ningún medio físico más que las ondas electromagnéticas. Surge como un medio de radiodifusión para vincular a dos individuos en situaciones especiales, sin importar el camino físico que los diferencie.

Una característica que diferencia a la radio de los otros medios convencionales es que, además de acompañar, desempeña un papel social definido. En muchas ocasiones, es el único medio de comunicación disponible. Este medio de comunicación crea vínculos y un sentido de pertenencia en una comunidad o vecindario. Permite la comunicación y establece conexiones, construye puentes y caminos, recupera la palabra y la vuelve colectiva (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2015).

La radio mantiene su vigencia respecto a la descripción en detalle de los hechos o acontecimientos que se transmiten hacia un determinado público. En la realidad se puede observar que la radio tiene una mayor sintonía en públicos específicos, como amas de casa, conductores de vehículos mayores y menores, y personas de la tercera edad.

Hoy en día, no solo las frecuencias de onda corta, FM y AM transmiten información radial. Esta también está disponible a través de pódcast, streaming y otras aplicaciones. También se consideran emisoras de radio a aquellas que solo transmiten

una lista de música reciclada regularmente, sin programas ni locutores que establezcan un diálogo con los oyentes (Ballesteros & Martínez, 2019).

2.2.1.7. Redes sociales

Las redes sociales son plataformas digitales que posibilitan la interacción y la conexión entre los usuarios a través de la elaboración, el intercambio y la difusión de contenidos. Estas plataformas, que emergieron con el desarrollo de Internet y los navegadores web, se han vuelto lugares fundamentales en la vida social, política y cultural actual, ya que posibilitan la creación de comunidades y el intercambio de información (Lule, 2023).

Otros autores definen a las redes sociales como servicios de la web que posibilitan a los usuarios: instaurar un perfil público o semipúblico en un sistema determinado; definir una lista de otros usuarios con los que mantienen una conexión; y observar y examinar su propia lista de conexiones, así como las de otros usuarios dentro del sistema (Boyd & Ellison, 2007).

Bajo esta misma línea de pensamiento se puede decir que las redes sociales son aquellas que facilitan el desarrollo de relaciones entre usuarios de diversos orígenes, ello también comprende la creación de enormes volúmenes de información, proporcionando a los usuarios una destacada propuesta de valor de servicio (Kapoor, y otros, 2017).

Además, tienen funciones muy variadas: crear y compartir contenido audiovisual (YouTube 2005), microblogging o mensajería corta (Twitter 2004), difusión de fotografías (Instagram 2010) y creación de comunidades virtuales (Facebook 2004).

Es importante resaltar, además, el surgimiento de redes sociales de mensajería por medio de Internet que están relacionadas con aplicaciones (apps) y, solo en un segundo momento, con la web (Telegram 2013; WhatsApp 2009; Snapchat 2011) (Pérez, 2023).

Diversos factores, entre la instantaneidad, la interacción con otras personas y la personalización de perfiles, han hecho de las redes sociales el medio de comunicación preferido por las nuevas generaciones.

2.2.1.8. Proceso de la comunicación

Se puede decir que toda comunicación humana proviene de una fuente, es decir, un individuo o grupo de individuos con un propósito y una razón para comunicarse, lo que debe manifestarse en forma de mensaje. Para que el objetivo de la fuente se transforme en código, en lenguaje, es necesario un 'encodificador'. Este es el responsable de tomar las ideas de la fuente y convertirlas en un código, transmitiendo de esta manera el propósito de la fuente en un mensaje, mediante un canal, que es conducto de mensajes. Los individuos ubicados en el extremo contrario del canal pueden ser denominados el receptor de la comunicación (Berlo, 1984).

2.2.1.9. Los medios de comunicación y la cultura indígena

En Perú, existen canales dedicados a difundir programas culturales de corte indígena y se observa en los noticieros que estos van implementando el lenguaje originario de una determinada cultura indígena para la difusión de noticias, como es el caso de la lengua aimara, quechua y asháninka. Incluso en Tacna, el gobierno regional tiene un segmento cultural en redes sociales titulado *Kamisaraki Región Tacna*, donde se promueve la lengua aimara, así como festividades y eventos culturales.

Por otro lado, en otros países, como Colombia, si bien los medios de comunicación visitan las comunidades indígenas para producir reportajes, estos ignoran los principales problemas que enfrentan estas comunidades, como la contaminación ambiental y violencia de la cual son víctimas (Morales Urueta, 2011).

2.2.1.10. Estereotipos de la mujer indígena en los medios de comunicación

En la actualidad, se percibe una representación estereotipada de las mujeres en las páginas de los diarios, en las ediciones de televisión y en el cine; las imágenes que se emiten continúan vinculadas a los roles convencionales de la mujer. A esta se le continúa vinculando, prácticamente de forma exclusiva, con el ámbito privado, o sea, con el hogar y la familia (Instituto Nacional de las Mujeres, 2005).

En el caso de la mujer indígena, el caso más mediático de su representación estereotipada en la televisión peruana es el de la paisana Jacinta, donde se le caracteriza como una persona fea, sucia, con problemas de habla y con poca inteligencia, al respecto Celigueta y Viola (2021) fundamentan que es evidente que su creador proyecta de forma exagerada la fealdad de su personaje con una nariz postiza, careciendo de dientes incisivos (ocultados con maquillaje), haciendo muecas grotescas y moviéndose de manera casi simiesca.

Esto deja entrever los estereotipos que los mismos peruanos fomentan y apoyan, puesto que el programa de la Paisana Jacinta tenía un alto rating, y tomaban con humor estos actos que denigran a la mujer indígena.

2.2.2 Cobertura informativa de la mujer indígena

2.2.2.1 Teoría de la cobertura informativa

Las teorías existentes sobre la cobertura informativa abarcan desde las que se centran en modelos normativos como las Cuatro teorías de la prensa: autoritaria, libertaria, responsabilidad social, soviética, hasta enfoques contemporáneos en la era digital que abordan la mediatización, el determinismo tecnológico (IA), la moralidad de la cobertura (Fundamentos Morales) y la recepción activa del público, analizando cómo los medios seleccionan y presentan eventos basándose en valores y formatos (Farías, 2025).

Existen también las teorías centradas en el proceso y contenido valores noticiosos (News Values) que tratan de explicar qué hace a un evento noticiable (impacto, novedad, cercanía, conflicto), aunque varían culturalmente. Entre las más destacadas se encuentran:

La Teoría de la Mediatización: Analiza cómo las instituciones (políticas, sociales) se adaptan a las lógicas y formatos de los medios, influyendo en sus propias estructuras y acciones. El principal representante de esta teoría es Eliseo Verón (2015) quien afirma que la cobertura informativa es un proceso a largo plazo, que modifica la comunicación humana en relación con sus "dispositivos" socio- técnicos. Bajo la perspectiva de esta teoría la cobertura informativa sobre las mujeres indígenas no debe entenderse como una simple transmisión de datos, sino como un fenómeno de convergencia entre los dispositivos tecnológicos y la semiosis social. En este sentido, la investigación asume que la percepción de los estudiantes de la UNJBG está

condicionada por este proceso de largo plazo, donde el medio no solo distribuye contenidos, sino que reconfigura el sentido social de la identidad indígena en el entorno de nuestra región.

La Teoría de los Fundamentos Morales: Examina cómo la cobertura de noticias incorpora y resalta dimensiones morales (cuidado, justicia, lealtad, autoridad, pureza), afectando la percepción pública. Mientras que Verón nos explica el mecanismo (cómo se construye el discurso), la Teoría de los Fundamentos Morales (TFM) de Jonathan Haidt explica el contenido sensible que dispara la reacción del público.

Entonces para entender cómo se construye la imagen de las mujeres indígenas en los medios de Tacna, no podemos ver la noticia como algo aislado. Según Verón (2015), la cobertura informativa es en realidad una articulación de largo plazo que termina transformando la forma en que nos comunicamos a través de los "dispositivos" socio-técnicos, lo que el autor plantea es que lo más importante no es solo el mensaje o el canal, sino esa interconexión constante entre la tecnología de los medios y la semiosis social (la red de significados que creamos como sociedad). Básicamente, el medio no solo "pasa la info", sino que ayuda a construir el sentido de lo que vemos, pero esa construcción no es neutral.

La Teoría de los Fundamentos Morales complementa lo explicado anteriormente ya que nos permite comprender cómo las noticias tocan fibras sensibles en la gente. De acuerdo con Graham et al. (2013), cuando los medios cubren un hecho, suelen resaltar dimensiones como el cuidado, la justicia, la lealtad, la autoridad o la pureza. Estos valores funcionan como "disparadores" en nuestra mente. Por ello, la percepción de

nosotros, los estudiantes de la UNJBG, no surge de la nada; sino que está fuerte influenciada por cómo la cobertura activa estos esquemas morales (Haidt, 2007).

En conclusión, la percepción de los estudiantes de sociales es el resultado de este cruce: por un lado, cómo el medio organiza el discurso y, por otro, qué carga moral le pone a la noticia sobre la mujer indígena. Es así que la presente investigación sostiene que la percepción de los estudiantes es el resultado de una convergencia entre la configuración del dispositivo mediático descrita por Verón y la carga moral de los encuadres noticiosos, lo que finalmente define la imagen social de la mujer indígena en el entorno universitario.

2.2.2.2. Definición de cobertura informativa

La cobertura informativa se define como una acción o conjunto de acciones destinadas a buscar, localizar, interpretar y difundir un acontecimiento actual que capta la atención e interés del público por ser novedoso, próximo, relevante u original. En esencia, es un hecho presente que está bajo el control de un experto o equipo, sobre los cuales prevalece una ética, ideología o técnica en todo este proceso (Rojas & Salazar, 2022).

La cobertura periodística digital consiste en dar seguimiento y difusión a temas de interés nacional o internacional, aprovechando las distintas plataformas en línea para informar al público. Con la expansión de la digitalización, han surgido numerosos medios que publican día a día las noticias más relevantes para la audiencia. Sin embargo, muchos de estos medios digitales enfrentan el desafío de ofrecer una

cobertura informativa de calidad, ya que en ocasiones no verifican de forma adecuada sus fuentes ni mantienen la objetividad en sus contenidos (Astengo Cangahuala, 2023).

2.2.2.3. Frecuencia

La frecuencia es el número de veces que los medios divulgan información acerca de un tema, persona u objeto. La divulgación frecuente contribuye a la presencia continua en la agenda pública (McCombs, 2006).

Asimismo, se puede decir que se refiere a la frecuencia con la que se abordan ciertos asuntos en la estructura de un informativo televisivo, señala al público cuán relevante es cada uno de estos (Vela Mesones, 2019).

2.2.2.4. Impacto

Los medios de comunicación definen la agenda de la audiencia. Ese establecimiento de la importancia entre la audiencia, colocando un tema en su repertorio de tal forma que se convierta en el centro de su atención y pensamiento (y, quizás, de su acción) representa el primer nivel de la construcción de la opinión pública (McCombs, 2006).

2.2.2.5. Visibilidad

La visibilidad es la cantidad de exposición pública que los medios le dan a un tema, objeto o individuo. Esta determina qué elementos resaltan y cómo se muestran frente al público (McCombs, 2006).

Otros autores sostienen que en el contexto de los medios de comunicación, la visibilidad se refiere a las personas, acciones o eventos que se presentan, prescindiendo

de la necesidad de estar en el mismo espacio-temporal y que a su vez pueden ser sucesos distantes que ocurrieron en el pasado y que, gracias a las cualidades de conservación del medio, pueden ser representados en el presente (Thompson, 2005).

2.2.2.6. Contexto acerca de la mujer indígena en el Perú y el mundo

Aunque en prácticamente todas las sociedades se encuentra la subordinación estructural de la mujer al hombre, en las comunidades indígenas estructuradas en torno al parentesco, la repartición del poder y las funciones entre hombres y mujeres difieren dependiendo de la mezcla de normas de descendencia, matrimonio y residencia. Estas normas no solo definen las relaciones sociales, sino que también establecen los derechos de representación de las unidades del hogar, la herencia, el acceso a los productos de producción, elementos de salud y reproducción, la educación y la migración, entre otros aspectos. Por ejemplo, una mujer indígena en un sistema matrilocal y bilateral puede disfrutar de una posición social más fuerte, mientras que en un sistema patrilocal y patrilineal su papel tiende a ser más subordinado (Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE)-División de Población y División de Asuntos de Género de la CEPAL, 2013).

Las repercusiones distintivas que sufren las mujeres indígenas se fundamentan en una base estructural de desigualdad que las enfrenta a múltiples afectaciones. Entre estas, la pobreza se refiere directamente al efecto desmedido de un sistema que las ha excluido del ámbito económico, social y político, y las ha definido desde una identidad victimista y empobrecida (Observatorio Regional de Derechos de los Pueblos Indígenas - ORDPI, 2020).

2.2.2.7. El Estado y la mujer indígena

En Perú, según la información recabada en el último Censo Nacional de 2017, el 26 % de peruanos se autoidentifica como parte de alguno de los 55 pueblos indígenas u originarios en el país. De ese total, 3 078 113 mujeres se autoidentificaron como indígenas u originarias, lo que representa el 51.4 % (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2022).

Considerando estos datos el Estado busca promover la participación de la mujer indígena diversos ámbitos y ha publicado leyes y políticas para asegurar sus derechos de representación y respeto a su cultura.

