

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**TESIS**

**OPTIMIZACIÓN DEL USO DE WHATSAPP COMO PLATAFORMA DIGITAL  
DE INTERCAMBIO INFORMATIVO ENTRE PERIODISTAS DEL CUSCO 2023**

**PRESENTADA POR:**

Br. DENISE PEÑA FLORES

Br. ESTHER JESÚS ESPINOZA TINTAYA

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**ASESOR:**

Dr. ALBERTO GARCÍA CAMPANA

CUSCO – PERÚ

2024

# INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: Optimización del Uso de Whatsapp Como plataforma digital de intercambio informativo entre Periodistas del Cusco 2023

presentado por: Denise Peña Flores con DNI Nro.: 44496571 presentado por: Esther Jesus Espinoza Tintaya con DNI Nro.: 72945631 para optar el título profesional/grado académico de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

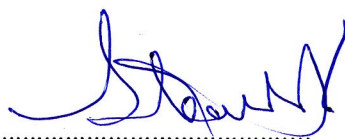
Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 3 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 4 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 10 de Diciembre de 2024



Firma  
Post firma Dr. Alberto García Campana

Nro. de DNI 23833709

ORCID del Asesor 0000-0002-6921-5634

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 272598414666634

# Denise Esther Jesús Peña Flores Espinoza Tintaya

## OPIMIZACIÓN DEL USO DE WHATSAPP COMO PLATAFORMA DIGITAL DE INTERCAMBIO INFORMATIVO (1) (3) (1).docx

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:414666634

Fecha de entrega

10 dic 2024, 12:15 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

10 dic 2024, 12:31 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

OPIMIZACIÓN DEL USO DE WHATSAPP COMO PLATAFORMA DIGITAL DE INTERCAMBIO INFORM....docx

Tamaño de archivo

18.9 MB

138 Páginas

23,810 Palabras

133,021 Caracteres

# 4% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




## Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

## Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

## Fuentes principales

- 4%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 3%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Marcas de integridad

### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

## PRESENTACIÓN

Señora:

Decana de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Señores Miembros del Jurado:

De conformidad con el reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, ponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación que lleva por título, **OPTIMIZACIÓN DEL USO DE WHATSAPP COMO PLATAFORMA DIGITAL DE INTERCAMBIO INFORMATIVO ENTRE PERIODISTAS DEL CUSCO 2023**, para optar al Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

El presente trabajo de investigación académica tiene el propósito de optimizar el uso de WhatsApp para mejorar la eficiencia, rapidez y calidad de la comunicación y colaboración entre los profesionales de la información, y la finalidad de esta optimización es lograr un entorno informativo más cohesionado, eficiente y profesional entre los periodistas del Cusco.

En el contexto del periodismo, la eficiencia en la comunicación es crucial para la cobertura rápida y precisa de eventos noticiosos. El WhatsApp permite una comunicación instantánea, lo que es importante para el trabajo de los periodistas.

Asimismo, ayuda a optimizar el uso de esta herramienta que permite a los periodistas a coordinar mejor sus esfuerzos, compartir información en tiempo real y verificar datos de manera más eficaz.

Br. Denise Peña Flores

Br. Esther Jesus Espinoza Tintaya

## DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios por llenarme de bendiciones, entre ella, concluir esta etapa de mi vida, poniendo a las personas precisas para poder concluir este peldaño académico.

A mi padre Daniel Peña Alarcón, quien me enseñó la solidaridad, la empatía, la constancia y la perseverancia en el estudio, quien se llenaba de paciencia para que entienda las diversas materias educativas y cultivar la semilla de una vida universitaria y profesional. A mi madre Reyna Flores Flores, por cultivar en mí la fuerza y el interés de crecer todos los días; su ejemplo de esfuerzo y sacrificio ha sido mi inspiración a lo largo de este camino académico y hoy sigue siendo ese pilar que me hace seguir adelante.

Este trabajo está dedicado a mis hermanos; Edwar Peña Flores, por ser el papá y mamá cuando nuestros padres no se encontraban con nosotros, por ser el maestro de casa, siempre con una pizarra provisional para hacernos entender las materias de la universidad. Gracias a él ingresé a esta casa de estudios que hoy ya me ve salir a una vida profesional. A mi hermana Rosmery Peña Flores, por ser una luz de alegría a pesar de las tristezas, siempre está a mi lado con la fortaleza que me hace falta para continuar con las metas trazadas; a mi hermano Arnold David Peña Flores, por ser un amigo y el motor para seguir esmerándome en todo lo que vengo emprendido.

Dedico esta tesis a mi cuñada Isaura Apaza Yucra y a mis sobrinas y sobrinos Briana Peña Apaza, Samir Peña Apaza, Zoe Toledo Peña y Keylani Toledo Peña por ser parte de mi vida, una fuente inagotable de amor y apoyo. También dedico este trabajo a mi tía Sabina Peña Alarcón por ser parte de nuestra crianza y a mi tío Jesús Manuel Flores Flores por ser una persona que me apoyó, junto a mi abuela Teófila Alarcón, a pesar de que ya no se encuentran con nosotros, fueron una pieza fundamental en mi crecimiento educacional por brindarme mucho cariño e incentivar me a estudiar.

A mis amigos, compañeros y seres queridos que han estado a mi lado, brindándome aliento, en los momentos de mayor presión. A mis profesores y mentores, cuya sabiduría, paciencia y guía han sido determinantes en mi formación académica y personal. A cada persona que ha cruzado mi camino y ha dejado una huella positiva en mí, les agradezco por su influencia en este logro. Este trabajo está dedicado a todos ustedes, con profundo cariño y gratitud.

Denise Peña Flores

## DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico con todo mi corazón a mi mamá, Sonia Luz Marina Tintaya Tintaya. Gracias por tu apoyo incondicional desde el primer momento en que decidí emprender este camino, y por estar a mi lado cuando más te necesitaba. Eres el pilar que sostiene a nuestra familia, y con tu resiliencia, valor y paciencia me has enseñado a ser fuerte y valiente. Eres mi ejemplo a seguir en todo momento.

A mi querido hijo, Leonado Evans, quien con su alegría se ha convertido en mi mayor motor y me ha enseñado el significado de determinación. Tú me inspiras cada día a levantarme con más fuerzas, a nunca rendirme, y me has enseñado incluso a tu corta edad, a ser una mejor persona, una madre dedicada y una buena profesional que tiene un gran propósito.

A mis hermanos Onan, Daniel y Job, les agradezco por su constante compañía y apoyo desde el inicio de mi carrera universitaria, y a mi papá, Elías Macrobio Espinoza Cárdenas, por su exigencia, que me impulsó a esforzarme más cada día.

A mi familia materna y a mis amigos, quienes me brindaron su apoyo incondicional durante las distintas dificultades que se presentaron, ofreciendo palabras de aliento en momentos de desafío y su soporte. En especial a mi mejor amiga Heyly Misuri por emprender este camino juntas y a pesar de la distancia demostrarme que no es tarde para ir tras nuestros sueños, emprender nuevas metas y que esas decisiones que tomemos en un determinado momento cambian nuestras vidas.

A aquellos profesores que no solo fueron guías en mi formación profesional, sino que también ofrecieron su apoyo, paciencia y gran conocimiento, brindándonos en aquellas aulas las herramientas necesarias para poder enfrentar cada obstáculo, resolver dudas y ser la voz de aliento en cualquier lugar donde nos desempeñemos como profesionales. Gracias por ser parte fundamental de este proceso.

Finalmente, a mi amiga y compañera Denise Peña Flores, por su apoyo incansable. Fuiste una inspiración en el momento preciso de mi desarrollo profesional, y me enseñaste que juntas, podemos ser grandes profesionales. Gracias por estar siempre presente y por motivarme a seguir adelante.

Esther Jesús Espinoza Tintaya

## AGRADECIMIENTO

Con profundo aprecio y gratitud, extendemos nuestros más sinceros agradecimientos al Dr. Alberto García Campana. Sin usted, su paciencia y constancia, no habríamos logrado este trabajo. Muchas gracias por sus múltiples palabras de aliento cuando más las necesitábamos.

De la misma forma, agradecemos a la Dra. Justina Mayorga Contreras por su apoyo y su valiosa guía, que han sido esenciales en la dirección y construcción de esta investigación. Sus consejos siempre fueron útiles para concluir esta investigación. Nuestra gratitud a los miembros del jurado cuyas observaciones y comentarios precisos son decisivos para consolidar este trabajo.

Expresamos nuestro agradecimiento a nuestros catedráticos, que fueron una pieza fundamental para nuestra formación académica y profesional, quienes nos inculcaron el amor y la pasión por esta profesión. También agradecemos a la Decana de nuestra escuela profesional, Dra. María del Pilar Benavente García.

Extendemos nuestra gratitud a nuestra alma mater, como es la Universidad Nacional de San Antonio Abad de Cusco, por ser un hogar donde recibimos una excelente formación académica, fomentando valores éticos, perseverancia y fuerza para enfrentarnos a los desafíos que se nos presenten en nuestra vida profesional.

Hacemos extensivo el agradecimiento al Colegio de Periodistas del Perú, a la Asociación de Periodistas y al Centro Federado de Periodistas, por abrirnos sus puertas para realizar nuestras encuestas, que han sido una pieza clave para la investigación de este estudio.

Br. Denise Peña Flores

Br. Esther Jesús Espinoza Tintaya



## RESUMEN

En la era digital, el intercambio informativo entre periodistas ha evolucionado significativamente, y plataformas como WhatsApp han adquirido un rol central en este proceso. El presente estudio se centra en la optimización del uso de WhatsApp como plataforma digital de intercambio informativo entre los periodistas del Cusco, La investigación tiene como objetivo analizar cómo se optimiza el uso del WhatsApp como plataforma digital para realizar el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco.

Para ello, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura sobre el uso de herramientas digitales en el periodismo, junto con encuestas y entrevistas a periodistas del Cusco. Los resultados revelaron que WhatsApp facilita la rápida difusión de noticias, la coordinación de coberturas y la colaboración en tiempo real, pero también presenta desafíos como la sobrecarga de información, la falta de verificación de datos y la posible brecha digital entre periodistas de diferentes generaciones.