De esa forma, en abril del año 2019, se estableció la Política Nacional de Igualdad de Género con el fin de asegurar los derechos de las mujeres, incluyendo a las indígenas originarias de la Amazonía y a las campesinas, mediante el Decreto Supremo N.º 008-2019-MIMP (Estado Peruano, 2024).

Bajo esta línea de pensamiento, el 8 de marzo de 2021, el Congreso del Perú aprobó la Ley N° 31168. Esta legislación tiene como objetivo promover la igualdad de oportunidades, el empoderamiento y el desarrollo integral de las mujeres indígenas y rurales a través de medidas afirmativas. Busca fomentar su autonomía en términos económicos, culturales y sociales mediante capacitación y financiamiento productivo (Congreso de la República del Perú, 2021).

Si bien el Estado peruano ha hecho esfuerzos para promover la participación de la mujer en la política, estos parecen no ser suficientes, especialmente si se trata de mujeres indígenas.

De acuerdo con Uchuypoma (2016) a pesar de que la participación femenina en Perú aumentó con la instauración de la cuota de género, aún es insuficiente para consolidar su representación descriptiva (aún es inferior a un tercio de los poderes legislativos nacionales y subnacionales) y sustantiva (no se dispone de una agenda prioritaria de igualdad de género). Asimismo, el impacto de la cuota electoral indígena en el fortalecimiento de la representación política de las comunidades originarias aún es limitado, pues no existe un mecanismo referido al poder legislativo nacional. Además, no existe un mecanismo específico para fomentar la participación política de las mujeres indígenas peruanas.

Por otro lado, el Estado peruano, a través del Ministerio de Cultura, implementa iniciativas como el Concurso de Buenas Prácticas Interculturales en la Gestión Pública, donde se reconoce y premia a aquellas entidades públicas que desarrollan políticas, programas, servicios y/o intervenciones que promuevan la valoración de la diversidad cultural y la eliminación de la discriminación étnico-racial. Dentro de ello, se encuentra la categoría de “comunicación pública con pertinencia cultural”, resaltando la importancia de la comunicación en este contexto (Ministerio de Cultura, 2023).

2.2.3. Cobertura informativa de la cultura indígena

2.2.3.1. Cobertura internacional

En Ecuador, Tapia y Villa (2015) hallaron que las mujeres indígenas cuentan con escasa presencia, participación e integración en los medios locales la provincia de Cotopaxi.

En Guatemala, pese a la organización interna de las mujeres indígenas en CONAVIGUA y a las relaciones internacionales establecidas, además de la presión de la comunidad global para que se honren los derechos de la población indígena y, en particular, de la mujer, los medios impresos como Prensa Libre, La Hora, El Gráfico y Siglo XXI otorgan el mínimo espacio a las mujeres líderes indígenas políticas organizadas para manifestar sus ideas (Furlán Gonzales, 1994).

En México, Álvarez (2023) en su informe halló que ninguna persona indígena conduce un noticiero, ni una mesa de análisis, ni tiene la responsabilidad de presentar alguna parte de un noticiero. Las dos únicas personas indígenas convocadas a una mesa de análisis fueron para dialogar acerca de un tema relacionado con las comunidades indígenas.

2.2.3.3. Cobertura nacional

Se puede apreciar en el escenario nacional que hay medios de comunicación, como Actualidad Ambiental, que contribuyen a la preservación de la cultura de las comunidades indígenas. A través del uso de información científica, materia jurídica, fuentes físicas y la utilización de plataformas digitales, e incluso han difundido contenido elaborado por los mismos integrantes de las comunidades nativas (Mejía, 2021).

Asimismo, según la comunicadora indígena Paucar (2023) manifiesta que en Perú la participación de las mujeres indígenas en los medios de comunicación ha incrementado, especialmente en los medios digitales a través de redes sociales como

TikTok, donde las mujeres han creado sus propios espacios para mostrar su cultura e incluso hacer programas educativos.

Por otro lado, en los medios de comunicación a cargo del Estado peruano se puede apreciar programas televisivos, bloques radiofónicos y material periodístico en lenguas originarias. De acuerdo con el análisis de Bustamante (2024) la planificación establecida en los diversos canales del Estado en torno a las lenguas nativas debería ser la incitación a impulsar acciones en favor de la interculturalidad. Pese a los esfuerzos realizados en la producción de productos audiovisuales, el idioma predominante en la mayoría de los programas es el español.

Ello puede dejar entrever que si bien es cierto que el Estado peruano está empezando a implementar iniciativas que promuevan una comunicación inclusiva e intercultural, estos esfuerzos parecen insuficientes frente a la problemática latente.

2.2.3.3. Cobertura local

Revisando la programación de los medios locales radiales y televisivos se puede apreciar que si bien es cierto se trata temas vinculados a la cultura indígena, sin embargo, se aprecia un vacío notorio respecto al tema de la mujer indígena; situación que se puede corroborar en la programación que presentan los medios televisivos, radiales y prensa escrita.

2.3. Bases conceptuales o referenciales

Medios de comunicación

Según la Comunidad Autónoma De Castilla La Mancha (1994) un medio de

comunicación social se refiere a aquel que facilita la difusión del mensaje a toda la sociedad o a un segmento significativo de la misma.

“Los medios de comunicación son fuentes de información confiables para millones de personas en todo el mundo, y ofrecen reportajes en profundidad y comentarios perspicaces sobre las noticias más relevantes” (Rodsevich, 2024).

Medios de comunicación escritos

Los medios de comunicación escritos son aquellas publicaciones impresas que difunden información, noticias o contenidos especializados a través de formatos materiales como periódicos, boletines y revistas. En suma, estos formatos son un sistema comunicacional que combina información, entretenimiento y narración cultural; han influido en la manera de leer y de consumir información desde el siglo XIX hasta hoy (Lule, 2023).

Es el medio de comunicación social más antiguo y está presente en todas las áreas de la vida de las personas, desde el trabajo, ocio hasta las relaciones personales. Asimismo, influye considerablemente en la opinión pública. Se pueden clasificar en carteles, posters, vallas, circulares y boletines, folletos, desplegados (dípticos y trípticos) y prospectos, octavillas, y otros (bandos, proclamas, programas y panfletos) (Comisión de Educación y Formación de las Comunidades Autónomas & Instituto Nacional del Consumo, 1994).

Además, otros autores consideran el periódico como un medio de comunicación escrito, donde se divulgan noticias, artículos, publicidad, sucesos sociales, horarios

cinematográficos y cualquier otro tipo de eventos relevantes que están ocurriendo o que se avecinan (Harari, y otros, 2020).

Medios de comunicación televisivos

La televisión es un medio de comunicación masivo que, al desarrollarse, posibilitó la transmisión y recepción de imágenes en movimiento a larga distancia por medio de aparatos tecnológicos (Lule, 2023).

Asimismo, se puede definir como una plataforma de comunicación social que facilita la transmisión a distancia de imágenes fijas o móviles, además del sonido, facilitando su recepción instantánea (Comisión de Educación y Formación de las Comunidades Autónomas & Instituto Nacional del Consumo, 1994).

Medios de comunicación radiales

La radio, un medio de comunicación que transmite contenidos e información por medio de ondas radiofónicas, posibilita la comunicación entre individuos y a gran escala. La radio pasó de ser utilizada en el ámbito militar y experimental a transmitir música, noticias, entretenimiento y sermones al público (Lule, 2023).

Según Sosa y Martínez (2017) los medios radiales surgen debido a la necesidad humana de comunicarse, tomando como precedentes las contribuciones realizadas por investigadores en tiempos pasados. Este medio facilita la comunicación a distancia sin necesidad de ningún medio físico más que las ondas electromagnéticas.

Redes sociales

Las redes sociales son plataformas digitales que posibilitan la interacción y la conexión entre los usuarios a través de la elaboración, el intercambio y la difusión de

contenidos. Estas plataformas, que emergieron con el desarrollo de Internet y los navegadores web, se han vuelto lugares fundamentales en la vida social, política y cultural actual, ya que posibilitan la creación de comunidades y el intercambio de información (Lule, 2023).

Asimismo, facilitan el desarrollo de relaciones entre usuarios de diversos orígenes, ello también comprende la creación de enormes volúmenes de información, proporcionando a los usuarios una destacada propuesta de valor de servicio (Kapoor, y otros, 2017).

Red social de relaciones

Puede ser evidente que el objetivo de las redes sociales es justamente relacionarse, sin embargo hay algunas que están enfocadas específicamente en eso. El ejemplo más conocido es Facebook, desde el principio esta red se creó con el objetivo de crear conexiones entre las personas, pero existen otras como Instagram, LinkedIn, Twitter, entre otras (RD Station, 2017) .

Red social de entretenimiento

Son aquellas cuyo objetivo principal es el consumo de contenido. El ejemplo más reconocido es YouTube, la plataforma de publicación y reproducción de vídeos más popular en el mundo. La red social Pinterest también entra en esta categoría, donde los usuarios publican y consumen imágenes (RD Station, 2017).

Red social profesional

Estas redes tienen como objetivo principal fomentar las relaciones profesionales entre usuarios, a través del intercambio de proyectos, logros y habilidades. Asimismo,

permiten presentar el currículum vitae y postular a oportunidades laborales. El ejemplo más representativo es LinkedIn, la red social profesional más utilizada a nivel mundial. No obstante, también existen otras con la misma finalidad, como Bebee, Bayt, Xing y Viadeo. Cabe señalar que, aunque no fueron creadas específicamente para este propósito, redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y Pinterest también han sido empleadas como herramientas para establecer contactos profesionales (RD Station, 2017).

Red social de nicho

Son aquellas dirigidas a un público objetivo muy específico, conformado por personas que comparten un interés en común. Un ejemplo destacado es TripAdvisor, donde los usuarios califican y comentan sobre lugares vinculados al turismo y la gastronomía. También existen redes enfocadas en el ámbito artístico, como Behance o DeviantArt, donde los artistas visuales comparten sus creaciones. En el campo literario, Goodreads permite a los lectores escribir reseñas y recomendar libros. Existen muchas más, pero estas son algunas de las más populares (RD Station, 2017).

Community manager

El Community Manager es el que se encarga de gestionar la comunicación de una empresa o institución en redes sociales como Facebook, Instagram u otras. Entre sus funciones están: actualizar el estado de la organización, supervisar lo que se comenta sobre la marca, el mercado y la competencia, así como generar contenido exclusivo (como preestrenos de campañas en redes sociales, concursos, sorteos, entrevistas o chats con representantes de la empresa). Además, analiza las estadísticas del perfil corporativo (visitas, comentarios e interacciones), monitorea la reputación de

la marca en línea y fomenta la participación de los usuarios, entre otras responsabilidades (Castelló, 2010).

Cobertura informativa de las mujeres indígenas

La cobertura informativa se define como una acción o conjunto de acciones destinadas a buscar, localizar, interpretar y difundir un acontecimiento actual que capta la atención e interés del público por ser novedoso, próximo, relevante u original. En esencia, es un hecho presente que está bajo el control de un experto o equipo, sobre los cuales prevalece una ética, ideología o técnica en todo este proceso (Rojas & Salazar, 2022).

Frecuencia

La frecuencia es el número de veces que los medios divulgan información acerca de un tema, persona u objeto. La divulgación frecuente contribuye a la presencia continua en la agenda pública (McCombs, 2006).

La frecuencia es un indicador importante por la medición directa que realiza respecto a los medios de comunicación. Se refiere a la frecuencia con la que se abordan ciertos asuntos en la estructura de un informativo televisivo, señala al público cuán relevante es cada uno de estos (Vela Mesones, 2019).

Impacto

Los medios de comunicación definen la agenda de la audiencia. Ese establecimiento de la importancia entre la audiencia, colocando un tema en su repertorio de tal forma que se convierta en el centro de su atención y pensamiento (y, quizás, de su

acción) representa el primer nivel de la construcción de la opinión pública (McCombs, 2006).

Visibilidad

La visibilidad es la cantidad de exposición pública que los medios le dan a un tema, objeto o individuo. Esta determina qué elementos resaltan y cómo se muestran frente al público (McCombs, 2006).

En el contexto de los medios de comunicación, la visibilidad se refiere a las personas, acciones o eventos que se presentan, prescindiendo de la necesidad de estar en el mismo espacio-temporal y que a su vez pueden ser sucesos distantes que ocurrieron en el pasado y que, gracias a las cualidades de conservación del medio, pueden ser representados en el presente (Thompson, 2005).

Pueblos indígenas

Se considera pueblos indígenas a aquellos colectivos que descienden de sociedades existentes antes del proceso de colonización (como la colonización española en los países andinos) o de la formación de los actuales Estados republicanos. Una persona indígena es aquella que forma parte de estas comunidades, tanto por su propia autodefinición (conciencia de pertenencia) como por el reconocimiento de los demás integrantes del grupo. En otras palabras, la pertenencia a un pueblo indígena es determinada por los propios miembros de la comunidad, y no por criterios o juicios externos (Comisión Andina de Juristas, 2009).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación según su propósito es básico.

Además, se le conoce como investigación teórica, dogmática o pura. Se distingue porque se basa en un marco teórico y se mantiene dentro de él; su objetivo es crear nuevas teorías o cambiar las ya existentes, aumentar el conocimiento filosófico o científico, pero sin verificarlas con ningún elemento práctico (Supo & Cavero, 2014, pág. 39).

El presente trabajo de investigación pretende profundizar específicamente en el campo de los medios de comunicación social y en el campo de la cobertura informativa de mujeres indígenas.

3.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación es correlacional, el cual tiene como objetivo comprender la relación o el nivel de asociación (no causal) entre dos o más variables, categorías o conceptos en un contexto o muestra específica (Gallardo, 2017).

Asimismo, su principal utilidad radica en entender el comportamiento de un concepto o una variable a partir del análisis de otras variables asociadas; en otras palabras, "tratar de anticipar el valor que tendrá un conjunto de individuos o casos en una variable, basándose en el valor que tienen en las variables relacionadas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.3. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental: al no haber afectado o manipulado las variables de estudio, habiendo cumplido con la observación de los fenómenos en el área de estudio para poder analizarlos. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

3.4. Enfoque de investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo y de corte transversal.

En primer lugar, se denomina *enfoque* a la manera de apreciar la investigación según la naturaleza de las variables. Teniendo en cuenta esta naturaleza, el estudio puede ser cuantitativo si las variables que se proponen estudiar son de naturaleza numérica, es decir, se miden con cantidades. En cambio, un estudio se verá como cualitativo si las variables son cualitativas, lo cual quiere decir que se miden con cualidades. Será mixto el estudio si unas variables son cualitativas y otras cuantitativas (Tafúr & Izaguirre, 2017, pág. 189).

El presente estudio por la naturaleza de sus variables es de carácter cuantitativo, ya que las variables serán medidas mediante la técnica de la encuesta.

3.5. Población y muestra

3.4.1. Población

La población según Espinoza, Yurivilca, García y Charca (2022) es conceptualizada como "El conjunto de individuos a investigar que tienen características en común, se encuentran en un territorio y pueden variar con el tiempo. Una investigación puede requerir de más de una población" (p.133).

La población de la investigación estuvo conformada por 230 estudiantes matriculados en el semestre 2025-II del área de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann (UNJBG).

3.4.2. *Muestra*

Sobre la muestra, se puede decir que es el subconjunto de una población o los casos escogidos de una población con algún criterio. Para optimizar gastos, tiempo y otros recursos, se necesitan tantas muestras como poblaciones tiene el estudio. Esto también posibilita que los resultados sean más profundos, rigurosos y precisos (Espinoza, Yurivilca, García, & Charca, 2022).

A partir de lo señalado por los autores, para la determinación de la muestra se empleó la fórmula del Muestreo Aleatorio Simple (MAS), la cual permitió establecer que la muestra del presente estudio estuvo conformada por 89 estudiantes del área de Ciencias Sociales.

A continuación, se detalla el proceso seguido para la obtención de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{N \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = 230 (tamaño de la población)

Z= 1.96 (valor correspondiente al nivel de confianza que representa un nivel de confianza del 95 %)

$p = 0.50$ (probabilidad de ocurrencia del evento)

$q = 0.50$ (probabilidad de no ocurrencia del evento)

$e = 0.05$ (margen de error permitido equivalente al 5 %.)

Al aplicar la fórmula con los valores señalados, se obtuvo un tamaño de muestra de 144,10, el cual fue redondeado a 144 estudiantes.

Asimismo, se utilizó la fórmula de ajuste del tamaño muestral.

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

Donde:

n' : Tamaño de la muestra ajustada

n : Tamaño de la muestra inicial calculada (144 estudiantes)

N : Tamaño de la población (230 estudiantes)

Al aplicar la fórmula de ajuste muestral, se obtuvo el siguiente resultado:

$$n' = \frac{144}{1 + \frac{144}{230}} = 88.56$$

El valor obtenido fue 88.56, el cual se redondeó a 89 estudiantes, constituyendo así la muestra final del estudio.

3.5. Técnicas de recolección de datos

La obtención de la información se realizará a través de la aplicación de la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario, el cual ha sido elaborado y validado con la aprobación de especialistas en el área.

3.6. Procesamiento y análisis de datos

La investigación actual se basó en la metodología científica y se llevó a cabo según el diseño no experimental. La encuesta directa y personal se utilizó como técnica aceptable para la recolección de datos, mientras que el cuestionario fue el instrumento empleado, con un diseño de variables que responde a las necesidades informativas necesarias para verificar las hipótesis formuladas en la investigación. En cuanto a las fuentes de información, se tuvo en cuenta las primarias y secundarias, teniendo en consideración los requerimientos de cada variable y sus respectivos indicadores.

En relación con el análisis de las variables, este se realizó conforme al enfoque del nivel relacional del estudio, con la finalidad de determinar la relación existente entre las variables y sus indicadores correspondientes. Para ello, se aplicó un análisis de contingencia que permitió identificar valores estadísticamente significativos, los cuales contribuyen a la contrastación de las hipótesis formuladas y al cumplimiento de los objetivos establecidos.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación

El presente trabajo es de campo, donde se realizó encuestas que se llevaron a cabo con los estudiantes de la Escuela Profesional de Educación de Ciencias Sociales y Promoción Sociocultural de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna.

4.2. Análisis e interpretación de resultados

4.2.1. Análisis de la variable medios de comunicación

4.2.1.1. Análisis de las dimensiones

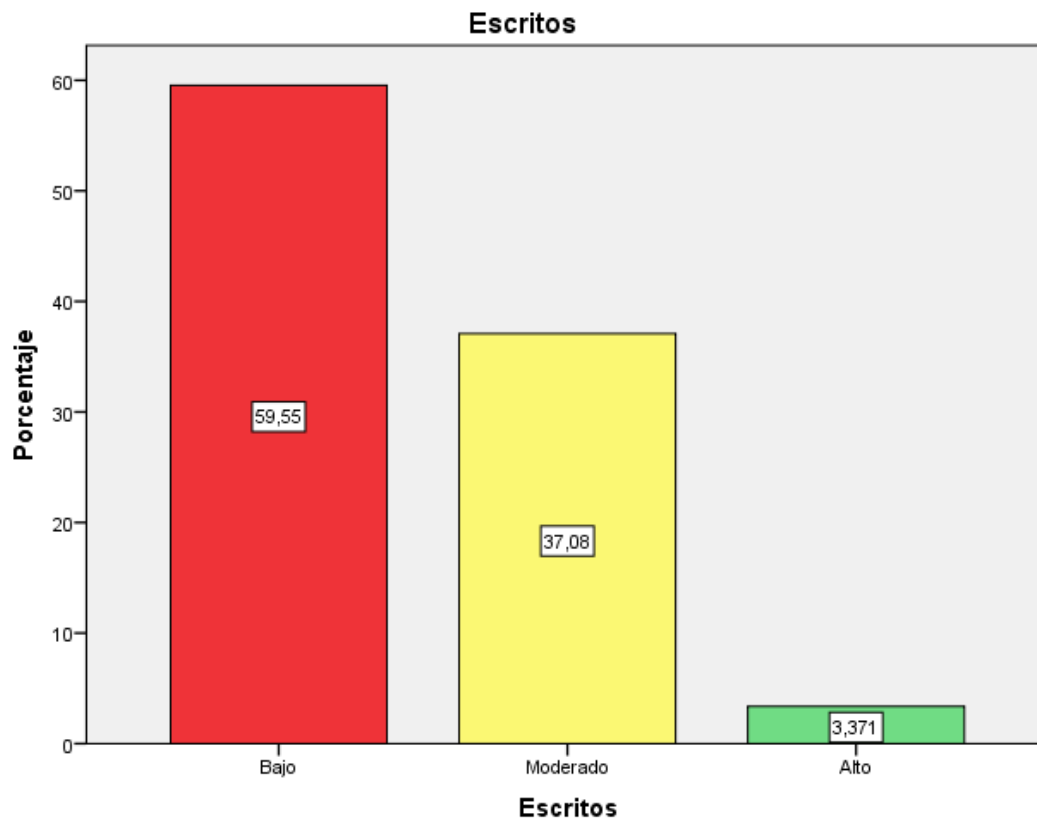
Dimensión 1: Medios escritos

Tabla 3
Medios escritos

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|------------|----------------------|
| Bajo | 53 | 59,6 | 59,6 | 59,6 |
| Moderado | 33 | 37,1 | 37,1 | 96,6 |
| Alto | 3 | 3,4 | 3,4 | 100,0 |
| Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 1

Figura 1
Medios escritos



Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 1

Interpretación

La presente figura muestra la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann respecto de la cobertura informativa de las mujeres indígenas en los medios escritos. Los resultados evidencian una tendencia marcada hacia la baja representación:

El 59,55 % de los encuestados considera que la cobertura informativa es baja, lo que indica que los medios escritos como periódicos, revistas y boletines informativos no visibilizan adecuadamente a las mujeres indígenas ni sus problemáticas. Mientras que el

37,08 % percibe una cobertura moderada, lo que da a entender que aunque existen algunos esfuerzos por incluir a esta comunidad en la agenda informativa, estos no son suficientes. Solo un 3,37 % percibe que la cobertura es alta, lo cual indica una escasa presencia significativa de las mujeres indígenas en los medios escritos.

Estos resultados evidencian que los medios escritos reproducen en la actualidad patrones de exclusión y no cumplen un rol activo en la promoción de una comunicación intercultural e inclusiva.

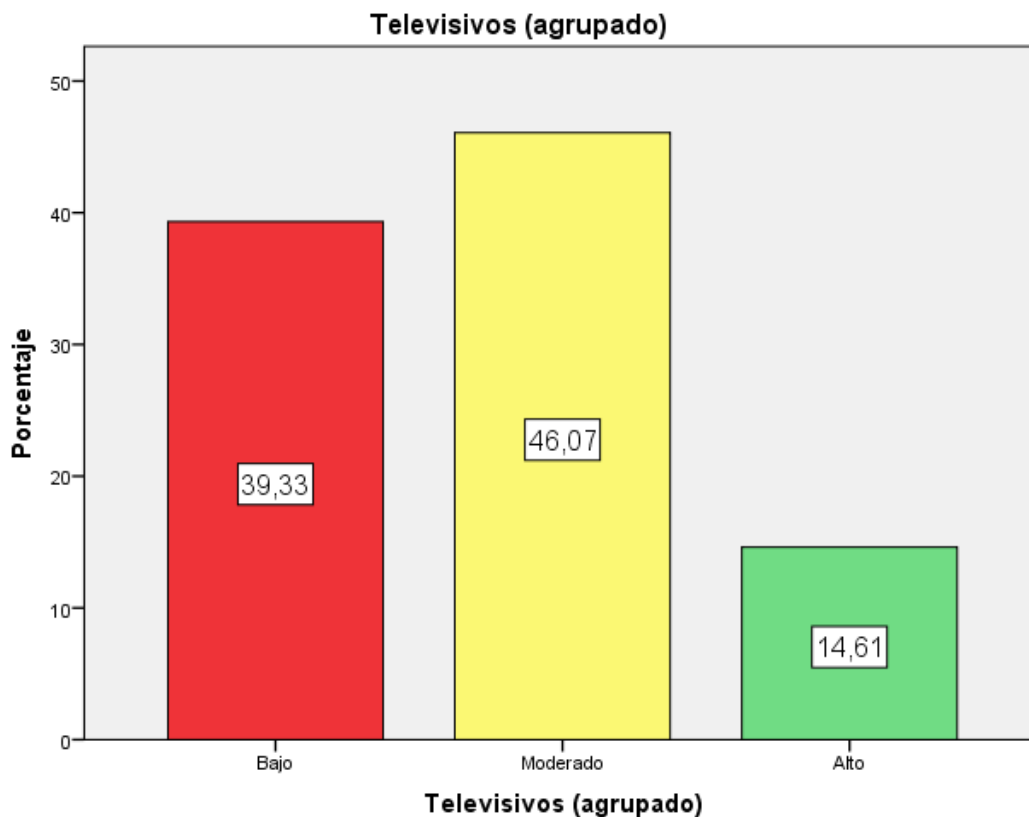
Dimensión 2: Medios televisivos

Tabla 4
Medios televisivos

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 35 | 39,3 | 39,3 | 39,3 |
| Moderado | 41 | 46,1 | 46,1 | 85,4 |
| Alto | 13 | 14,6 | 14,6 | 100,0 |
| Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 1

Figura 2
Medios televisivos



Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 1

Interpretación

La presente figura muestra la percepción de los estudiantes del área de Sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann respecto de la cobertura informativa de las mujeres indígenas en los medios televisivos.

El 46,07 % de los encuestados percibe que la cobertura informativa es moderada, lo que indica que si bien los medios televisivos tratan en alguna medida el tema de las mujeres indígenas, probablemente lo hacen de manera esporádica o solo en contextos específicos como fechas conmemorativas. Además, un 39,33 % considera que

existe una cobertura baja, lo que señala que aún está presente una notable invisibilización de las mujeres indígenas en la televisión. Y solo un 14,61 % considera que la cobertura es alta, lo que señala que muy pocos estudiantes han percibido una presencia significativa de mujeres indígenas en noticias de la televisión.

Con este resultado se puede decir que, aunque la televisión tiene un gran alcance y potencial para influir en la opinión pública, no está cumpliendo su rol de inclusión informativa respecto a las mujeres indígenas. Asimismo, la cobertura informativa moderada podría estar relacionadas a representaciones estereotipadas o a una falta de profundidad en la representación de sus realidades.