Como una de las conclusiones tenemos que el uso adecuado del WhatsApp como plataforma digital mejora considerablemente el intercambio informativo entre los periodistas que ejercen su labor profesional, lo cual facilita que los hombres de prensa compartan datos relevantes en tiempo real.

Basado en los hallazgos, se propone un conjunto de recomendaciones para optimizar el uso de WhatsApp. Estas incluyen la implementación de protocolos de verificación de información, la capacitación en el uso de la plataforma, la creación de grupos temáticos especializados y la promoción de una cultura de comunicación clara y eficiente.

**Palabras clave:** Optimización del WhatsApp, uso del WhatsApp, intercambio informativo, periodistas del Cusco, plataforma digital.

## ABSTRAC

In the digital age, the exchange of information between journalists has evolved significantly, and platforms such as WhatsApp have acquired a central role in this process. The present study focuses on the optimization of the use of WhatsApp as a digital platform for information exchange among journalists in Cusco. The research aims to analyze how the use of WhatsApp is optimized as a digital platform to change the information exchange among journalists in Cusco.

To this end, an exhaustive review of the literature on the use of digital tools in journalism was carried out, along with surveys and interviews with journalists from Cusco. The results revealed that WhatsApp facilitates the rapid dissemination of news, coordination of coverage and collaboration in real time, but also presents challenges such as information overload, lack of data verification and the possible digital divide between journalists of different generations.

As conclusions, we have that the proper use of WhatsApp as a digital platform considerably improves the information exchange between journalists who carry out their professional work, which makes it easier for journalists to share relevant data in real time.

Based on these findings, a set of recommendations is proposed to optimize the use of WhatsApp. These include the implementation of information verification protocols, training in the use of the platform, the creation of specialized thematic groups and the promotion of a culture of clear and efficient communication.

**Keywords:** Optimization of WhatsApp, use off WhatsApp, information exchange, Cusco journalists, digital platform.

## INTRODUCCIÓN

En la era digital actual, la comunicación eficiente y oportuna es esencial para el trabajo periodístico. En Cusco, una región con un creciente dinamismo informativo, la necesidad de herramientas que faciliten el intercambio de información entre periodistas se ha vuelto indispensable. WhatsApp, con su accesibilidad y amplia penetración, se presenta como una plataforma ideal para este propósito. Sin embargo, para maximizar su potencial como medio de comunicación profesional, es crucial implementar estrategias que optimicen su uso.

El presente trabajo de investigación propone una serie de medidas para optimizar el uso de WhatsApp como plataforma digital de intercambio informativo entre periodistas del Cusco en 2023. Estas medidas buscan estructurar y organizar los grupos de WhatsApp, establecer protocolos claros de comunicación, aprovechar herramientas y recursos adicionales, garantizar la seguridad y privacidad de la información, y promover una evaluación continua del sistema.

Castells, M. (2010) en su obra "Comunicación y Poder", destaca la importancia de las redes de comunicación en la era digital. Según el autor, las plataformas como WhatsApp pueden potenciar la capacidad de los periodistas para compartir y difundir información de manera rápida y efectiva, siempre que se establezcan protocolos adecuados para su uso.

Al adoptar estas prácticas, se espera mejorar la eficiencia en la transmisión de noticias, fomentar la colaboración entre los profesionales del periodismo y asegurar que la información relevante llegue a todos de manera rápida y segura. Esta propuesta no solo aborda las necesidades actuales, sino que también se anticipa a los desafíos futuros, posicionando a los periodistas del Cusco en la comunicación digital. Hermida, A. (2012) en "Periodismo participativo: Confianza y transparencia en la era digital", subraya que herramientas como WhatsApp permiten una comunicación más ágil y directa entre periodistas. Hermida argumenta que la optimización de estas herramientas requiere

una estructura organizativa clara y la implementación de normas de comunicación para asegurar la calidad y relevancia de la información compartida.

Como soporte de la investigación hemos considerado cinco capítulos.

Capítulo I.- Referido al planteamiento del problema, justificación y objetivos de la investigación, enfatizando en el diagnóstico y la identificación del problema, la justificación y los objetivos.

Capítulo II.- Referencia al marco teórico conceptual, ampliando la definición conceptual de términos conexos a la presente investigación, antecedentes de la investigación, abarcando conceptos y definiciones en torno a la optimización del uso del WhatsApp, como plataforma digital de intercambio informativo entre los periodistas del Cusco, así como identificando investigaciones académicas desarrolladas en diversas universidades del Perú y el extranjero, revistas indexadas, etc.

Capítulo III.- En este capítulo abarcamos aspectos relacionados con la formulación de la hipótesis y variables, así como en la identificación de las variables, relacionándolas con sus indicadores y dimensiones.

Capítulo IV.- Se ha desarrollado la metodología de la investigación, considerando tipo, nivel, unidad de análisis, población, tamaño de muestra y técnicas de selección, recolección e interpretación de datos, procurando adecuar el objeto de la investigación académica a las consideraciones metodológicas que permitan una óptima recolección de las respuestas del público seleccionado de acuerdo a las técnicas recomendadas.

Capítulo V.- Se han desarrollado los resultados, discusión y validación, poniendo en evidencia los hallazgos encontrados en el trabajo de campo, a partir de lo cual se formulan los elementos básicos para la discusión y propuesta,

Los hallazgos han permitido formular las conclusiones y las sugerencias, y dar cuenta del material bibliográfico consultado para concluir con la presentación de los anexos que dan testimonio del trabajo realizado.

**INDICE**

PRESENTACIÓN.....	II
RESUMEN .....	VI
ABSTRAC .....	VII
INTRODUCCIÓN .....	VIII
INDICE.....	XI
INDICE DE FIGURAS.....	XVI
INDICE DE TABLAS .....	XIX
CAPÍTULO I .....	1
1. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA.....	1
1.1 Situación problemática.....	1
1.2 Formulación del problema .....	3
1.2.1 Problema general .....	3
1.2.2 Problemas específicos.....	3
1.3 Justificación de la Investigación .....	4
1.3.1 Justificación Teórica.....	4
1.3.2 Justificación Práctica .....	5
1.3.3 Justificación metodológica .....	5
1.3.4 Justificación social.....	6

1.4 Objetivos .....	7
1.4.1 Objetivo General.....	7
1.4.2 Objetivos Específicos .....	8
CAPÍTULO II.....	9
2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL .....	9
2.1 Bases teóricas .....	9
2.1.1 Comunicación.....	9
2.1.2 Cambios en el esquema de comunicación .....	11
2.1.3 Comunicación digital.....	12
2.1.4 Sitio Web .....	14
2.1.5 Evolución de la Comunicación Digital.....	15
2.1.6 Redes sociales.....	17
2.1.7 WhatsApp.....	18
2.1.8 Ventajas y desventajas del uso del WhatsApp .....	21
2.1.9 WhatsApp, como medio de comunicación .....	22
2.1.10 Las plataformas digitales .....	26
2.1.11 Periodismo digital.....	27
2.1.12 Información .....	28
2.1.13 Usos de la información.....	29
2.1.14 Optimización .....	31

2.2 Antecedentes .....	32
2.2.1 A nivel internacional .....	32
2.2.2 A nivel nacional.....	34
2.2.3 A nivel local.....	36
2.3 Marco conceptual .....	38
2.3.1 Comunicación.....	38
2.3.2 Comunicación Digital.....	38
2.3.3 Herramientas digitales .....	38
2.3.4 Información .....	39
2.3.5 Optimización .....	39
2.3.6 Redes sociales.....	39
2.3.7 WhatsApp.....	39
CAPÍTULO III.....	40
3. HIPÓTESIS Y VARIABLES .....	40
3.1 Formulación de Hipótesis.....	40
3.1.1 Hipotesis General .....	40
3.1.2 Hipótesis específicas.....	40
3.2 Identificación de Variables.....	40
3.2.1 Variable Independiente.....	40
3.2.2 Variable Dependiente .....	40



3.3 Operacionalización de variables.....	41
CAPÍTULO IV.....	43
4. METODOLOGÍA.....	43
4.1 Ámbito de estudio: localización política y geográfica.....	43
4.1.1 Ubicación geográfica de la investigación.....	43
4.2 Tipo y nivel de investigación.....	44
4.3 Unidad de análisis.....	44
4.4 Población de estudio.....	44
4.5 Tamaño de la muestra.....	44
4.6 Técnicas de selección de muestra.....	44
4.7 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	45
4.7.1 Encuesta.....	45
4.7.2 Entrevista.....	45
4.7.3 Observación.....	45
4.8 Técnicas de análisis e interpretación de la información.....	45
CAPÍTULO V.....	46
5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	46
5.1 Procesamiento, análisis e interpretación de datos.....	46
5.2 Validación de hipótesis.....	81

5.2.1 HG: La optimización eficaz del uso del WhatsApp como plataforma digital, mejora significativamente el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco..... 81

5.2.2 HE1: La identificación de los mecanismos nos permitirá subsanar los problemas de seguridad y privacidad en la información entre periodistas y nos ayudará a mejorar significativamente el intercambio del material periodístico..... 81

5.2.3 HE2: El uso adecuado de datos y su almacenamiento en el WhatsApp mejora significativamente el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco..... 82