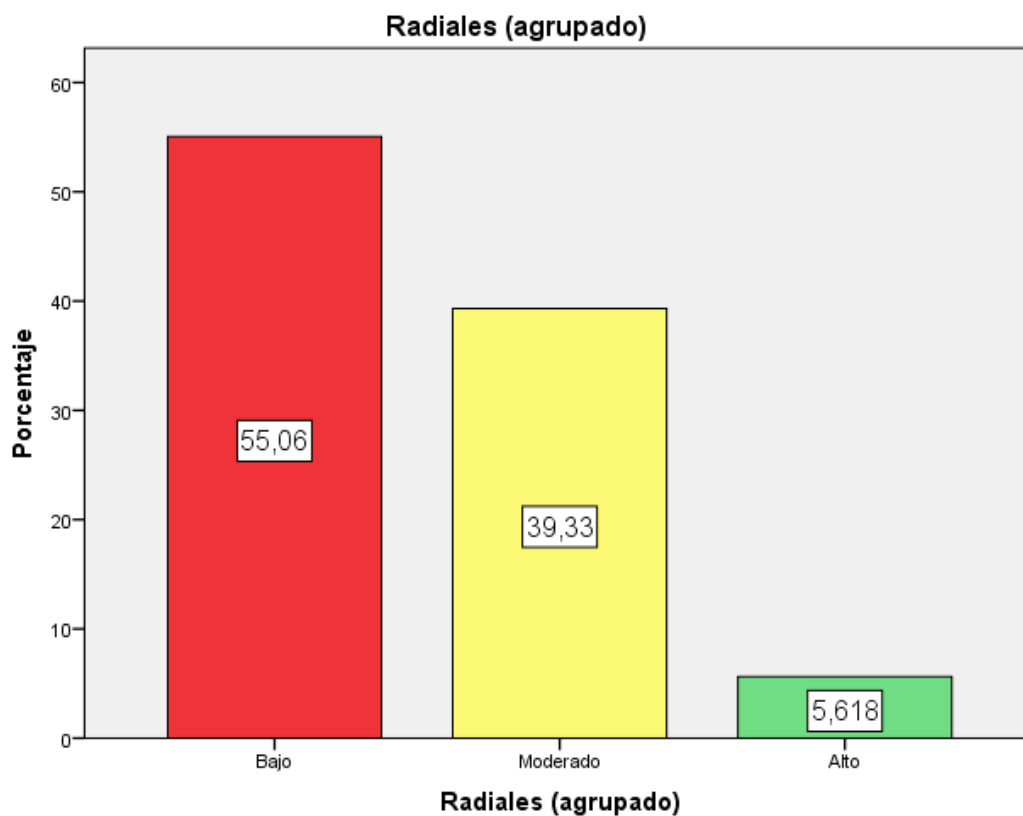
Dimensión 3: Medios radiales

Tabla 5
Medios radiales

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 49 | 55,1 | 55,1 | 55,1 |
| Moderado | 35 | 39,3 | 39,3 | 94,4 |
| Alto | 5 | 5,6 | 5,6 | 100,0 |
| Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 1

Figura 3
Medios radiales



Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 1

Interpretación

La presente figura muestra la percepción de los estudiantes del área de Sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann respecto a la cobertura informativa de las mujeres indígenas en los medios radiales.

El 55,06 % de los encuestados considera que la cobertura es baja, lo que indica que a pesar de que Tacna es una de las regiones que más escucha radio, no está visibilizando de forma adecuada a las mujeres indígenas en sus contenidos informativos. Mientras que el 39,33 % percibe una cobertura moderada, lo que señalaría

que existen algunos programas radiales que abordan la temática, pero de forma limitada o superficial. Por otra parte, solo un 5,62 % percibe que la cobertura es alta, lo que evidencia una representación muy baja en los medios radiales.

Este resultado es relevante, porque, a diferencia de los otros medios, la radio es el medio de comunicación que tiene mayor presencia en la zona rural, sin embargo, en los programas radiales no se está dando el tratamiento adecuado a sus narrativas y son pocos los que tienen a mujeres indígenas como protagonistas o creadoras de contenido informativo.

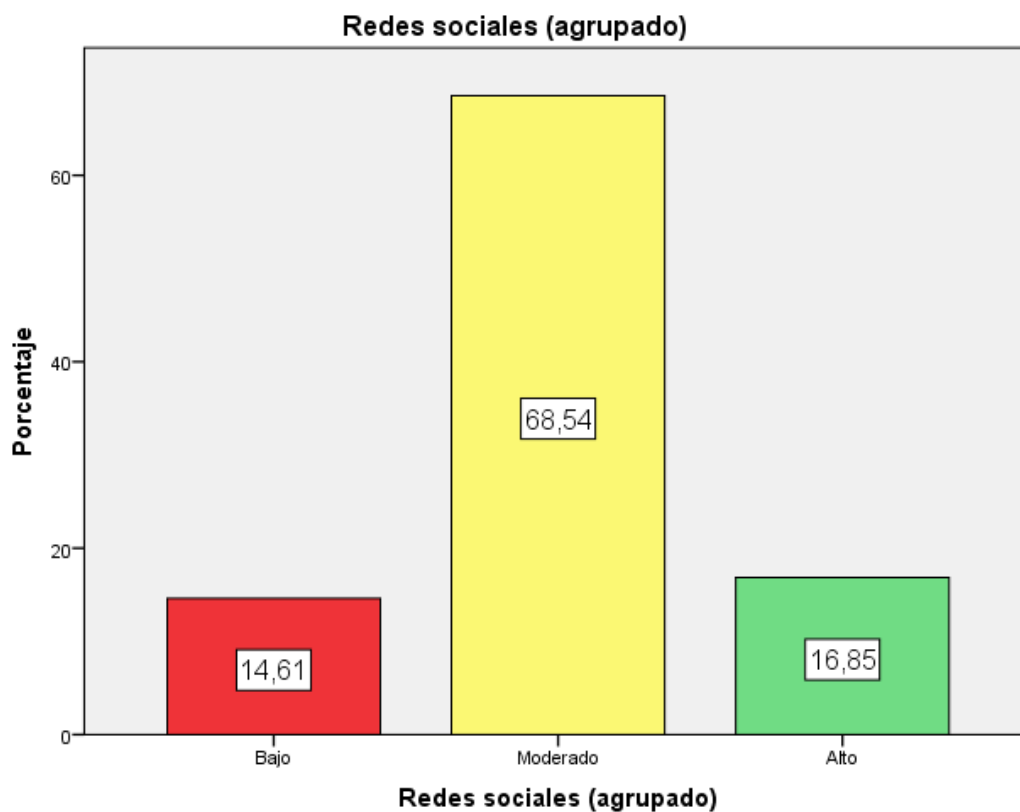
Dimensión 4: Redes sociales

Tabla 6
Redes sociales

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 13 | 14,6 | 14,6 | 14,6 |
| Moderado | 61 | 68,5 | 68,5 | 83,1 |
| Alto | 15 | 16,9 | 16,9 | 100,0 |
| Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 1

Figura 4
Redes sociales



Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 1

Interpretación:

La presente figura muestra la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann respecto a la cobertura informativa de las mujeres indígenas en las redes sociales.

El 68,54 % de los encuestados percibe que la cobertura informativa es moderada, lo que señalaría que si bien las redes sociales sí visibilizan a las mujeres indígenas, lo hacen de forma esporádica o superficial. Esta visibilidad probablemente se dé en contextos específicos, como campañas, denuncias o fechas conmemorativas. El

16,85 % percibe una cobertura alta, a partir de ello se puede decir que algunos estudiantes han identificado espacios digitales donde las mujeres indígenas tienen una presencia activa, como creadoras de contenido, activistas o referentes culturales. Solo un 14,61 % percibe que la cobertura es baja, lo que representa una minoría en comparación con los otros medios analizados.

Este resultado se diferencia con respecto a los medios tradicionales, ya que es a través de las redes sociales que las mujeres indígenas pueden compartir sus opiniones y narrativas sin pasar por filtros editoriales, que muchas veces velan por intereses personales, ofreciendo más oportunidades de visibilidad y representación inclusiva.

4.2.1.2. Análisis general

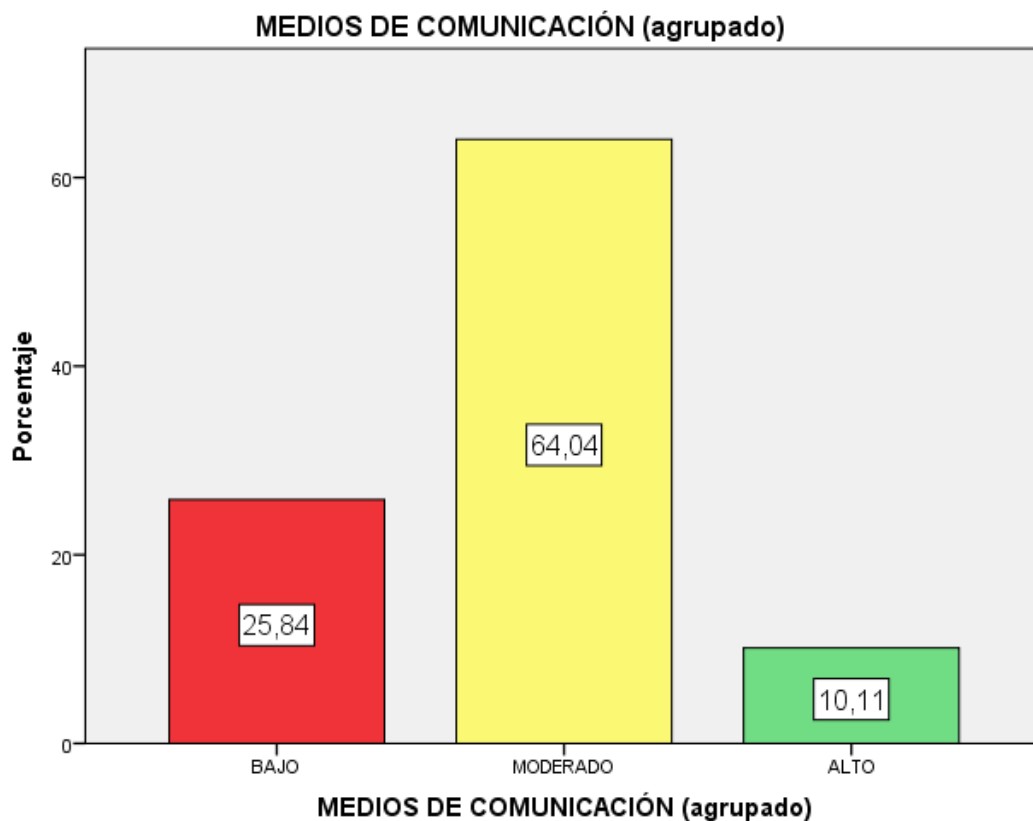
Variable 1: Medios de comunicación

Tabla 7
Medios de comunicación

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 23 | 25,8 | 25,8 | 25,8 |
| Moderado | 57 | 64,0 | 64,0 | 89,9 |
| Alto | 9 | 10,1 | 10,1 | 100,0 |
| Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 1

Figura 5
Medios de comunicación



Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 1

Interpretación:

La presente figura muestra la percepción de los estudiantes del área de Sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann respecto a la cobertura informativa de las mujeres indígenas en los medios de comunicación (incluyendo escritos, televisivos, radiales y redes sociales).

El 64,04 % de los encuestados considera que la cobertura es moderada, lo que indica que si bien los medios de comunicación tratan en alguna medida el tema de las mujeres indígenas, probablemente lo hacen de manera esporádica o solo en contextos específicos como fechas conmemorativas, sin una representación sostenida. Asimismo,

el 25,84 % percibe una cobertura baja, es decir, una cuarta parte de los estudiantes observa una escasa presencia de mujeres indígenas en los medios. Finalmente, solo un 10,11 % percibe que la cobertura informativa es alta, lo cual indica que una cantidad muy baja de estudiantes han identificado una representación significativa y constante de mujeres indígenas en los medios.

Este resultado fortalece los hallazgos de las dimensiones específicas, a pesar de que se han logrado avances en la visibilidad de las mujeres indígenas, la cobertura informativa aun es limitada y dispareja. La predominancia del nivel moderado sugiere que los medios están en un punto medio, donde hay esfuerzos, pero no se consolidan como prácticas inclusivas.

4.2.2. Análisis de la variable cobertura informativa de las mujeres indígenas

4.2.2.1. Análisis de las dimensiones

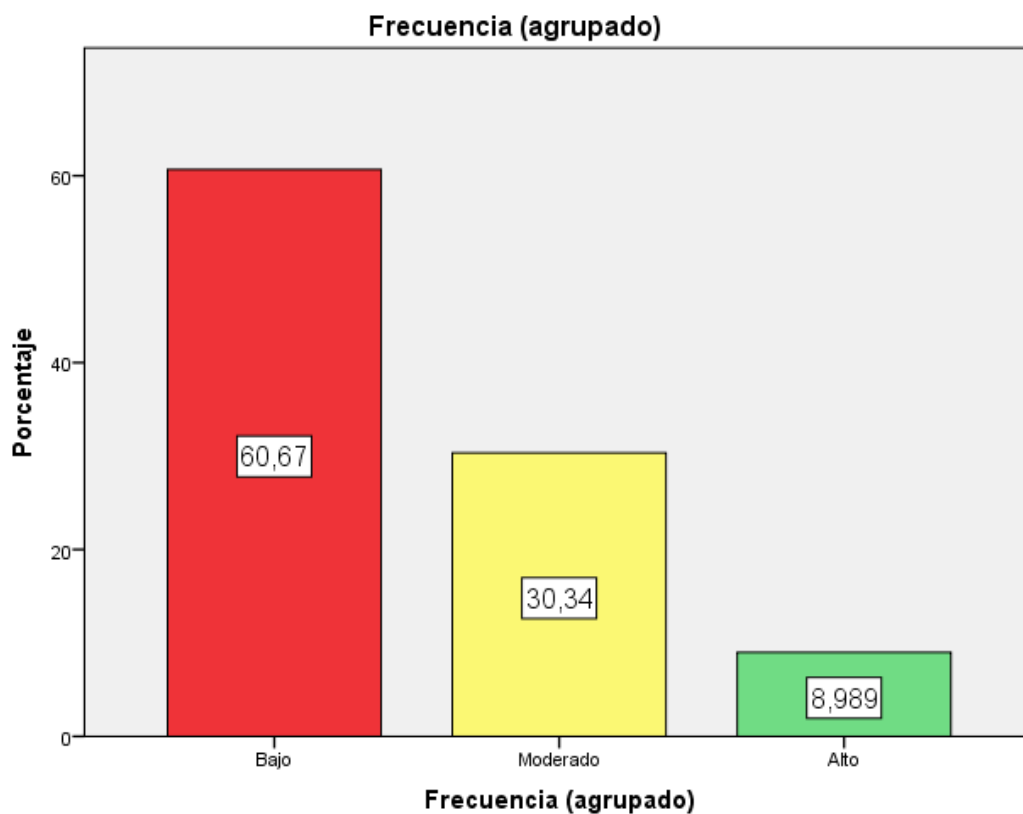
Dimensión 1: Frecuencia

Tabla 8
Frecuencia

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 54 | 60,7 | 60,7 | 60,7 |
| Moderado | 27 | 30,3 | 30,3 | 91,0 |
| Alto | 8 | 9,0 | 9,0 | 100,0 |
| Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 2

Figura 6
Frecuencia



Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 2

Interpretación:

La presente figura muestra la percepción de los estudiantes del área de Sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann sobre la frecuencia con la que los medios de comunicación informan sobre las mujeres indígenas.

El 60,67 % de los encuestados considera que la frecuencia con que los medios de comunicación informan sobre las mujeres indígenas es baja. Esta baja constancia puede contribuir a la escasa visibilidad y a la falta de continuidad en el tratamiento de sus problemas y logros. Además, un 30,34 % percibe una frecuencia moderada, lo que indica que hay apariciones esporádicas, probablemente vinculadas a fechas

conmemorativas o contextos específicos. Y solo un 8,99 % percibe que la frecuencia es alta, lo que señala que pocos estudiantes han observado una cobertura constante.

Este resultado es importante para entender que la cobertura informativa no solo debe existir, sino perdurar en el tiempo. Cualquier esfuerzo de comunicación tiene menos efecto debido a la escasa frecuencia, ya que no posibilita crear una narrativa constante ni consolidar la presencia de las mujeres indígenas en la agenda pública.

Dimensión 2: Impacto

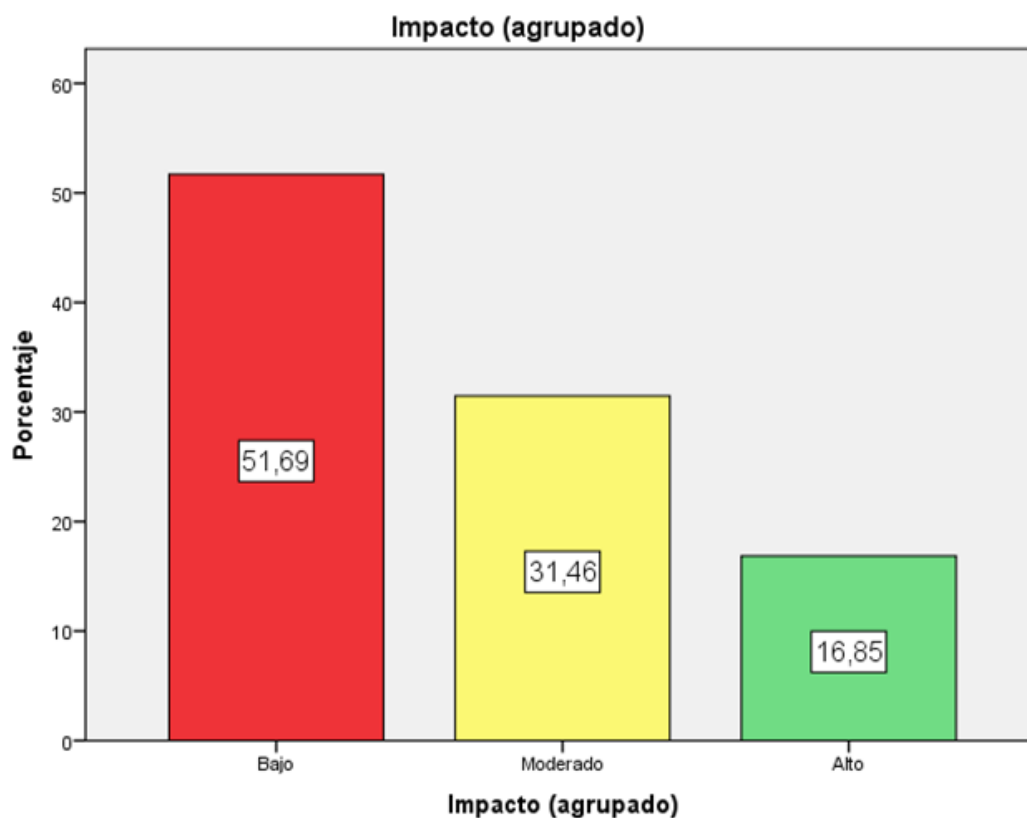
Tabla 9

Impacto

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 46 | 51,7 | 51,7 | 51,7 |
| Moderado | 28 | 31,5 | 31,5 | 83,1 |
| Alto | 15 | 16,9 | 16,9 | 100,0 |
| Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 2

Figura 7
Impacto



Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 2

Interpretación

La presente figura muestra la percepción de los estudiantes del área de Sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann sobre el impacto que genera la cobertura informativa de las mujeres indígenas.

El 51,69 % de los encuestados considera que el impacto es bajo, con ello se puede decir que aunque exista cobertura informativa, no logra generar cambios significativos en la conciencia social ni en el reconocimiento de las mujeres indígenas. Además, el 31,46 % percibe un impacto moderado, lo cual señala que los efectos positivos no son lo suficientemente amplios o duraderos como para cambiar imaginarios

o promover acciones específicas. Finalmente, un 16,85 % percibe que el impacto es alto, lo cual indica que una pequeña cantidad de estudiantes reconoce un efecto real y positivo de la cobertura informativa en cuanto a la visibilidad y valoración de las mujeres indígenas.

Este resultado señala que la cobertura informativa no solo debe existir, sino también ser efectiva. El bajo impacto percibido indica que los contenidos informativos no están logrando establecer una conexión con la audiencia ni fomentar una conciencia crítica. La causa de ello puede ser enfoques estereotipados, superficiales o fuera de contexto.

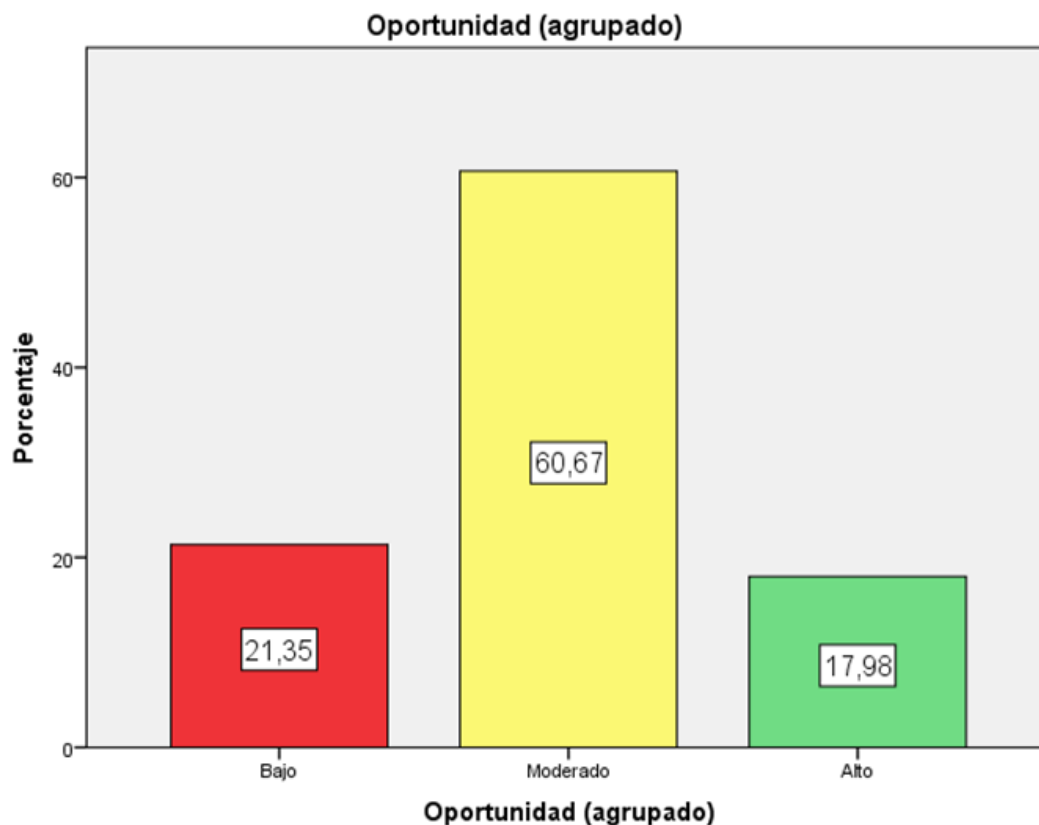
Dimensión 3: Oportunidad

Tabla 10
Oportunidad

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 19 | 21,3 | 21,3 | 21,3 |
| Moderado | 54 | 60,7 | 60,7 | 82,0 |
| Alto | 16 | 18,0 | 18,0 | 100,0 |
| Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 2

Figura 8
Oportunidad



Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 2

Interpretación:

La presente figura muestra la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann sobre la oportunidad con la que los medios de comunicación informan sobre las mujeres indígenas, es decir, si lo hacen en momentos relevantes, adecuados y con sentido de actualidad.

El 60,67 % de los encuestados percibe que la oportunidad es moderada, lo cual señala que los medios sí informan en momentos relevantes, pero no de forma estratégica. Por otra parte un 21,35 % percibe una oportunidad baja, lo cual indica que en muchas ocasiones la cobertura llega tarde, carece de contexto o no responde a las

verdaderas necesidades de las mujeres indígenas. Por último, solo un 17,98 % considera que la oportunidad es alta, ello señala que pocos estudiantes perciben una cobertura oportuna, capaz de producir impacto y visibilidad en momentos relevantes.

Este resultado muestra que la oportunidad informativa es un componente débil en la cobertura. Los esfuerzos existentes para visibilizar a la mujer indígena no siempre coinciden con los momentos en que su presencia es más necesaria en el discurso público. Esto limita la capacidad de los medios para acompañar y transformar procesos sociales.

4.2.2.2. Análisis general

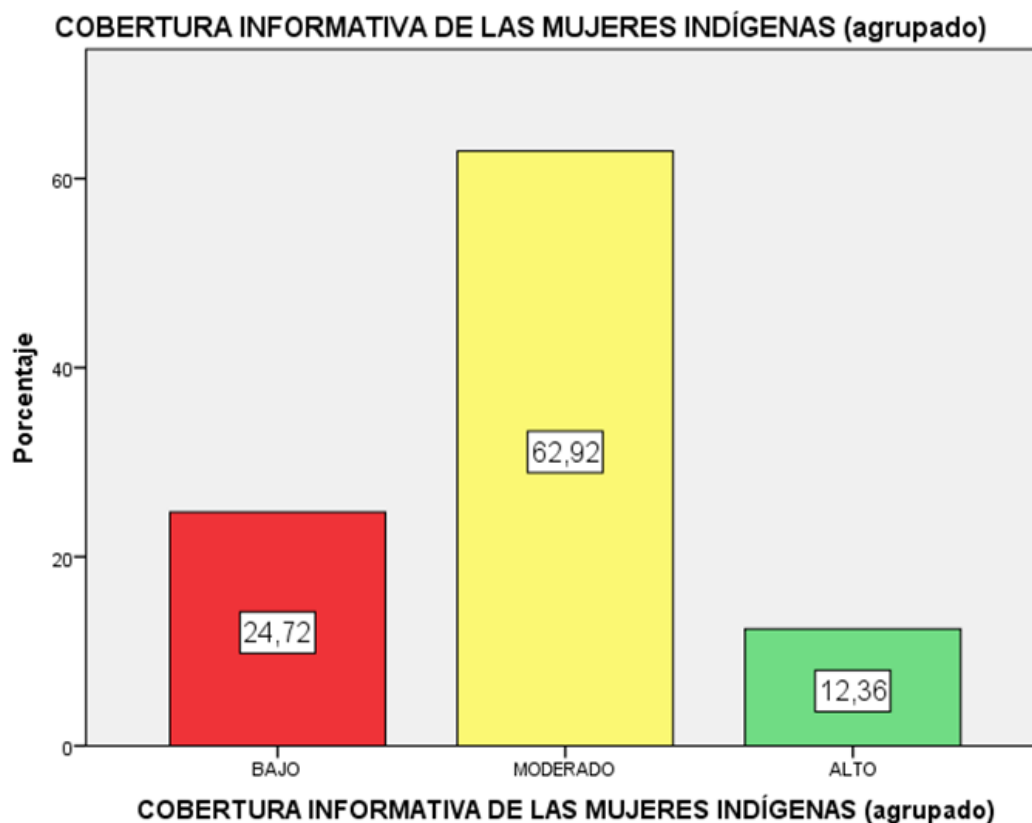
Variable 2: Cobertura informativa de las mujeres indígenas

Tabla 11
Cobertura informativa de las mujeres indígenas

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 22 | 24,7 | 24,7 | 24,7 |
| Moderado | 56 | 62,9 | 62,9 | 87,6 |
| Alto | 11 | 12,4 | 12,4 | 100,0 |
| Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 2

Figura 9
Cobertura informativa de las mujeres indígenas



Nota. Tomado de la aplicación del cuestionario de la variable 2

Interpretación:

La presente figura muestra la percepción de los estudiantes del área de Sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann sobre el nivel de cobertura informativa que reciben las mujeres indígenas en los medios de comunicación.