RESULTADOS..... 84

DISCUSIÓN DE RESULTADOS ..... 85

PROPUESTA..... 88

CONCLUSIONES ..... 90

RECOMENDACIONES..... 92

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 93

WEBGRAFÍA..... 98

ANEXO..... 99

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Esquemas Comunicacionales</i> .....	11
<b>Figura 2</b> <i>Sitio Web</i> .....	15
<b>Figura 3</b> <i>Esquema sobre la información</i> .....	29
<b>Figura 4</b> <i>Mapa de los distritos del Cusco</i> .....	43
<b>Figura 5</b> <i>Porcentaje del tiempo que tarda en responder un mensaje de WhatsApp</i> .....	47
<b>Figura 6</b> <i>Porcentaje sobre el uso de respuestas automáticas para mensajes frecuentes</i>	48
<b>Figura 7</b> <i>Porcentaje de la del usos de programación de mensajes para enviar en momentos específicos</i> .....	49
<b>Figura 8</b> <i>Porcentaje del tiempo de revisión del WhatsApp para responder mensajes</i> ....	51
<b>Figura 9</b> <i>Frecuencia de organización de conversaciones utilizando etiquetas o categorías</i> .....	52
<b>Figura 10</b> <i>Porcentaje de guardar o archivar conversaciones relevantes para su fácil acceso</i>	53
<b>Figura 11</b> <i>Porcentaje de participación activa en grupos para colaborar o compartir información</i> .....	55
<b>Figura 12</b> <i>Porcentaje de la integración de WhatsApp con otras aplicaciones/productos para mayor eficiencia</i> .....	56
<b>Figura 13</b> <i>Porcentaje de la frecuencia del intercambio de mensajes con otros periodistas</i> .....	58
<b>Figura 14</b> <i>Porcentaje de la cantidad de grupos o chats de periodistas con los que esta activamente involucrado</i> .....	59

<b>Figura 15</b> <i>Porcentaje de la cantidad de veces que se ha colaborado con otros periodistas en proyectos noticiosos durante el año 2023</i> .....	61
<b>Figura 16</b> <i>Porcentaje del intercambio que abarcan una amplia gama de temas o son más específicos</i> .....	62
<b>Figura 17</b> <i>Porcentaje de la cantidad de fuentes distintas para obtención de información a través de intercambios</i> .....	64
<b>Figura 18</b> <i>Porcentaje de conversaciones con otros periodistas</i> .....	65
<b>Figura 19</b> <i>Porcentaje del compartir enlaces, documentos u otros recursos útiles con otros periodistas</i> .....	66
<b>Figura 20</b> <i>Porcentaje de los propósitos principales del usos del WhatsApp en el trabajo periodístico</i> .....	68
<b>Figura 21</b> <i>Porcentaje del tipo de contenido compartido más frecuentemente en estos grupos</i> .....	69
<b>Figura 22</b> <i>Porcentaje de la calificación de la importancia de la información compartida en los grupos de WhatsApp para periodistas</i> .....	71
<b>Figura 23</b> <i>Porcentaje de la efectividad del uso del WhatsApp para el intercambio de información profesional</i> .....	72
<b>Figura 24</b> <i>Porcentaje de los principales problemas que se ha encontrado al usar WhatsApp para fines profesionales</i> .....	74
<b>Figura 25</b> <i>Porcentaje de las características adicionales de la implementación de grupos de WhatsApp de periodistas</i> .....	76
<b>Figura 26</b> <i>Porcentaje de las sugerencias que se tiene para mejorar la seguridad y privacidad en los grupos de WhatsApp para periodistas</i> .....	78

**Figura 27** *Porcentaje de sobre las sugerencias adicionales sobre como optimizar el uso de WhatsApp para el intercambio informativo entre periodistas..... 80*

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Distritos/Superficie/Población.....</i>	43
<b>Tabla 2</b> <i>Frecuencia del tiempo que tarda en responder un mensaje en WhatsApp.....</i>	46
<b>Tabla 3</b> <i>Frecuencia sobre el uso de respuestas automáticas para mensajes frecuentes .</i>	48
<b>Tabla 4</b> <i>Frecuencia del uso de programación de mensajes para enviar en momentos específicos .....</i>	49
<b>Tabla 5</b> <i>Frecuencia del tiempo de revisión del WhatsApp para responder mensajes .....</i>	50
<b>Tabla 6</b> <i>Frecuencia de organización de conversaciones utilizando etiquetas o categorías .....</i>	52
<b>Tabla 7</b> <i>Frecuencia de guardar o archivar conversaciones relevantes para su fácil acceso .....</i>	53
<b>Tabla 8</b> <i>Frecuencia de participación activa en grupos para colaborar o compartir información .....</i>	54
<b>Tabla 9</b> <i>Frecuencia en la que integra WhatsApp con otras aplicaciones/productos para mayor eficiencia.....</i>	56
<b>Tabla 10</b> <i>Frecuencia del intercambio de mensajes con otros periodistas .....</i>	57
<b>Tabla 11</b> <i>Frecuencia de la cantidad de grupos o chats de periodistas con los que esta activamente involucrado .....</i>	59
<b>Tabla 12</b> <i>Frecuencia de la cantidad de veces que se ha colaborado con otros periodistas en proyectos noticiosos durante el año 2023.....</i>	60
<b>Tabla 13</b> <i>Frecuencia del intercambio que abarcan una amplia gama de temas o son más específicos .....</i>	62

<b>Tabla 14</b> <i>Frecuencia de la cantidad de fuentes distintas para obtención de información a través de intercambios</i> .....	63
<b>Tabla 15</b> <i>Frecuencia de conversaciones con otros periodistas</i> .....	65
<b>Tabla 16</b> <i>Frecuencia del compartir enlaces, documentos u otros recursos útiles con otros periodistas</i> .....	66
<b>Tabla 17</b> <i>Frecuencia de los propósitos principales del usos del WhatsApp en el trabajo periodístico</i> .....	67
<b>Tabla 18</b> <i>Frecuencia del tipo de contenido compartido más frecuentemente en estos grupos</i> .....	69
<b>Tabla 19</b> <i>Frecuencia de la calificación de la importancia de la información compartida en los grupos de WhatsApp para periodistas</i> .....	70
<b>Tabla 20</b> <i>Frecuencia de la efectividad del uso del WhatsApp para el intercambio de información profesional</i> .....	72
<b>Tabla 21</b> <i>Frecuencia de los principales problemas que se ha encontrado al usar WhatsApp para fines profesionales</i> .....	73
<b>Tabla 22</b> <i>Frecuencia de las características adicionales de la implementación de grupos de WhatsApp de periodistas</i> .....	75
<b>Tabla 23</b> <i>Frecuencia de las sugerencias que se tiene para mejorar la seguridad y privacidad en los grupos de WhatsApp para periodistas</i> .....	77
<b>Tabla 24</b> <i>Frecuencia sobre las sugerencias adicionales sobre como optimizar el uso de WhatsApp para el intercambio informativo entre periodistas</i> .....	79

## CAPÍTULO I

### 1. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

#### 1.1 Situación problemática

En 2023, los periodistas del Cusco, utilizan WhatsApp como una de sus principales herramientas de comunicación e intercambio informativo. Sin embargo, se han identificado varias dificultades que afectan la eficiencia y efectividad de este intercambio. Estas dificultades incluyen la falta de organización en los grupos de WhatsApp, el exceso de mensajes no relevantes, problemas de seguridad y privacidad de la información, así como la falta de capacitación en el uso óptimo de la plataforma. Estas barreras limitan la capacidad de los periodistas para compartir información de manera rápida, segura y eficaz, afectando la calidad y rapidez del flujo informativo necesario para su trabajo diario. La optimización de esta plataforma es crucial para mejorar la coordinación y colaboración entre los periodistas, asegurando una comunicación más eficiente y efectiva.

Si no se optimiza el uso de WhatsApp como plataforma digital de intercambio informativo entre los periodistas del Cusco, es probable que las dificultades actuales se agraven. Los problemas de organización y relevancia de los mensajes pueden llevar a una mayor saturación de información, haciendo más difícil encontrar y compartir datos cruciales en tiempo real.

La falta de seguridad y privacidad puede resultar en la filtración de información sensible, lo que podría comprometer la integridad profesional de los periodistas. Además, la ausencia de capacitación adecuada en el uso de WhatsApp podría continuar limitando su potencial como herramienta efectiva de comunicación. Esto no solo afectaría la calidad del trabajo periodístico, sino que también podría disminuir la confianza entre los Periodistas del Cusco, perjudicando la



colaboración y el intercambio de información crucial para la cobertura de noticias y eventos importantes.

Para controlar el pronóstico de la falta de optimización del uso de WhatsApp como plataforma de intercambio informativo entre periodistas del Cusco en 2023, es necesario implementar una serie de medidas correctivas como, crear pautas claras para la organización y gestión de los grupos de WhatsApp, estableciendo reglas para la relevancia y frecuencia de los mensajes, así como la designación de moderadores que puedan supervisar y guiar las conversaciones.

Además, se deben implementar prácticas y herramientas para mejorar la seguridad y privacidad de la información compartida en WhatsApp. Esto puede incluir la utilización de funciones de cifrado, la educación sobre buenas prácticas de seguridad digital, y la restricción del acceso a los grupos solo a miembros verificados.

Para lo cual se deben desarrollar programas de capacitación para los periodistas sobre el uso eficiente de WhatsApp. Esto debería abarcar tanto aspectos técnicos de la aplicación como estrategias para maximizar la efectividad en la comunicación y el intercambio de información, promoviendo herramientas y recursos adicionales que puedan integrarse con WhatsApp para mejorar su funcionalidad, como aplicaciones complementarias para la organización de archivos, el manejo de tareas, y la coordinación de actividades.

Asimismo, se deben establecer mecanismos de evaluación continua para monitorear el uso de WhatsApp y el impacto de las medidas implementadas, permitiendo ajustes y mejoras continuas basadas en el feedback de los usuarios. Estas acciones buscan asegurar que WhatsApp se convierta en una herramienta eficaz para el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco, mejorando la colaboración, la rapidez en la comunicación y la calidad de la información

compartida. Con estas medidas de control, es posible mitigar los problemas previstos y transformar WhatsApp en una plataforma digital optimizada para el periodismo en la región.

Pascual (2018), se refirió a WhatsApp como una de las aplicaciones digitales más utilizadas alrededor del mundo. Todos los días incorpora nuevos usuarios que adquieren un primer teléfono móvil. Es una herramienta de mensajería digital que brinda a sus usuarios la capacidad de interactuar mediante mensajes de texto, llamadas de audio y videollamadas, proporcionando además la capacidad de encriptar los mensajes para así salvaguardar la privacidad del usuario.

El Instituto Internacional Español de Marketing Digital (2017) lo identifica como un operador de software adaptable a diferentes plataformas singularmente diseñado para comunicaciones cifradas compatible con dispositivos con tecnología Smart. Utiliza internet para enviar notas de voz, imágenes, vídeos, mensajes, documentos y ubicación del usuario

Todo lo descrito líneas arriba ha dado lugar a la formulación del problema objeto de investigación.

## **1.2 Formulación del problema**

### ***1.2.1 Problema general***

**P.G.-** ¿Cómo se optimiza el uso de WhatsApp como plataforma digital para mejorar el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco en 2023?

### ***1.2.2 Problemas específicos***

**P.E.1.-** ¿De qué manera pueden superarse los problemas de seguridad y privacidad en la información intercambiada entre periodistas del Cusco a través de WhatsApp para garantizar una comunicación más clara y eficaz?

**P.E.2.-** ¿Cómo se usa responsablemente los datos y el almacenamiento en el WhatsApp para mejorar el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco en 2023?

## **1.3 Justificación de la Investigación**

### ***1.3.1 Justificación Teórica***

La optimización del uso de WhatsApp como plataforma digital de intercambio informativo entre periodistas del Cusco en el 2023 se basa en una serie de fundamentos teóricos que respaldan esta iniciativa, con los cuáles se puede recurrir a teorías que aborden la eficacia de los canales de comunicación y cómo las herramientas como WhatsApp influyen en la interacción y la transferencia de información entre individuos o grupos, los cuales se enfocan en la precisión y la relevancia de la información.

En este contexto, se puede argumentar cómo la optimización de WhatsApp puede mejorar la disponibilidad y autenticidad de la información compartida; es así, que se puede analizar cómo la implementación de nuevas prácticas, como sistemas de etiquetado o protocolos de verificación, se adoptan y difunden dentro de un grupo de usuarios, en este caso, periodistas cusqueños en WhatsApp.

Se puede decir también que la colaboración y el trabajo en equipo es relevante al considerar cómo la estructuración y organización de la información dentro de WhatsApp puede mejorar entre periodistas cusqueños y aumentar la eficiencia del trabajo en equipo.

Además, se puede argumentar la importancia de garantizar la seguridad y privacidad de la información intercambiada entre periodistas, abordando las mejores prácticas para proteger la integridad de los datos, y todo esto nos ha servido como base para justificar la necesidad de optimizar el uso de WhatsApp en este contexto específico, proporcionando fundamentos sólidos para implementar cambios que mejoren la comunicación y la transferencia de información entre los periodistas del Cusco.

### ***1.3.2 Justificación Práctica***

WhatsApp ofrece una plataforma de comunicación rápida y en tiempo real, lo que facilita la difusión inmediata de información relevante entre periodistas, agilizando el proceso informativo, y la amplia disponibilidad de WhatsApp en dispositivos móviles hace que sea una herramienta accesible para la mayoría de los periodistas, lo que fomenta la participación y el intercambio constante de información, independientemente de la ubicación.

Asimismo, la interfaz intuitiva y familiar de WhatsApp hace que sea una herramienta fácil de utilizar, lo que permite su adopción y la colaboración entre los periodistas sin requerir una curva de aprendizaje compleja. En muchos casos, el uso de WhatsApp es gratuito o tiene un costo mínimo en comparación con otras plataformas de comunicación, lo que lo hace asequible para periodistas con recursos limitados.

Además, el WhatsApp es flexible y se adapta a diferentes necesidades, permitiendo la creación de grupos temáticos, lo que facilita la organización de la información según áreas específicas de interés periodístico.

Estos aspectos prácticos demuestran cómo la optimización de WhatsApp como herramienta de intercambio informativo puede mejorar y simplificar la comunicación entre periodistas del Cusco, permitiendo una colaboración más efectiva y eficiente en la difusión de noticias.

### ***1.3.3 Justificación metodológica***

El trabajo de campo en la presente investigación académica comprenderá encuestas y entrevistas para identificar las necesidades específicas de los periodistas en Cusco en cuanto a comunicación e intercambio de información. Además, se analizó cómo actualmente utilizan WhatsApp, identificando limitaciones y áreas de mejora.

Asimismo, se estudió exhaustivamente las funcionalidades de WhatsApp relevantes para la comunicación periodística, como grupos, difusión de información, llamadas videollamadas, etc.

También en esta parte de la investigación hemos explorado herramientas externas o complementarias que puedan integrarse con WhatsApp para mejorar la productividad y la organización. Se va crear un conjunto de pautas o protocolos que optimicen el uso de WhatsApp para intercambio informativo entre periodistas. Esto puede incluir horarios de disponibilidad, etiquetado de mensajes, tipos de información a compartir, entre otros.

Se llevó a cabo la implementación de las estrategias definidas, creando grupos específicos, estableciendo flujos de comunicación y fomentando la participación activa de los periodistas. Para lo cual realizamos un seguimiento continuo para evaluar la efectividad de las estrategias implementadas.

De esta forma, y basándonos en los resultados obtenidos, ajustando las estrategias según sea necesario para mejorar la eficacia y la eficiencia del intercambio informativo a través de WhatsApp. Se atentó a las actualizaciones de la plataforma y a las tendencias en comunicación digital para adaptar constantemente las prácticas a nuevas funcionalidades o cambios en el entorno digital.

#### ***1.3.4 Justificación social***

Una comunicación más eficiente entre periodistas permite un intercambio de información más rápido y preciso, lo que se traduce en reportajes y noticias de mayor calidad para la audiencia, el cual va a facilitar un mejor flujo de información entre periodistas y puede conducir a una mayor transparencia en la cobertura de noticias y una rendición de cuentas más efectiva, tanto en el ámbito público como privado.

Al optimizar el uso de WhatsApp, se va promover una mayor colaboración y apoyo mutuo entre los periodistas, fortaleciendo la comunidad periodística en el Cusco. Esto quiere decir que, en situaciones de emergencia o eventos críticos, una plataforma de comunicación eficiente permite una respuesta rápida y coordinada, lo que es vital para la cobertura informativa y la orientación del público; además, una mejor comunicación entre periodistas puede contribuir a una difusión más efectiva de información sobre temas de interés público, como derechos humanos, salud, educación y desarrollo comunitario, empoderando a la ciudadanía con conocimiento relevante, etc.

Se puede decir que con una plataforma optimizada, los periodistas pueden verificar y compartir información de manera más efectiva, ayudando a combatir la desinformación y las noticias falsas que afectan negativamente a la sociedad, de tal manera que optimizar el uso de WhatsApp para el intercambio informativo entre periodistas del Cusco no solo mejorará la eficiencia de su trabajo, sino que también tendrá un impacto positivo en la sociedad al garantizar una comunicación más robusta, transparente y colaborativa en el ámbito periodístico.

Entonces, la optimización del uso de WhatsApp entre periodistas en Cusco no solo busca mejorar la eficiencia en la comunicación, sino también fortalecer la comunidad periodística local, enriquecer la cobertura informativa y promover la transparencia y la diversidad de perspectivas en el periodismo, impactando positivamente en la sociedad al proveer información de calidad y selecta.

## **1.4 Objetivos**

### ***1.4.1 Objetivo General***

**O.G.-** Analizar cómo se optimiza el uso de WhatsApp como plataforma digital para mejorar el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco en 2023.

#### ***1.4.2 Objetivos Específicos***

**O.E.1.-** Identificar los mecanismos que permitan subsanar los problemas de seguridad y privacidad en la información intercambiada entre periodistas del Cusco a través de WhatsApp para garantizar una comunicación más clara y eficaz.

**O.E.2.-** Identificar cómo se usan los datos y el almacenamiento en el WhatsApp para mejorar el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco en 2023.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

#### 2.1 Bases teóricas

##### 2.1.1 Comunicación

Martínez y Nosnik (1988), refiere que la comunicación se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última dé una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta. Abraham Nosnik por su parte indica que la comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado.

Según ambos autores mexicanos, la intención del emisor consiste en modificar o reforzar el comportamiento de aquel que recibe la comunicación. Es decir, el acto de comunicar se lleva a cabo para recibir algo a cambio.

Chiavenato (2006), indica que “Es el proceso de pasar información y comprensión de una persona a otra. Por lo tanto, toda comunicación influye por lo menos a dos personas: el que envía el mensaje y el que lo recibe”.

Fonseca (2000), refiere que “Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes”.

Hernández y Garay (2005), indican que “La comunicación es un proceso de interacción social de carácter verbal o no verbal, con intencionalidad de transmisión y que puede influir, con y sin intención, en el comportamiento de las personas que están en la cobertura de dicha emisión”.



Lomonosov (2007), indica que la “comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala”.

Martínez (2003), define a la “comunicación como todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistema de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano”. Los conceptos anteriores convergen en el criterio que la comunicación es una interacción realizada por el hombre que busca dar a conocer sus emociones, ideas y sentimientos. La comunicación no puede ser llevada por una sola persona, necesita por lo menos de dos o más personas para ser lograda.