El 62,92 % de los estudiantes encuestados considera que la cobertura informativa es moderada, ello indica que los medios si bien es cierto abordan la temática de las mujeres indígenas, no lo hacen de manera sostenida en el tiempo ni profundizan en sus problemáticas o logros. Además, es probable que esta cobertura solo se de en ciertas fechas conmemorativas o eventos específicos. Por otro lado, el 24,72 %

percibe una cobertura baja, lo cual señala que casi una cuarta parte de los estudiantes aún observa una escasa presencia de las mujeres indígenas en los medios. Solo un 12,36 % considera que la cobertura es alta, siendo la menor parte de los estudiantes quienes han identificado una representación significativa de las mujeres indígenas en los medios.

Este análisis corrobora los hallazgos previamente obtenidos por cada dimensión y variable. Aunque los medios den cierta visibilidad a las mujeres indígenas, la cobertura informativa todavía es insuficiente y desigual. Los resultados señalan que aun existen desafíos para lograr una representación justa e inclusiva de las mujeres indígenas en la agenda mediática.

4.3 Contrastación de hipótesis

4.3.1 Verificación de la hipótesis general

a) **Hipótesis estadística:**

Ho: La relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en Tacna – 2025 no es significativa.

H1: La relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en Tacna – 2025 es significativa.

b) **Nivel de significancia:** 5 % = 0,05

c) **Zona de rechazo:** Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta Ho y se rechaza H1.

d) **Estadístico de prueba:** Rho de Spearman

Tabla 12
Verificación de hipótesis general

| | | | MEDIOS DE COMUNICACIÓN (agrupado) | COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS (agrupado) |
|-----------------|--|--------------------------------|---|---|
| Rho de Spearman | MEDIOS DE COMUNICACIÓN (agrupado) | Coefficiente de correlación | 1.000 | ,576** |
| | | Sig. (bilateral) | | .000 |
| | | N | 89 | 89 |
| | COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS (agrupado) | Coefficiente de correlación | ,576** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | .000 | |
| | | N | 89 | 89 |

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tomado del procesamiento de la aplicación de la encuesta

a) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la Sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la Sig. es mayor a 0,05

b) Interpretación:

En la tabla 12 se observa un Sig. bilateral igual a 0,000 que es menor a $p: 0,05$, lo que indica que existe una relación significativa entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas, entonces, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0), a un nivel de confianza del 95 %, y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Asimismo, el coeficiente de correlación Rho de Spearman presenta un valor igual a 0,576, lo que significa que la fuerza de correlación es positiva moderada entre ambas variables. Por lo que se puede presumir que a mayor presencia, diversidad o actividad de los medios de comunicación, mayor es la cobertura informativa sobre las mujeres indígenas.

4.3.2 Verificación de las hipótesis específicas

Verificación de la primera hipótesis específica

a) Hipótesis estadística:

Ho: La relación entre los medios escritos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 no es significativa.

H1: La relación entre los medios escritos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 es significativa.

b) **Nivel de significancia:** 5 % = 0,05

c) **Zona de rechazo:** Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta Ho y se rechaza H1.

d) **Estadístico de prueba:** Rho de Spearman

Tabla 13
Verificación de primera hipótesis específica

| | | Escritos | COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS (agrupado) |
|-----------------|--------------------------------------|-----------------------------|---|
| Rho de Spearman | | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | Escritos | Sig. (bilateral) | ,357** |
| | | N | ,001 |
| | COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES | Coefficiente de correlación | 89 |
| | | ,357** | 1,000 |

| | | | |
|------------------------------------|------------------|------|----|
| MUJERES INDÍGENAS (agrupado) | Sig. (bilateral) | ,001 | . |
| | N | 89 | 89 |

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tomado del procesamiento de la aplicación de la encuesta

c) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la Sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la Sig. es mayor a 0,05

d) Interpretación:

En la tabla 13 se observa un Sig. bilateral igual a 0,001 que es menor a $p : 0,05$, lo que indica que existe una relación significativa entre los medios escritos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas, entonces, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0), a un nivel de confianza del 95 %, y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Asimismo, el coeficiente de correlación Rho de Spearman presenta un valor igual a 0,357, lo que significa que la fuerza de correlación es positiva baja entre ambas variables. Por lo que se puede presumir que a mayor presencia, diversidad o actividad de los medios escritos, mayor es la cobertura informativa sobre las mujeres indígenas.

Verificación de la segunda hipótesis específica

a) Hipótesis estadística:

H_0 : La relación entre los medios televisivos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 no es significativa.

H1: La relación entre los medios televisivos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 es significativa.

- b) **Nivel de significancia:** 5 % = 0,05
- c) **Zona de rechazo:** Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .
- d) **Estadístico de prueba:** Rho de Spearman

Tabla 14
Verificación de segunda hipótesis específica

| | | | Televisivos (agrupado) | COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS (agrupado) |
|-----------------|--|-----------------------------|---------------------------|---|
| Rho de Spearman | Televisivos (agrupado) | Coefficiente de correlación | 1.000 | ,349** |
| | | Sig. (bilateral) | | .001 |
| | | N | 89 | 89 |
| | COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS (agrupado) | Coefficiente de correlación | ,349** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | .001 | |
| | | N | 89 | 89 |

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tomado del procesamiento de la aplicación de la encuesta

- e) **Regla de decisión:**

Rechazar H_0 si la Sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la Sig. es mayor a 0,05

- f) **Interpretación:**

En la tabla 14 se observa un Sig. bilateral igual a 0,001 que es menor a $p : 0,05$, lo que indica que existe una relación significativa entre los medios televisivos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas, por lo que se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0), a un nivel de confianza del 95 %, y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Asimismo, el coeficiente de correlación Rho de Spearman presenta un valor igual a 0,349, lo que señala que la fuerza de correlación es positiva baja entre ambas variables. Por lo que se puede presumir que a mayor presencia, diversidad o actividad de los medios televisivos, mayor es la cobertura informativa sobre las mujeres indígenas.

Verificación de la tercera hipótesis específica

a) Hipótesis estadística:

Ho: La relación entre los medios radiales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 no es significativa.

H1: La relación entre los medios radiales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 es significativa.

b) Nivel de significancia: $5 \% = 0,05$

c) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .

d) Estadístico de prueba: Rho de Spearman

Tabla 15
Verificación de tercera hipótesis específica

| | | | Radiales (agrupado) | COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS (agrupado) |
|-----------------|---|-----------------------------|---------------------|---|
| Rho de Spearman | Radiales (agrupado) | Coefficiente de correlación | 1.000 | ,430** |
| | | Sig. (bilateral) | | .000 |
| | | N | 89 | 89 |
| | COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS (agrupado) | Coefficiente de correlación | ,430** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | .000 | |
| | | N | 89 | 89 |

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tomado del procesamiento de la aplicación de la encuesta

e) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la Sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la Sig. es mayor a 0,05

f) Interpretación:

En la tabla 15 se observa un Sig. bilateral igual a 0,000 que es menor a $p : 0,05$, lo que indica que existe una relación significativa entre los medios radiales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas, entonces, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0), a un nivel de confianza del 95%, y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Asimismo, el coeficiente de correlación Rho de Spearman presenta un valor igual a 0,430, lo que significa que la fuerza de correlación es positiva moderada entre ambas variables. Por lo que se puede presumir que a mayor presencia, diversidad o actividad de los medios radiales, mayor es la cobertura informativa sobre las mujeres indígenas.

Verificación de la cuarta hipótesis específica

a) Hipótesis Estadística:

Ho: La relación entre las redes sociales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 no es significativa.

H1: La relación entre las redes sociales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 es significativa.

b) Nivel de significancia: 5 % = 0,05

c) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta Ho y se rechaza H1.

d) Estadístico de prueba: Rho de Spearman

Tabla 16

Verificación de cuarta hipótesis específica

| | | | Redes sociales (agrupado) | COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS (agrupado) |
|--------------------|--|--|-------------------------------|---|
| Rho de Spearman | Redes sociales (agrupado) | Coeficiente de correlación | 1.000 | ,446** |
| | | Sig. (bilateral) | | .000 |
| | | N | 89 | 89 |
| | COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS (agrupado) | COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS (agrupado) | Coeficiente de correlación | ,446** |
| Sig. (bilateral) | | | .000 | |
| | | N | 89 | 89 |
| | | | | |

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tomado del procesamiento de la aplicación de la encuesta

e) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la Sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la Sig. es mayor a 0,05

f) Interpretación:

En la Tabla 105 se ha comprobado que existe relación significativa entre la inversión pública y el desarrollo de habilidades investigativas, ya que el p-valor es 0,000 menor a 0,05; entonces, se decide rechazar la Hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95%, y se acepta la Hipótesis Alternativa (H_1).

En la tabla 16 se observa un Sig. bilateral igual a 0,000 que es menor a $p : 0,05$, lo que indica que existe una relación significativa entre las redes sociales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas. Asimismo, el coeficiente de correlación Rho de Spearman presenta un valor igual a 0,446, lo que significa que la fuerza de correlación es positiva moderada entre ambas variables, entonces, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0), a un nivel de confianza del 95%, y se acepta la hipótesis alternativa (H_1). Por lo que se puede presumir que a mayor presencia, diversidad o actividad en las redes sociales, mayor es la cobertura informativa sobre las mujeres indígenas.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la presente investigación, al determinar la relación entre medios de comunicación y cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna, se pudo encontrar el valor de p calculado = $0,000 < p$ tabular = $0,05$, a través de la prueba no paramétrica Rho de Spearman. Lo que evidencia que existe una relación entre ambas variables. Estos resultados señalan la existencia de una relación significativa y positiva entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas. A partir de ello, se puede resaltar que los medios de comunicación cumplen un papel importante en dar visibilidad a esta comunidad, y que su fortalecimiento podría estar relacionado con una mayor representación informativa. Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de investigación, que refiere que existe una relación significativa entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna.

En el ámbito internacional, Neto (2021) en su trabajo titulado “Los medios de comunicación tecnológicos y su influencia en la conducta de los estudiantes del nivel de educación inicial 2 de la Unidad Educativa FAE N° 5 en el período 2020-2021” concluye que los medios son herramientas de desarrollo conductual y educativo, dependiendo del tipo de contenidos y del control o acompañamiento en su uso.

Si bien el enfoque temático difiere, sus resultados se relacionan con la presente investigación en cuanto a que la influencia de los medios no es automática ni absoluta, sino que está condicionada por la calidad, el enfoque y la forma en que se emplean. En la presente investigación se determinó una relación positiva y significativa entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas; sin embargo, dicha relación es de carácter moderado, lo que evidencia que la sola presencia de los medios no garantiza una cobertura adecuada.

Un segundo trabajo procedente de Ecuador a cargo de Banchón (2023) titulado “Influencia de los medios de comunicación digitales en los jóvenes de la ciudad de Machala. Caso jóvenes de 18 a 20 años de la Parroquia Puerto Bolívar”. La conclusión principal señala que los jóvenes consumen contenido informativo a través de redes sociales como Facebook, dejando en evidencia el alto potencial de alcance de los medios de comunicación digitales como las redes sociales entre los jóvenes.

En relación a la investigación realizada por la suscrita, se denota que existe una similitud, ya que el presente trabajo evidenció que son en las redes sociales donde se apreció mayor cobertura informativa de mujeres indígenas a diferencia de los otros medios de comunicación tradicionales.

Un tercer trabajo corresponde a Meléndez (2011) cuya investigación titulada “Los medios de comunicación y la opinión pública una relación difícil” concluye que los medios no siempre reflejan las prioridades del público, y la opinión se construye también por factores sociales.

En relación con el presente trabajo, se denota la existencia de una similitud: aunque la relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las

mujeres indígenas es positiva, no es absoluta o determinante. Esto evidencia que la percepción del público no depende únicamente de lo que los medios difundan, sino también de otros factores sociales y culturales.