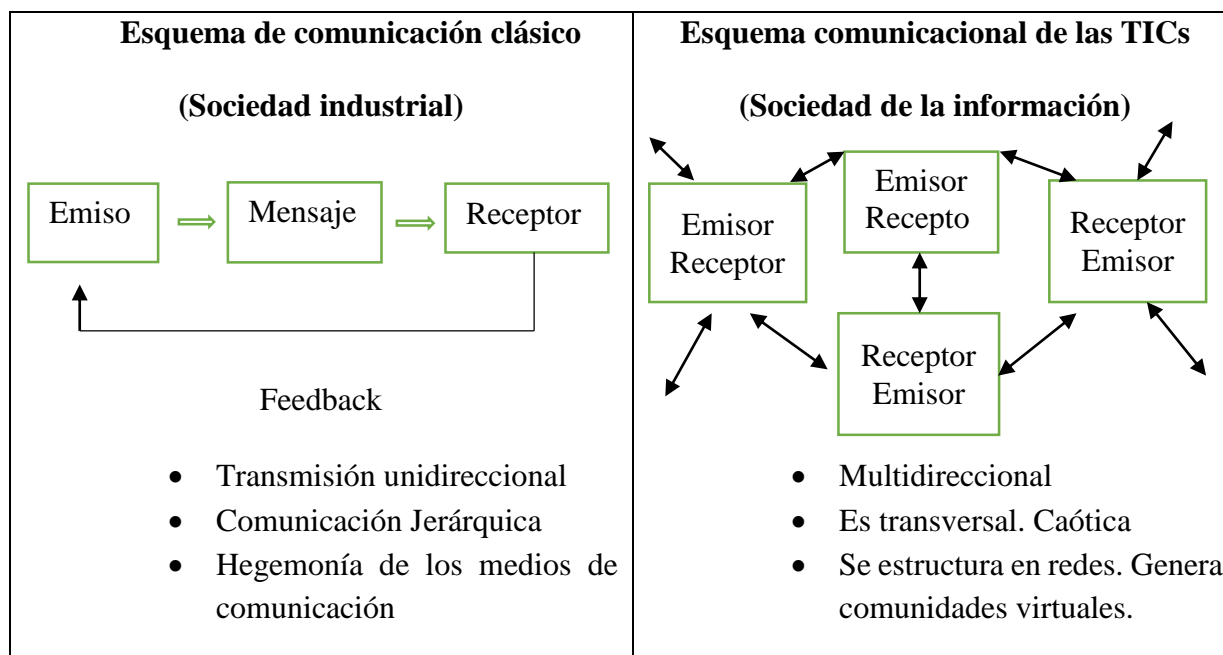
En su definición más básica, la comunicación consiste en la transmisión de información de un sujeto a otro, tal como lo sentenció, Lasswell (1948), hace más de 70 años: “quién dice qué a quién en qué medio y con qué efecto”. Es decir, la comunicación tiene un carácter social que comprende a todos los actos mediante los cuales los seres vivos se relacionan con sus semejantes para transmitir o intercambiar información. Comunicar significa poner en común e implica compartir en un contexto social determinado y con una historia particular. O sea, es un proceso ligado al comportamiento humano y a las estructuras de la sociedad.

La lógica de la comunicación masiva se basa en el esquema tradicional: un emisor emite un mensaje dirigido a miles de personas que muy eventualmente generarán un feedback. Con diferencias de estilos y características tanto la radio, la televisión y la prensa, se sustentan sobre esta lógica unidireccional, jerárquica y de uno a muchos.

## 2.1.2 Cambios en el esquema de comunicación

**Figura 1**

*Esquemas Comunicacionales*



*Nota:* Opiguá Digital (2024)

Así funcionó el sistema hasta la irrupción de los nuevos medios basados en tecnologías digitales que subvirtieron el esquema comunicacional clásico. Gracias a los bits, el receptor puede dejar su estado pasivo y convertirse en emisor y enviar su mensaje a otros miles de receptores/emisores que, a su vez, envían sus propios mensajes, desarrollando así una estructura en red.

En la Sociedad de la Información la realidad es relatada por miles de voces que se suman a una red global caótica, plurilingüe y diversa que al mismo tiempo y a la manera de organismo vivo es capaz de auto ensamblarse, auto organizarse, de generar conocimiento sobre la base del conocimiento y de construir una nueva realidad sobre la base de las realidades.

Molinuevo (2004), señala que las tecnologías no son un “anexo” externo a nosotros, sino herramientas que atraviesan absolutamente la vida cotidiana al punto de terminar siendo

constitutivas de nuestra subjetividad y objetividad y, por ende, de nuestras sociedades. ¿O es que acaso podemos imaginar nuestra vida sin computadoras, teléfono celular o internet?

### ***2.1.3 Comunicación digital***

La comunicación digital es un proceso de producción y distribución de información que mediante las tecnologías digitales permite que aquellos datos puedan ser transmitidos. El espacio digital abre una brecha para que la información que solo se tenía plasmado en libros pueda ser ahora digitalizada para luego ser compartida por todo el mundo gracias a la globalización digital.

Crucianelli (2010), la comunicación digital se convierte en un fenómeno que va creciendo de forma vertiginosa y cambiante que logra modificar las diversas producciones y se relaciona entre los medios masivos y sus receptores. Tal situación involucra los aspectos unidos a la práctica profesional del comunicador social y, por ende, demanda una constante actualización profesional junto a una reconsideración próxima de su lugar en el mundo en cuanto a saberes, habilidades y valores. Es así que la comunicación digital ayuda a que las personas de una forma más rápida y eficiente logren mantener contacto con familiares, amigos o afines mediante las páginas web, redes sociales, correos electrónicos, entre otros.

Entonces podríamos decir que la comunicación digital se refiere al intercambio de información a través de dispositivos electrónicos y plataformas en línea. Incluye una amplia gama de formas de comunicación, como correos electrónicos, mensajes de texto, redes sociales, videoconferencias, y claro está el WhatsApp; de esa manera, la digitalización ha transformado la manera en que nos conectamos y nos comunicamos, permitiendo la transmisión instantánea de datos a nivel global. Esta forma de comunicación ha generado cambios significativos en la forma en que nos relacionamos, trabajamos, aprendemos y nos informamos.

Entonces podemos decir que la comunicación digital ha tenido un impacto masivo en el campo del periodismo, porque ha transformado la manera en que se recopila, se presenta y se consume la información. Los periodistas ahora tienen la capacidad de llegar a audiencias globales al instante a través de plataformas digitales como sitios web de noticias, redes sociales, blogs y otras herramientas en línea.

De esa forma las noticias pueden difundirse rápidamente a través de redes sociales y plataformas en línea, alcanzando a audiencias globales en cuestión de segundos, y los periodistas ahora pueden combinar texto, imágenes, videos y elementos interactivos para contar historias de manera más rica y dinámica. Por eso podemos indicar que las redes sociales y los comentarios en línea permiten una comunicación más directa entre periodistas y su audiencia, fomentando la participación y el intercambio de opiniones.

Asimismo, se puede decir que internet facilita el acceso a una variedad de fuentes y datos, lo que ayuda a los periodistas a investigar y analizar información de manera más eficiente.

De esa forma, la facilidad para difundir información también ha llevado a desafíos éticos en cuanto a la veracidad de las noticias y la difusión de desinformación o noticias falsas, por eso podemos indicar que los periodistas deben adaptarse constantemente a los cambios tecnológicos y aprender a utilizar herramientas digitales para mantenerse relevantes en un entorno mediático en constante evolución, y esa habilidad para trabajar con datos, entender las métricas de audiencia en línea y cultivar una presencia en redes sociales son habilidades cada vez más importantes para los periodistas en la era digital.

### **2.1.4 Sitio Web**

Conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema en particular que incluye una página inicial de bienvenida, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos.

Un sitio Web también es como el resultado del trabajo de una persona, empresa u otra organización y está típicamente dedicado a un propósito en particular. Cualquier sitio Web puede contener enlaces a otras páginas, ya sean estas locales o externas al mismo.

Rodríguez y Ronda (2006), entre las variadas características que posee una página web está la información de texto y la de tipo audiovisual. Estas plataformas son utilizadas por la mayoría de empresas e instituciones para dar a conocer los servicios que estas ofrecen.

La Web tiene una estructura Cliente-Servidor de forma que los proveedores de información (servidores) atienden a las peticiones de los programas cliente (normalmente denominados navegadores o browsers) que son manejados por el usuario final.

Además, este software cliente, por ser más moderno, tiene la peculiaridad de que es capaz de entenderse con otro tipo de servicios o protocolos, como son ftp, news, gopher, etc, de manera que sólo hace falta un programa para utilizar todos los servicios disponibles en la red.

**Figura 2***Sitio Web*

*Nota:* Google Hubspot (2024)

**2.1.5 Evolución de la Comunicación Digital**

Segura (2021), refiere que, con la llegada de la Revolución Industrial, surgieron las telecomunicaciones, y en el siglo XIX, la humanidad empezó a comunicarse a través de la radio. Este período de avances tecnológicos trajo consigo numerosos inventos en el ámbito de la comunicación, como el telégrafo, el teléfono y la televisión.

Este recorrido histórico nos lleva a la era digital, donde la tecnología ha permitido la comunicación en tiempo real sin importar la distancia. La Revolución Digital, que comenzó a finales del siglo XX, introdujo importantes cambios en la comunicación humana, especialmente con la aparición de las computadoras, que han facilitado la recepción, almacenamiento y transmisión de grandes cantidades de información a velocidades sin precedentes.

La era digital ha fomentado la conexión en redes, dando lugar al internet, que ha derribado fronteras al posibilitar el envío de mensajes en tiempo real. Además, se han desarrollado herramientas como las teleconferencias, videograbaciones, teléfonos inteligentes y computadoras portátiles que potencian aún más la capacidad de comunicación.

En el siglo XXI, las organizaciones tienen a su disposición una amplia gama de herramientas que facilitan la comunicación tanto interna como externa. Las empresas pueden interactuar con sus clientes, proporcionar información casi instantáneamente, gestionar ventas y ofrecer un servicio remoto de alta calidad, convirtiendo la comunicación digital en una aliada crucial para el mercado.

Un aspecto clave en la comunicación digital ha sido la creación de las redes sociales, que no solo permiten comunicarse, sino también monitorear las actividades de clientes y competidores en tiempo real, atendiendo así sus necesidades de manera más eficaz.

Sin embargo, la comunicación digital ha provocado la pérdida de ciertas habilidades básicas que el ser humano solía tener. Por ello, es fundamental usar la tecnología de manera responsable y reintegrar las habilidades de comunicación naturales con las digitales.

Los líderes de la era digital tienen el desafío de desarrollar destrezas comunicativas que mantengan la sensibilidad humana, aprovechando las herramientas tecnológicas sin automatizar los sentimientos ni la interacción humana. Lograr un equilibrio entre el uso de la tecnología y las habilidades comunicativas naturales es esencial para evitar la deshumanización en la comunicación.

Jenkins (2008), indica que la digitalización de los medios y la conversión de todas las formas de comunicación mediadas por tecnología al lenguaje digital impactan significativamente a los medios y lenguajes tradicionales, generando profundos cambios en la comunicación humana

y en el intercambio de información. Esto es el resultado de la evolución y los numerosos avances en las tecnologías de la información y la comunicación, que ofrecen mecanismos de convergencia que permiten integrar una variedad de nuevas fuentes de producción y circulación de mensajes, información, programas, etc. Aunque la llamada convergencia tecnológica se puede ver como el resultado de la unificación de las redes de transporte de información y la digitalización de los contenidos, en realidad, coloca al individuo en el centro como un constructor activo de significados en una nueva clase de experiencia mediatizada. Las innovaciones socio-técnicas han facilitado la convergencia entre diferentes tipos de experiencias, usos y situaciones en tiempo real. Así, la convergencia es social, pública y comunicacional, ya que es inter-referencial en las relaciones sociales. La convergencia no es solo tecnológica, sino que también se manifiesta en los mercados de consumo, en las organizaciones, en la esfera política, en eventos culturales y en los procesos simbólicos e imaginarios de nuestras mentes.

### ***2.1.6 Redes sociales***

Boyd y Ellison (2008) Es un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, y también sirve para articular una lista de otros usuarios con los que se puede compartir una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las que se pueden realizar por otros dentro del sistema.

Asimismo, la naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro.

Según Bartolomé (2008), las redes sociales reflejan lo que en otros tiempos se mostraba mediante sociogramas, que era una serie de puntos representando individuos, notablemente personas, unidos mediante líneas que representan relaciones.



El carácter de una red social puede ser muy variado, así como el motivo aglutinador, desde el deporte, a la afición por los viajes, estas mueven el mundo, aunque evidentemente, algunas los mueven más que otras. Lo que la Web 2.0 aporta es la capacidad de crear redes sociales, uniendo a individuos lejanos físicamente y en gran número. Esto quiere decir que, frente al tradicional criterio de poder de una red social, basado en el poder de los individuos, ahora aparece otro ligado al número de individuos. La importancia del análisis de las redes sociales posiblemente sea uno de los aspectos clave en los que Internet ha cambiado los mecanismos de poder.

### ***2.1.7 WhatsApp***

Pérez y Gardey (2016), es el nombre de una aplicación que permite enviar y recibir mensajes instantáneos a través de un teléfono móvil (celular), posibilitando el intercambio de fotos, textos, audios y videos a través de la aplicación. WhatsApp propone un tipo de comunicación que nunca había tenido lugar a lo largo de la historia, ya que es una aplicación de mensajería que permite enviar y recibir mensajes mediante Internet (de modo instantáneo). Además, los usuarios pueden crear grupos y enviarse mutuamente imágenes, vídeos y grabaciones de audio.

La aplicación fue creada en enero de 2009 principalmente por Jan Koum, y el 19 de febrero de 2014 fue comprada por la empresa Facebook por 19 millones de dólares. En un principio, se utilizaba para añadir un estado, como en el gimnasio, poca batería, disponible, visible a tus contactos. Más tarde fue añadiendo distintas funciones hasta llegar a la aplicación de la que disponemos hoy en día. Lo que distinguía a WhatsApp de BlackBerry Messenger (otra aplicación que cubría la mayoría de las funciones actuales de WhatsApp) era que el método de registro no era sólo mediante un código asociado a un teléfono móvil de la marca, sino que se realizaba a través de los números de teléfono, haciéndolo accesible a todo tipo de terminales móviles.

Celaya, et al. (2015) refieren que el WhatsApp es una red social bastante famosa y popular. Es una sencilla aplicación que te permite hablar con gente en cualquier lugar, siempre que el internet esté disponible. Esta aplicación se ha vuelto muy distinguida, pero, como toda buena aplicación, el mal uso de esta puede resultar un problema. Es cierto que WhatsApp es una aplicación simple y que no presenta dificultades a la hora de charlar, un buen método para mantenerte en contacto con tus amigos y familiares, pero esto puede crear una fácil adicción.

El uso del WhatsApp Para poderse comunicar a través de esta red social, los usuarios deben tener instalada la aplicación, ya sea en su teléfono celular o computadora, así como ser parte de la lista de contactos de la persona a la cual se le desea enviar un mensaje. WhatsApp les permite a sus usuarios, el envío de mensajes y archivos multimedia de todo tipo, con sus diferentes opciones. La mayor revolución de esta red social, es que les ofrece a las personas el expresar sus mensajes no solo con palabras, sino que con un sinnúmero de emoticones.

Es una aplicación de teléfono inteligente para mensajería instantánea. Últimamente la popularidad de la aplicación ha aumentado. Una de las características únicas de la aplicación es su capacidad para mejorar la comunicación dentro de un grupo. WhatsApp es una aplicación de mensajería instantánea para dispositivos móviles que permite a los usuarios enviar mensajes de texto, realizar llamadas de voz y video, compartir archivos multimedia y ubicaciones en tiempo real. Fue fundada en 2009 por Jan Koum y Brian Acton y se ha convertido en una de las aplicaciones de mensajería más populares en todo el mundo.

Inicialmente, WhatsApp fue diseñado para ofrecer una alternativa a los mensajes de texto tradicionales, utilizando la conexión a Internet en lugar de los mensajes de texto SMS, lo que permitía a los usuarios enviar mensajes de forma más rápida y económica, especialmente en el contexto de comunicación internacional.

Con el tiempo, WhatsApp ha evolucionado para incluir funciones más avanzadas, como llamadas de voz y video, cifrado de extremo a extremo para mayor seguridad y la capacidad de crear grupos de chat. La aplicación se ha convertido en una herramienta integral para la comunicación personal y profesional, utilizada por personas, empresas e incluso por organismos gubernamentales para la interacción diaria.

En 2014, WhatsApp fue adquirida por Facebook Inc., lo que impulsó su expansión y desarrollo de nuevas características, integrándose aún más en el ecosistema de aplicaciones de Facebook. En resumen, WhatsApp nació para ofrecer una forma más económica y rápida de comunicación a través de mensajes de texto utilizando Internet, y desde entonces ha crecido hasta convertirse en una plataforma de comunicación multimedia completa y versátil.

Tang & Hew (2017), sustentan que el WhatsApp lidera el mercado mundial en mensajería instantánea APP, porque posee más de 1 billón de clientes en más de 180 países. Esta aplicación proporciona a los usuarios un acceso simple, divertido y accesible. Es un servicio de comunicación que se puede descargar gratuitamente en todas las plataformas, incluido Android, iPhone, Windows Phone y computadoras personales. Los usuarios pueden sincronizar chats en el dispositivo más conveniente. Además, pueden compartir una variedad de contenidos, tales como texto, emoticones, fotos, videos, documentos y ubicación con un individuo o un grupo. También pueden usar la cámara incorporada en sus teléfonos inteligentes para capturar eventos en tiempo real y compartirlos de inmediato con otros. Los chats grupales también son de fácil manejo. El WhatsApp permite que 256 personas hablen y compartan información a la vez.

Kola y Sunday (2018), refieren que los avances de la tecnología de teléfonos inteligentes han evolucionado hacia el uso de la mensajería instantánea de WhatsApp.

La aplicación ofrece cuatro tipos de oportunidades según el usuario, pues se trata de mensajes con imágenes, mensajes con video, mensajes de voz y mensajes de texto. Las cuatro características son muy buenas, el intercambio de información a través de la tecnología de WhatsApp es tanto instantáneo como conveniente. El intercambio de imágenes, mensajes de video, audio e intercambio de ideas, se hacen posible a través del aprendizaje en línea de WhatsApp.

### ***2.1.8 Ventajas y desventajas del uso del WhatsApp***

#### **2.1.8.1 Ventajas**

Pérez y Gardey (2016), la describen como una aplicación intuitiva y fácil de usar, lo que la hace accesible para una amplia gama de usuarios, independientemente de su experiencia tecnológica.

También permite la comunicación en tiempo real a través de mensajes de texto, llamadas de voz y video, lo que facilita mantenerse en contacto con familiares, amigos y colegas.

Además, es ampliamente utilizado a nivel mundial, lo que facilita la comunicación con personas en diferentes países sin incurrir en altos costos de comunicación internacional.

Funciona en varios sistemas operativos y dispositivos, lo que permite a los usuarios de iOS, Android y otros sistemas comunicarse entre sí sin problemas; ofrece características como el cifrado de extremo a extremo para proteger la privacidad de las conversaciones y la capacidad de compartir una amplia gama de archivos multimedia.

#### **2.1.8.2 Desventajas**

A pesar del cifrado de extremo a extremo, han surgido preocupaciones sobre la privacidad de los datos de los usuarios y la seguridad de la aplicación en relación con posibles brechas de seguridad o ataques. WhatsApp puede ser propenso a la difusión de noticias falsas, desinformación

y spam debido a la facilidad con la que se pueden compartir mensajes y el anonimato relativo de los usuarios.

En los grupos de WhatsApp, a medida que aumenta el número de miembros, la gestión y la organización pueden volverse complicadas. Además, el ruido generado por múltiples conversaciones puede dificultar el seguimiento de información importante, por eso requiere una conexión a Internet para funcionar, lo que puede ser una limitación en áreas con cobertura de red deficiente o costosa. El uso constante de WhatsApp puede consumir una cantidad significativa de datos móviles y almacenamiento en el dispositivo, especialmente cuando se comparten archivos multimedia frecuentemente.

Como cualquier herramienta de comunicación, WhatsApp tiene sus pros y contras, y su eficacia puede variar según el uso específico y las necesidades de los usuarios.

### ***2.1.9 WhatsApp, como medio de comunicación***

La llegada de la Web 2.0 y de diversas tecnologías han logrado transformar la forma en que las personas se comunican y colaboran entre sí, lo cual ha producido el surgimiento del WhatsApp, que es considerada una aplicación disponible para su uso mediante teléfonos inteligentes y es calificada como una de las plataformas de comunicación más populares del siglo XXI.

Diversas investigaciones han demostrado que WhatsApp es ampliamente utilizado por su accesibilidad y facilidad de uso en la comunicación. Asimismo, se han descrito impactos favorables sobre su utilización dentro del ámbito de la información, por la facilidad en la comunicación, siendo una aplicación muy utilizada para el intercambio de información entre los periodistas y comunicadores sociales.