En el ámbito nacional, en el trabajo de Távora (2020) titulado “El rol de los medios de comunicación en la exclusión de los pueblos indígenas del Perú en tiempos de globalización”, el autor concluye que los medios tienen un impacto profundo en la construcción de imaginarios sociales y que, dependiendo de su línea editorial, pueden reproducir dinámicas de exclusión. En el caso del “Baguazo”, se evidenció una cobertura que deslegitimó la lucha indígena, influenciada por intereses económicos.

El presente estudio guarda relación con estos hallazgos, pues se observa que la cobertura mediática sobre la mujer indígena es esporádica, lo que deriva en un nivel de visibilización moderado. Esto sugiere que, al igual que en el estudio de Távora, los medios pueden contribuir a la invisibilización o subrepresentación de poblaciones indígenas.

El segundo trabajo hallado a nivel nacional le pertenece a Rojas & Salazar (2022), titulado: “Apreciación de la cobertura informativa de América Noticias acerca de la violencia contra la mujer: jóvenes de Surco, Lima 2020”, una de sus conclusiones señala que los jóvenes son capaces de identificar y evaluar el tratamiento informativo de temas sociales relevantes. Reconocen que existe cobertura, pero también perciben limitaciones, en cuanto a profundidad analítica e independencia periodística.

En relación con la presente investigación se observa una coincidencia: aunque los estudiantes perciben que los medios ofrecen cierta cobertura sobre las mujeres indígenas, esta no es sólida ni constante, lo que evidencia una relación moderada entre

ambos factores y, al igual que en el estudio de R. y S. revela áreas de mejora en la calidad y consistencia de la cobertura informativa.

El tercer trabajo de investigación hallado a nivel nacional es de Ramos (2018) titulado: “Medios masivos de comunicación local y confianza ciudadana en la cobertura noticiosa de la política regional ayacuchana. 2018”. El autor concluye que los medios locales en Ayacucho generan bajos niveles de confianza ciudadana debido al tratamiento insuficiente y limitado de la información política.

En relación con la presente investigación se observa una diferencia, ya que se denota que los estudiantes perciben un nivel moderado de confianza en los medios, asociado a la posibilidad de que estos contribuyan a visibilizar a las mujeres indígenas. Esto sugiere que, si los medios incorporaran con mayor frecuencia y profundidad este tema en sus contenidos, podrían fortalecer todavía más esa confianza.

En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar estos resultados, confirmamos que existe una relación significativa y positiva entre los medios de comunicación y la cobertura de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna. Este hallazgo refuerza la importancia de promover una cobertura informativa intercultural que de representatividad a estas comunidades, con el fin de lograr una sociedad más justa e inclusiva.

CONCLUSIONES

PRIMERA

Se determinó una correlación positiva baja entre los medios escritos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna, al obtener un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,357, siendo significativa al obtener un $p < 0,05$. Por lo tanto, a mayor cantidad o calidad de contenidos escritos, mayor es la cobertura informativa sobre mujeres indígenas, aunque no de forma perfecta ni muy fuerte.

SEGUNDA

Se determinó que existe una correlación positiva baja entre los medios televisivos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna, al obtener un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,349, siendo significativa al obtener un $p < 0,05$. Esto significa que, a mayor cantidad o calidad de contenido televisivo, mayor es la cobertura informativa sobre mujeres indígenas. Además, en la región se observa que si bien los medios televisivos tratan en alguna medida el tema de las mujeres indígenas, según la percepción de los encuestados lo hacen de manera esporádica o solo en contextos específicos como fechas conmemorativas.

TERCERA

Se determinó una correlación positiva moderada entre los medios radiales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna, al obtener un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,430, siendo significativa al obtener un $p < 0,05$. Esto significa que, a mayor cantidad o calidad de contenido radial, mayor es la cobertura informativa sobre mujeres indígenas. A diferencia de los otros medios, la radio es el medio de comunicación que tiene mayor presencia en la zona rural, sin embargo, en los programas radiales no se da un tratamiento adecuado a sus narrativas y son pocos los que tienen a mujeres indígenas como protagonistas o creadoras de contenido informativo.

CUARTA

Se determinó una correlación positiva moderada entre las redes sociales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna, al obtener un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,446, siendo significativa al obtener un $p < 0,05$. Esto significa que, a mayor cantidad o calidad de contenido en redes sociales, mayor es la cobertura informativa sobre mujeres indígenas. A diferencia de los medios tradicionales, es a través de las redes sociales que las mujeres indígenas pueden compartir sus opiniones y narrativas sin pasar por filtros editoriales, ofreciendo más oportunidades de visibilidad y representación inclusiva.

QUINTA

Se determinó que existe relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna, al obtenerse un coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,576 y un valor p de 0,00 ; es decir, $< 0,05$ se comprobó estadísticamente que los medios de comunicación (escritos, televisivos, radiales y redes sociales) juegan un papel importante en la visibilización de las mujeres indígenas, y que el fortalecimiento o diversificación de contenidos referidos a este grupo social está relacionado con una mayor representación informativa.

RECOMENDACIONES

PRIMERA

Se recomienda a los medios de comunicación de la región fortalecer la cobertura informativa sobre mujeres indígenas, empleando prácticas periodísticas interculturales como comunicar en lenguas originarias e incluir a las mujeres indígenas como creadoras de contenido.

SEGUNDA

Se sugiere a los medios de comunicación televisivos que realicen una cobertura más frecuente sobre el tema de mujeres indígenas, lo que ayudaría a visibilizar esta comunidad.

TERCERA

Se recomienda a los medios radiales de la región incluir el tema de mujeres indígenas en sus noticias y promover el empleo de mujeres indígenas como locutoras, considerando que la radio es el medio tradicional que tiene mayor alcance en la zona rural donde mayormente viven las comunidades indígenas.

CUARTA

Se sugiere a quienes realizan labor informativa en redes sociales que aprovechen el amplio alcance que tienen estas plataformas a diferencia de los medios tradicionales, para amplificar el contenido informativo acerca de mujeres indígenas y colaborar con

quienes ya tienen presencia en Internet y comparten sus opiniones y narrativas, para fortalecer la visibilidad de esta comunidad.

QUINTA

Se recomienda a los medios de comunicación: radio, televisión, medios escritos y redes sociales, incluir en sus programas informativos una visión integral acerca de la realidad de las mujeres indígenas considerando una cobertura inclusiva que represente sus valores, cultura, problemas y logros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, C. (2023). *Personas indígenas en la televisión: su no discriminación y el derecho a la información de la sociedad*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Astengo Cangahuala, D. (2023). *Características de la cobertura periodística del diario El Comercio en su edición online durante la crisis sanitaria del Covid-19 en la primera etapa del confinamiento social obligatorio del 16 al 30 de marzo de 2020*. Lima.
- Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. (2015). *Sintonizando con el medio, la radio como medio de comunicación*. Buenos Aires.
- Ballesteros, T., & Martínez, G. (2019). *¡La radio vive! Mutaciones culturales de lo sonoro*. Quito: CIESPAL.
- Banchón Briones, M. (2023). *Influencia de los medios de comunicación digitales en los jóvenes de la ciudad de Machala. Caso jóvenes de 18 a 20 años de la Parroquia Puerto Bolívar*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Berlo, D. K. (1984). *El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 210–230.

- Bustamante, S. (2024). Lenguas originarias y medios de comunicación del Estado Peruano: Camino hacia la interculturalidad. *LEMMA: REVISTA DE COMUNICACIÓN*, 3-18.
- Castelló, A. (2010). Una nueva figura profesional: el Community Manager. *Pangea: Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, 74-97.
- Celigueta, G., & Viola, A. (2021). PANTALLAS Y PREJUICIOS: ESTEREOTIPOS MEDIÁTICOS SOBRE LAS MUJERES INDÍGENAS EN PERÚ Y GUATEMALA. *Disparidades. Revista de Antropología*, 1-7.
- Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE)-División de Población y División de Asuntos de Género de la CEPAL. (2013). *Mujeres indígenas en América Latina*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Comisión Andina de Juristas. (2009). *Manual informativo para pueblos indígenas: La justicia indígena en los países andinos*. Lima.
- Comisión de Educación y Formación de las Comunidades Autónomas & Instituto Nacional del Consumo. (1994). *Medios de Comunicación Social*. Castilla: Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Congreso de la República del Perú. (2021). *LEY N° 31168*. Diario Oficial El Peruano.
- CPI Research. (2023). *Medios y plataformas de comunicación en el Perú: Lima metropolitana y el interior del país*. Lima: CPI Research.
- Dominguez Goya, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Estado de México: Red Tercer Milenio S. C.

- Elizundia, A. (2025). Investigación en comunicación digital en el contexto de la postmodernidad: desafíos y nuevas perspectivas metodológicas. *Innovación, tecnología y métodos en comunicación digital*, 108-137.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 51-58.
- Espinoza, I., Yurivilca, M., García, J., & Charca, D. (2022). *Metodología de la investigación en Administración*. Junín: Biblioteca Nacional del Perú.
- Estado Peruano. (9 de Agosto de 2024). *Gob.pe*. Obtenido de *Gob.pe*:
<https://www.gob.pe/institucion/mimp/noticias/1000893-dia-internacional-de-los-pueblos-indigenas-mimp-destaca-el-valioso-aporte-de-las-mujeres-indigenas-al-desarrollo-del-peru>
- Farías, G. (28 de Julio de 2025). *Medios de comunicación*. Obtenido de Concepto:
<https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>
- Federación Internacional de Periodistas. (2016). *La concentración de medios en América Latina: su impacto en el derecho a la comunicación*. Obtenido de <https://docplayer.es/59460633-La-concentracion-de-medios-en-america-latina.html>
- Furlán Gonzales, A. (1994). *Los medios de comunicación. La mujer indígena, su rol dentro de la política guatemalteca*. Ciudad de Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la investigación*. Huancayo: Universidad Continental.

- Gonzales, J. (2020). *Medios de comunicación al servicio de quien?* Buenos Aires: Clacso.
- Graham, J., Haidt, J., Koleva, S., Motyl, M., Iyer, R., Wojcik, S., & Ditto, P. (2013). Chapter Two - Moral Foundations Theory: The Pragmatic Validity of Moral Pluralism,. *Advances in Experimental Social Psychology*,, 55-130.
- Guillén, O., Sánchez, M., & Begazo, L. (2020). *Pasos para elaborar una tesis de tipo correlacional Bajo el enfoque cuantitativo, variable categórico, escala ordinal y la estadística no paramétrica*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú.
- Haidt, J. G. (2007). When Morality Opposes Justice: Conservatives Have Moral Intuitions that Liberals may not Recognize. *Social Justice Research*, 98-116.
- Harari, G., Valle, M., Sánchez, M., Osorio, S., Molovays, E., & Bermúdez, J. (2020). Manufactura para chavitos. +*Ciencia, revista de la Facultad de Ingeniería*, 4-8.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa ,cualitativa y mixta*. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES.
- Huidobro, J. M. (2006). Evolución de las comunicaciones. *Autores Científicos Técnicos y Académicos*, 9-16.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (17 de agosto de 2015). *Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI): <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/de-cada->

reconocera-a-instituciones-publicas-que-contribuyan-a-la-diversidad-cultural-y-eliminacion-de-discriminacion-etnica

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2022). *Hacia el fortalecimiento de la participación política de las mujeres indígenas u originarias*. Lima.

Mohamed, H. (2023). *Metodología de la investigación. Guía para el proyecto de Tesis*. Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.

Morales Urueta, G. (2011). Los medios de comunicación vinculados a las estrategias de resistencia y afirmación cultural de los pueblos indígenas. Caso Kankuama Tv. *Saber, Ciencia y Libertad*, 151-160.

Neto Chusín, S. (2021). *Los medios de comunicación tecnológicos y su influencia en la conducta de los estudiantes del nivel de educación inicial 2 de la Unidad Educativa FAE N° 5 en el período 2020-2021*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.

Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Observatorio Regional de Derechos de los Pueblos Indígenas - ORDPI. (2020). *Derechos de las mujeres indígenas: A 25 años de la Declaración de Beijing*. La Paz: Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y El Caribe.

- Paucar, Y. (18 de septiembre de 2023). *Mujeres indígenas y medios*. Obtenido de Observatorio de Medios: <https://www.observatoriodemedios.pe/mujeres-indigenas-y-medios/>
- Pauloni, S., & Codoni, M. (2014). Televisión, historia y política. *Revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura*, 35-43.
- Pérez, F. (2023). *Los medios de comunicación en la era digital*. Bilbao: Fundación BBVA.
- Ramos, M. (2018). *Medios masivos de comunicación local y confianza ciudadana en la cobertura noticiosa de la política regional ayacuchana. 2018*. Ayacucho.
- RD Station. (2017). *La Guía definitiva de Redes Sociales*. Brasilia: RD Stations.
- Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda Setting, aplicación a la enseñanza universitaria*. España: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Rodsevich, M. (22 de Octubre de 2024). *Los 50 medios de comunicación masiva más influyentes para cobertura mediática*. Obtenido de PR Lab: <https://prlab.co/es/blog/medios-masivos-de-comunicacion-mas-importantes/>
- Rojas, D., & Salazar, V. (2022). *Apreciación de la cobertura informativa de América Noticias acerca de la violencia contra la mujer: jóvenes de Surco, Lima 2020*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Serrano, P. (2016). *Medios democráticos. Una revolución pendiente en la comunicación*. Madrid: Akal.