Díaz y Salaverría (2003) Durante las últimas décadas, las tecnologías de información y comunicación se han incorporado con éxito en todos los ámbitos; sin embargo, dentro del periodismo, su implementación viene ocurriendo en forma lenta y con dificultades, debido a que los periodistas todavía tienen recelo en compartir información en algunos casos por el temor a la falta de seguridad. La aplicación WhatsApp es la más utilizada en el mundo, con más de mil millones de usuarios activos por mes y más de 40 mil millones de mensajes intercambiados cada día. Los primeros reportes del uso de esta aplicación con fines informativos proceden desde inicios casi del 2017.

El uso de esta herramienta como comunicación facilita la verificación de hechos, ya que los periodistas pueden recibir imágenes, videos o información de primera mano a través de WhatsApp, lo que les permite verificar la autenticidad de la información antes de publicarla.

Además, tendría una cobertura más cercana y personalizada, porque al interactuar con la audiencia a través de esta plataforma, se puede crear una relación más cercana y personalizada, lo que puede traducirse en historias más relevantes y adaptadas a los intereses del público.

Comunicación interna en redacciones, WhatsApp también puede ser útil para la coordinación interna en redacciones, facilitando la comunicación entre periodistas, editores y otros miembros del equipo, lo que agiliza la producción de noticias.

Sin embargo, es importante tener en cuenta ciertas consideraciones éticas y de privacidad al utilizar WhatsApp en el periodismo, como obtener el consentimiento para usar la información compartida y preservar la confidencialidad de las fuentes cuando sea necesario. Además, la verificación de la información es esencial antes de publicar cualquier contenido recibido a través de esta plataforma. Con esta apreciación, se observa que el ser humano, y muy especialmente el

profesional en periodismo estará siempre en constante evolución con relación a las nuevas formas de comunicarse.

Ello lleva a precisar que ante la convergencia tecnología-periodismo del cual surge la novedad del ciberperiodismo, definido como “una nueva materia del periodismo, que aprovecha las nuevas herramientas tecnológicas en su conjunto para la elaboración y difusión de material periodístico. En sí, se le puede denominar como el periodismo del siglo XXI”.

Tejedor (2009), entonces podemos indicar cuando, al hacer uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, cumple pues con su labor dentro de ese proceso de globalización periodística, difundiendo informaciones y opiniones a cualquier territorio del orbe. Asimismo, compartiendo información con otros periodistas, es así que la digitalización coloca ante una nueva generación de productos mediáticos, numéricos, modulares, variables, escalables, automatizables y, en términos generales, adaptables o personalizables a cualquier usuario, que ofrecen al ciberperiodismo innumerables oportunidades que el periodismo ligado a los medios de difusión clásicos no tenía.

De esta forma, con el uso de esta herramienta, la interacción sería directa con la audiencia y las fuentes de información, mediante lo cual los periodistas podrían establecer conexiones directas con su audiencia y con fuentes de información a través de mensajes, llamadas o incluso videollamadas. Esto también facilitaría la obtención de datos, testimonios o imágenes para una historia. Uso de la información.

Cada medio tiene un protocolo para el uso de la información que circula por el Internet. Como ya se ha mencionado, los contenidos generados sin rigor periodístico abundan en la red. Es deber de cada periodista cruzar esa información y lograr confirmarla con otras fuentes, en caso se trate de contenido no verificado.

Sánchez (2016) habla de “La verdad posible del periodismo”, alcanzable, como recoge en sus directrices editoriales la cadena británica BBC– mediante la precisión en la obtención del material informativo, el contraste de los hechos, la confirmación de la autenticidad de las pruebas documentales y la comprobación de las aseveraciones hechas por las fuentes consultadas. Estándares profesionales aún más necesarios si cabe en el entorno digital, donde el flujo incesante de información en tiempo real puede confundir a los medios, que aprecian verdad donde a veces sólo hay verosimilitud. Recuerda Sánchez de la Nieta que “el periodista administra, desde una cualificada mediación, la información primaria y las posteriores adendas desde la actitud de desinteresada búsqueda de la verdad. Y lo hace aplicando unas garantías procedimentales determinadas en la selección de datos, réplicas y contrarréplicas –de lectores, de expertos”.

Existen otros casos en los que solo se necesita la autorización del autor del contenido para poder usarlo. Por ejemplo, las imágenes aéreas de la ciudad captadas por un piloto de drone profesional que ha compartido en sus redes sociales. Ese material puede servir para muchos propósitos dentro de la producción periodística. Una investigación hecha en América Latina, presentada por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), encontró que, “para los creadores de contenido Web en la región, la mayor necesidad en términos de formación –aunque puede haber diferencias por país– es aprender a contar historias en video y otras formas complejas (esto contrasta con el hecho de que la narrativa Web en América Latina está dominada por el texto, seguido por la fotografía). A pesar de que identifican como su mayor problema la generación de ingresos para financiar el sitio o medio en Internet, paradójicamente tienen muchísimo menor interés en aprender sobre modelos de negocios o venta de publicidad”.



### ***2.1.10 Las plataformas digitales***

Son parte de un fenómeno social, que acorta la proximidad entre un periodista y sus fuentes de información, ya que, con el acceso al Internet, los alcances a las fuentes han incrementado considerablemente. Asimismo, estos nuevos medios comunicacionales han adoptado características de inmediatez e interactividad, como se reporta cada vez que una agencia de noticias lanza su información de último minuto, a través de sus redes sociales, teniendo una respuesta instantánea de otros periodistas y/o usuarios conectados a la red de la agencia, quienes podrán responder y expresar sus opiniones con respecto a la noticia publicada.

Según Herrero (2011), este proceso de emisión-recepción y retroalimentación dura unos cortos minutos, que se propalarán dependiendo de la red social utilizada y del contenido que se desea publicar. Un breve enunciado podría remitir al lector a otro texto, a una fotografía o a un vídeo, cuyo enunciado invita al receptor a interactuar con respuestas, retuits o ‘likes’, debido a la propia naturaleza de las plataformas virtuales.

Estas nuevas herramientas comunicativas están ligadas a la interacción y los usos de estos canales para intercambiar datos han obtenido una mayor importancia en el periodismo televisivo y la producción de noticias en el formato audiovisual: desde el criterio de selección de noticias y la búsqueda de las mismas, hasta el proceso de investigación periodística y cobertura informativa por parte de los reporteros de televisión y su contacto directo con las fuentes.

Cerviño y Vilches (2013). En su trabajo “El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas”, recalca que los medios sociales han pasado a formar parte del desarrollo periodístico de los profesionales en comunicación, y en la actualidad, se conoce que algunos medios tienen personal específico conectado las 24 horas al día para buscar tendencias en los ‘social networks’.

### ***2.1.11 Periodismo digital***

Oliva (2014). La revolución digital a nivel mundial generó que la rama del periodismo se adhiera a los continuos cambios y permitió que se forme una nueva modalidad en materia de comunicación. De esta forma, se desarrollaron contenidos a través de sus plataformas digitales como también en las aclamadas redes sociales. Esta metodología es casi la misma con la que trabajaban los periodistas tradicionales, resaltando las diversas funcionalidades que permite la utilización de herramientas interactivas, innovadoras y llamativas para el usuario. Este soporte informativo continúa priorizando la validación de datos, escritura e investigación para formar contenidos visuales, dinámicos y que coloque el punto de partida a un espacio de opinión en la red. La prensa digital contribuye a la formación de una narrativa multimedia, creando diferentes formatos. Finalmente, esta nueva forma de realizar periodismo tiene la misma complejidad que puede presentarse tanto en la radio, televisión o prensa escrita.

López (2015) indica que "El periodismo digital es la especialización del periodismo que emplea Internet como medio de difusión, empleando para ello las herramientas propias de la red: hipertexto, multimedia, interactividad y personalización".

Cobo (2007), refiere que "El periodismo digital es aquel que se sirve de las tecnologías digitales para la obtención, tratamiento y difusión de la información periodística a través de medios electrónicos como Internet."

Jenkins (2008), para el autor "El periodismo digital representa una nueva forma de organizar la producción y la circulación de información, que integra a los usuarios en la producción y difusión de noticias, permitiendo la interacción y la personalización de contenidos".

Badillo (2015) indica que "El periodismo digital es una nueva forma de hacer periodismo que se apoya en las tecnologías digitales para informar, interactuar con la audiencia y adaptarse a las exigencias de la comunicación en la era digital".

### **2.1.12 Información**

Martínez (2010), indica que es un conjunto de datos organizados y procesados que tienen significado y pueden ser interpretados de alguna manera. Puede ser cualquier tipo de conocimiento o datos que se utilizan para entender algo o tomar decisiones. La información puede presentarse en diferentes formas, como texto, números, imágenes, sonidos, etc. Su valor radica en su capacidad para transmitir conocimiento o permitir la toma de decisiones fundamentadas.

Siglo XX. 1969. En el contexto de la Guerra Fría, el movimiento contracultural de la década de 1960, nace la embrionaria Internet cuando se establece la primera conexión de computadoras u ordenadores, conocida como ARPANET, entre cuatro universidades estadounidenses (tres universidades en California y una en Utah), con el objetivo inicial de facilitar una red de comunicaciones militares a prueba de bomba. Su expansión y popularización, y la democratización del conocimiento que facilita, transformará radicalmente las relaciones económicas, sociales y culturales en un mundo más y más interdependiente.

Actualmente, ya en el siglo XXI, en un corto período de tiempo, el mundo desarrollado se ha propuesto lograr la globalización del acceso a los enormes volúmenes de información existentes en medios cada vez más complejos, con capacidades exponencialmente crecientes de almacenamiento y en soportes cada vez más reducidos. A pesar de ello, todavía existen muchas fuentes de información en formato no digital o inaccesibles digitalmente por diversas causas.

En este marco, la proliferación de redes de transmisión de datos e información y de bases de datos con acceso en línea, ubicadas en cualquier lugar, localizables mediante Internet, permiten

el hallazgo de otras redes y centros de información de diferentes tipos en cualquier momento desde cualquier lugar.

Es el resultado de datos gestionados a través de aplicaciones informáticas donde los datos son procesados y transformados en información que posteriormente es manejada como signo integrador y característico del progreso económico del siglo XXI.