- Sosa, A., & Martínez, F. (2017). La comunicación radial y la participación de los públicos en la sociedad cubana actual. *QUORUM Académico*, 87-114.
- Statista Research Department. (12 de septiembre de 2024). *Statista*. Obtenido de Frecuencia de utilización de las redes sociales en Perú en 2023: <https://es.statista.com/estadisticas/1412986/uso-de-redes-sociales-por-frecuencia-en-peru/#:~:text=Seg%C3%BAn%20una%20encuesta%20realizada%20entre,social%20media%20en%20el%20pa%C3%ADs.>
- Supo, F., & Cavero, H. (2014). *Fundamentos teóricos y procedimentales de la investigación científica en Ciencias Sociales*. Puno: Biblioteca Nacional.
- Tafúr, R., & Izaguirre, M. (2017). *Como hacer un proyecto de investigación*. Bogotá: Alfa y Omega Editor.
- Tapia, S., & Villa, K. (2015). *La participación de las mujeres indígenas en los medios de comunicación Tv Color y Tv MICC de la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Távora, V. (2020). *El rol de los medios de comunicación en la exclusión de los pueblos indígenas del Perú en tiempos de globalización. El comercio y su perspectiva sobre el Baguazo*. Barcelona.
- Thompson, J. B. (2005). La nueva visibilidad. *Identidad, lengua y tecnologías de la comunicación*, 11-29.
- Uchuypoma, D. (2016). Democracia e interseccionalidad: cuotas y participación política de las mujeres indígenas peruanas. *Revista Elecciones*, 31-52.

Universidad Insurgentes. (2021). *La televisión en la producción audiovisual*. Estado de México: Universidad Insurgentes.

Vela Mesones, M. (2019). *Producción periodística del noticiero 7.3 Noticias. Edición tarde*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Veron, E. (2015). Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 173-182.

ANEXOS

Anexo 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL ÁREA DE SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN, TACNA – 2025

| FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | METODOLOGÍA |
|---|--|--|---|---|---|--|
| <p>General: ¿Cómo es la relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna - 2025?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cómo es la relación entre los medios escritos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna - 2025?</p> <p>¿Cómo es la relación entre los medios televisivos y la cobertura informativa de</p> | <p>General: Determinar la relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en Tacna – 2025</p> <p>Objetivos específicos: Determinar la relación entre los medios escritos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025.</p> <p>Determinar la relación entre los medios televisivos y la cobertura</p> | <p>General: La relación entre los medios de comunicación y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en Tacna – 2025 es significativa.</p> <p>Hipótesis específicas: La relación entre los medios escritos y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 es significativa.</p> <p>La relación entre los medios televisivos y la</p> | <p>V1: Medios de comunicación</p> <p>V2: Cobertura informativa de las mujeres indígenas</p> | <p><input type="checkbox"/> Medios escritos</p> <p><input type="checkbox"/> Medios televisivos</p> <p><input type="checkbox"/> Medios radiales</p> <p><input type="checkbox"/> Redes sociales</p> <p>- Frecuencia</p> | <p>-Diarios -Boletines -Revistas</p> <p>-Noticieros Televisivos -Programas culturales -Televisión Local</p> <p>-Noticieros Radiales -Programas culturales -Radio Local</p> <p>-Facebook -Tiktok -YouTube</p> <p>-Número de emisiones semanales -Franjas horarias -Publicidad cultural</p> | <p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Población y muestra de estudio <u>Población:</u> 230 estudiantes. <u>Muestra:</u> 89 estudiantes.</p> <p>Técnica e instrumento <u>Técnica:</u> Encuesta <u>Instrumento:</u> Cuestionario</p> |

| | | | | | | |
|---|--|---|--|---|---|---|
| <p>las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna - 2025?</p> <p>¿Cómo es la relación entre los medios radiales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna - 2025?</p> <p>¿Cómo es la relación entre las redes sociales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna - 2025?</p> | <p>informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025.</p> <p>Determinar la relación entre los medios radiales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025.</p> <p>Determinar la relación entre las redes sociales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025.</p> | <p>cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 es significativa.</p> <p>La relación entre los medios radiales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 es significativa.</p> <p>La relación entre las redes sociales y la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la UNJBG, Tacna – 2025 es significativa.</p> | | <p><input type="checkbox"/> Impacto</p> <p><input type="checkbox"/> Visibilidad</p> | <p>-Calidad -Interés -Participación en actividades sociales</p> <p>-Acceso a eventos culturales -Compromiso con la cultura -Responsabilidad</p> | <p>Procesamiento y análisis de los datos Los datos son tabulados con el programa Excel (de Windows). Su procesamiento se efectúa mediante el programa SPSS versión 25.0. Los datos son presentados en cuadros y gráficos estadísticos. Se aplican estadísticos descriptivos e inferenciales.</p> |
|---|--|---|--|---|---|---|

Anexo 2: Instrumento**CUESTIONARIO**

Estimado colaborador, la presente encuesta servirá para realizar un trabajo de investigación estrictamente académico, que correlaciona los medios de comunicación social con la cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.

| N° | CUESTIONARIO | Nunca | Casi Nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
|-----------|---|-------|------------|---------|--------------|---------|
| | VARIABLE 1: MEDIOS DE COMUNICACIÓN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D1 | Escritos | | | | | |
| 1 | Los diarios de la localidad suelen tocar temas relacionados con las mujeres indígenas de Tacna | | | | | |
| 2 | Se editan revistas cuyos contenidos abarquen temas relacionados a las mujeres indígenas | | | | | |
| 3 | Lee algún boletín institucional o corporativo que contenga temas de las mujeres indígenas | | | | | |
| D2 | Televisivos | | | | | |
| 4 | Los noticieros televisivos de la localidad difunden información acerca de la cultura indígena | | | | | |
| 5 | Los programas culturales en televisión tienen contenidos dedicados a las actividades que realizan las mujeres indígenas | | | | | |
| 6 | La televisión en la localidad otorga un buen tiempo y espacio a temas relacionados con las mujeres indígenas | | | | | |
| D3 | Radiales | | | | | |
| 7 | Los noticieros radiales de la localidad difunden información acerca de la cultura indígena | | | | | |
| 8 | Los programas culturales en radio tienen contenidos dedicados a las actividades que realizan las mujeres indígenas | | | | | |
| 9 | La radio en la localidad otorga un buen tiempo y espacio a temas relacionados con las mujeres indígenas | | | | | |
| D4 | Redes sociales | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------|--|---|---|---|---|---|
| 10 | El Facebook en una red de fácil acceso que contribuye con difundir la cultura indígena de las mujeres | | | | | |
| 11 | El TikTok es una red que facilita la información acerca de la mujer indígena de forma inmediata | | | | | |
| 12 | Youtube como red social permite un mejor contenido acerca de la mujer indígena | | | | | |
| | VARIABLE 2: COBERTURA INFORMATIVA DE LAS MUJERES INDÍGENAS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D5 | Frecuencia | | | | | |
| 13 | Cree que las mujeres indígenas disponen de programas producidos con un buen número de emisiones semanales | | | | | |
| 14 | Existen franjas horarias en los medios de comunicación que se dediquen a cubrir las actividades de las mujeres indígenas | | | | | |
| 15 | Se suele presentar publicidad cultural relacionado a la cobertura de las actividades de las mujeres indígenas | | | | | |
| D6 | Impacto | | | | | |
| 16 | La calidad de los programas en los medios de comunicación posee una cobertura informativa efectiva | | | | | |
| 17 | Existe un interés de la comunidad con respecto a programas que difundan las acciones que realizan las mujeres indígenas | | | | | |
| 18 | La participación de las mujeres indígenas en actividades sociales y culturales son coberturadas por los medios de comunicación | | | | | |
| D7 | Oportunidad | | | | | |
| 19 | Las mujeres indígenas tienen acceso a diferentes eventos culturales para difundir su cultura | | | | | |
| 20 | Consideras que las mujeres indígenas están comprometidas con la preservación de su cultura | | | | | |
| 21 | Las mujeres indígenas actúan con responsabilidad para defender sus derechos ante la sociedad. | | | | | |

Gracias por su colaboración.

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3: Validación del instrumento

Validación del instrumento por juicio de expertos

Validación de instrumentos por Experto en el tema investigado

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Medios de comunicación y cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna - 2025.

IX. DATOS GENERALES

- 1.1. Nombres y Apellidos : Christopher George Acevedo Velazco
 1.2. Cargo o institución dónde labora : Docente de la Escuela Profesional de Ciencias de la comunicación de la UNJBG
 1.3. Nombre del instrumento evaluado : Matriz de Validación
 1.4. Autor (es) del instrumento : Araceli Vanessa Acero Ordoñez

X. DATO ESPECÍFICOS

| N° | INDICADORES | CRITERIOS | CATEGORÍAS | | | | |
|---------------------------|--------------|---|------------|---------|-------|-----------|-----------|
| | | | Deficiente | Regular | Buena | Muy Buena | Excelente |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | CLARIDAD | Está formulando con lenguaje apropiado y comprensible | | | | | X |
| 2 | OBJETIVIDAD | Está expresado en conductas observables | | | | X | |
| 3 | ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología | | | | | X |
| 4 | ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica | | | | X | |
| 5 | SUFICIENCIA | Comprende los aspectos de cantidad y calidad suficiente | | | | X | |
| 6 | PERTINENCIA | Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados | | | | | X |
| 7 | CONSISTENCIA | Basado en aspecto teórico científico | | | | | X |
| 8 | COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones | | | | | X |
| 9 | METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito de la investigación | | | | X | |
| 10 | APLICACIÓN | Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente | | | | | X |
| Puntaje | | | | | | 4 | 6 |
| Valoración | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Total, Valoración Parcial | | | | | | 16 | 30 |

XI. TOTAL, VALORACIÓN PARCIAL : 46

XII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD : Es un instrumento aplicable



Firma del experto evaluador
 DNI: 41094705

Validación de instrumentos por Experto en el tema investigado

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Medios de comunicación y cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna -2025.

V. DATOS GENERALES

- 1.1. Nombres y Apellidos : Vanessa Tatiana Chávez Zegarra
 1.2. Cargo o institución dónde labora : Docente de la Escuela Profesional de Ciencias de la comunicación de la UNJBG
 1.3. Nombre del instrumento evaluado : Matriz de Validación
 1.4. Autor (es) del instrumento : Araceli Vanessa Acero Ordoñez

VI. DATO ESPECÍFICOS

| N° | INDICADORES | CRITERIOS | CATEGORÍAS | | | | |
|----------------------------------|--------------|---|------------|---------|-------|-----------|-----------|
| | | | Deficiente | Regular | Buena | Muy Buena | Excelente |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | CLARIDAD | Está formulando con lenguaje apropiado y comprensible | | | | X | |
| 2 | OBJETIVIDAD | Está expresado en conductas observables | | | X | | |
| 3 | ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología | | | | | X |
| 4 | ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica | | | | X | |
| 5 | SUFICIENCIA | Comprende los aspectos de cantidad y calidad suficiente | | | | X | |
| 6 | PERTINENCIA | Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados | | | | X | |
| 7 | CONSISTENCIA | Basado en aspecto teórico científico | | | | X | |
| 8 | COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones | | | | X | |
| 9 | METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito de la investigación | | | | X | |
| 10 | APLICACIÓN | Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente | | | | | X |
| Puntaje | | | | | 1 | 7 | 2 |
| Valoración | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Total, Valoración Parcial | | | | | 3 | 28 | 10 |

VII. TOTAL, VALORACIÓN PARCIAL : 41

VIII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD : Favorable para aplicación


 Firma del experto evaluador
 DNI: 00497974

Validación de instrumentos por Experto en el tema investigado

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Medios de comunicación y cobertura informativa de las mujeres indígenas en la percepción de los estudiantes del área de sociales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna - 2025.

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Nombres y Apellidos : Edgard Hugo Ramírez Fernández
 1.2. Cargo o institución dónde labora : Docente de la Escuela Profesional de Ciencias de la comunicación de la UNJBG
 1.3. Nombre del instrumento evaluado : Matriz de Validación
 1.4. Autor (es) del instrumento : Araceli Vanessa Acero Ordoñez

II. DATO ESPECÍFICOS

| N° | INDICADORES | CRITERIOS | CATEGORÍAS | | | | |
|----------------------------------|--------------|---|------------|---------|-------|-----------|-----------|
| | | | Deficiente | Regular | Buena | Muy Buena | Excelente |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | CLARIDAD | Está formulando con lenguaje apropiado y comprensible | | | | X | |
| 2 | OBJETIVIDAD | Está expresado en conductas observables | | | | | X |
| 3 | ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología | | | | X | |
| 4 | ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica | | | | X | |
| 5 | SUFICIENCIA | Comprende los aspectos de cantidad y calidad suficiente | | | | | X |
| 6 | PERTINENCIA | Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados | | | | X | |
| 7 | CONSISTENCIA | Basado en aspecto teórico científico | | | | | X |
| 8 | COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones | | | | | X |
| 9 | METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito de la investigación | | | | X | |
| 10 | APLICACIÓN | Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente | | | | | X |
| Puntaje | | | | | | 5 | 5 |
| Valoración | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Total, Valoración Parcial | | | | | | 20 | 25 |

III. TOTAL, VALORACIÓN PARCIAL : 45

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD : Aplíquese



Firma del experto evaluador
 DNI: 29222508