### **Figura 3**

*Esquema sobre la información*



*Nota:* Google (2024)

#### **2.1.13 Usos de la información**

López (2010). Se considera que la generación y/u obtención de información persigue estos objetivos.

Aumentar/mejorar el conocimiento del usuario o, dicho de otra manera, reducir la incertidumbre existente sobre un conjunto de alternativas lógicamente posibles.

Proporcionar a quien toma decisiones la materia prima fundamental para el desarrollo de soluciones y la elección.

Proporcionar una serie de reglas de evaluación y reglas de decisión para fines de control.

En relación con el tercer punto, la información como vía para llegar al conocimiento, debe ser elaborada para hacerla utilizable o disponible (este proceso empírico se llama Documentación, y tiene métodos y herramientas propios), pero también es imposible que la información por sí sola dote al individuo de más conocimiento, pues es él quien debe valorar lo significativo de la información: la organiza y la convierte en conocimiento. El dato, por así llamarlo, es en sí un

«prefijo» de la información, es decir, un elemento previo necesario para poder obtener la información.

### **2.1.13.1 Información periodística**

Una noticia es el relato o redacción de un texto informativo que se quiere dar a conocer con sus propias reglas de construcción (enunciación), que se refiere a un hecho novedoso o atípico -o la relación entre hechos novedosos y/o atípicos-, ocurrido dentro de una comunidad o determinado ámbito específico, que hace que merezca su divulgación.

### **2.1.13.2 Intercambio informativo**

Ante la llegada de la era digital donde los mensajes abundan y cada día surgen plataformas de comunicación e interacción, la realidad demanda profesionales con conocimientos, habilidades y valores que influyan de manera positiva en la sociedad. El intercambio de información es el proceso mediante el cual se transfiere o se comparte datos entre individuos, sistemas, organizaciones o entidades. Puede ocurrir en diferentes formas y a través de diversos canales, como conversaciones cara a cara, comunicaciones escritas, interacciones en línea, transmisiones electrónicas, entre otros.

Este intercambio puede ser bidireccional, donde ambas partes comparten y reciben información, o unidireccional, donde la información se transfiere de una fuente a un receptor sin esperar una respuesta inmediata.

El intercambio de información es fundamental en diversas áreas, desde la comunicación cotidiana hasta la transmisión de conocimientos en el ámbito académico, científico, empresarial y tecnológico. La efectividad de este intercambio depende de la claridad, precisión y relevancia de la información compartida, así como de la comprensión y la capacidad de interpretación por parte de los receptores.

### ***2.1.14 Optimización***

Droste y Deuse (2012), se refiere al proceso de hacer que algo sea lo más efectivo, eficiente o funcional posible, usualmente mediante la mejora de determinados aspectos o la maximización de un resultado deseado. En diferentes contextos, la optimización puede tener significados específicos, como en la tecnología o software, que implica mejorar el rendimiento de un programa informático, una aplicación o un sistema, ya sea reduciendo el tiempo de ejecución, mejorando la utilización de recursos o aumentando la velocidad. WhatsApp puede ser una herramienta poderosa para los periodistas cuando se trata de la optimización de la información y la comunicación con fuentes, colegas y audiencias.

Los periodistas pueden utilizar WhatsApp para conectarse con fuentes de noticias, recibir información, testimonios o archivos multimedia que pueden ser relevantes para sus historias. Además, pueden mantener conversaciones privadas y seguras, especialmente si se utiliza la función de cifrado de extremo a extremo.

Asimismo, pueden crear líneas directas de WhatsApp para que los lectores o la audiencia envíen noticias, fotos o videos. Puede ser una forma efectiva de fomentar la cobertura ciudadana; esto puede ayudar a los periodistas a obtener información de primera mano sobre eventos locales o noticias en desarrollo, la difusión de noticias, aunque WhatsApp no es una plataforma de difusión de noticias en sí misma, los periodistas pueden compartir enlaces a sus historias o contenido relevante a través de la aplicación. Esto puede ayudar a dirigir tráfico a sus sitios web o plataformas donde se publica el contenido periodístico, los equipos de redacción pueden utilizar grupos de WhatsApp para comunicarse de manera eficiente, coordinar la cobertura de noticias, compartir ideas o recibir actualizaciones rápidas sobre eventos importantes, de esa forma algunos medios utilizan WhatsApp para interactuar con sus lectores o audiencia, ya sea para responder preguntas,

recibir comentarios o incluso realizar encuestas informales sobre temas de interés, aunque es importante tener en cuenta que, WhatsApp puede ser útil en el periodismo, también plantea desafíos en términos de privacidad, verificación de fuentes y la difusión responsable de información, por eso los periodistas deben ser cautelosos al utilizar esta plataforma y asegurarse de cumplir con los estándares éticos y profesionales al comunicarse y compartir información a través de WhatsApp.

## **2.2 Antecedentes**

### ***2.2.1 A nivel internacional***

De la Cruz (2020) en la tesis *“la aplicación de mensajería WhatsApp y las culturas periodísticas de los reporteros de la ciudad de Latacunga- Ecuador”* de la Universidad Técnica de Cotopaxi, el objetivo es describir modificaciones en las prácticas periodísticas de los reporteros de la ciudad de Latacunga que intercambian mensajes con fuentes oficiales mediante la aplicación de mensajería WhatsApp. La metodología de estudio es de carácter cualitativo y cuantitativo, en la que se utilizó la técnica de observación participante y entrevistas, la cual se basó por fichas de observación de forma personalizada en un determinado periodo de tiempo y dichas respuestas son claras, precisas y concisas.

Los resultados obtenidos permitieron identificar el cambio en la labor periodística que existe al momento de recibir y enviar información por WhatsApp, considerando que la cultura de comunicación ha sufrido transformaciones. Antes los profesionales en comunicación salían en búsqueda de información y estaban en el lugar de los hechos; ahora la noticia llega de forma inmediata, sin restricción alguna en el grupo de WhatsApp y han modificado su labor en base a esta herramienta de comunicación.

Las conclusiones, en el grupo de WhatsApp “Gober Cotopaxi - Medios” existe conflicto de manipulación en el envío de información hacia los usuarios, por lo que la falta de contrastación, verificación e investigación no precautelan la imagen simbólica del medio en el que se desarrollan, razón por la cual mencionaron que al obtener la primicia del hecho suscitado en muchos casos no es acertada.

Asimismo, los periodistas y los reporteros consideran que la información que dan a conocer a los usuarios promueve llenar los vacíos en cuanto a la noticia que reciben, sea en el aspecto con el que se identifica el oyente.

Y en cuanto a la cultura periodística, ha entrado en conflicto por la modernidad a la que están sujetos, en donde los profesionales de la comunicación se ven obligados a formar parte directa de las TIC’s o cibernética del siglo XXI.

Fares (2018) en la Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva de la Universidad Complutense de Madrid publicó la investigación “*WhatsApp y Periodismo. Análisis del uso de WhatsApp en los medios de información españoles*” el objetivo es analizar y explorar cómo esta aplicación se está utilizando en el ámbito del periodismo español y cuáles son las posibilidades que brinda para los medios de comunicación

Debido a que la historia de WhatsApp es relativamente reciente, la metodología utilizada en el presente estudio se ha centrado en la recopilación de artículos y noticias de los últimos cinco años con el objetivo de identificar las primeras experiencias de uso en los medios de comunicación a nivel mundial. Con esta información, hemos construido una base de estudio y marco teórico que nos permite centrar nuestra investigación en España.

Conclusiones, Aunque todos los medios consultados coinciden en que WhatsApp es un canal interesante, lo cierto es que los medios locales y periódicos nativos españoles son los que



más están apostando por el uso de la aplicación como canal de distribución del contenido informativo a través de alertas. Eso sí, no sin dolores de cabeza derivados de la inoperatividad intencionada de la aplicación para gestionar grandes volúmenes de mensajes y contactos. Tras las primeras experiencias, la audiencia española responde positivamente al servicio en términos de conversión en tráfico, muy por encima del recibido en Twitter e incluso de las newsletters, aunque todavía no podemos hablar de audiencias masivas.

### ***2.2.2 A nivel nacional***

Acuña (2019) en la investigación denominada “*Relación del uso de la tecnología de la información en la producción periodística del staff de periodistas de RPP, Lima, Perú*” tesis que fue realizada para optar por el grado académico de magister en la Universidad de San Martín de Porres. El objetivo fue determinar el impacto del uso de las herramientas tecnológicas en la labor periodística, sobre todo en la producción. Se utilizó el método de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo relacional, tipo aplicativo, de diseño metodológico no experimental de corte transversal; se usó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados reflejan el impacto del uso de la tecnología que ha permitido facilitar el trabajo en muchos ámbitos de la vida y la producción periodística no es ajena a esta realidad.

Se concluye que existe un impacto de la alfabetización digital en la producción periodística del staff de periodistas de Radio Programas del Perú. Asimismo, existe un impacto que se establece entre el uso de la tecnología de la información y la producción periodística en el staff de periodistas de Radio Programas del Perú.

Que el control de la información es determinante en la producción periodística del staff de periodistas de Radio Programas del Perú, esto debido a que la producción periodística fue

cambiando con el transcurrir del tiempo por el cambio tecnológico y este permitió el manejo mucho más óptimo y rápido de la información, permitiendo tener mayor alcance a menor precio.

Aguirre (2023), en la tesis *“Evolución del perfil del periodista digital en procesos de convergencia de plataformas. Casos: los mundiales Brasil 2014 y Rusia 2018 en Deporte Total (DT) y El Bocón”* Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Escuela Profesional de Comunicación Social. El objetivo es describir las características sociodemográficas del periodista digital deportivo que cubrió ambos torneos, conocer sus rutinas laborales e identificar los recursos tecnológicos que empleó en sus coberturas.

Los resultados mostraron una evolución paulatina en el perfil del periodista digital deportivo. Estos arrojaron que su edad mínima en el 2014 fue 26 años y en el 2018 disminuyó a 21. Asimismo, este profesional mostró un mayor interés por especializarse debido a que de estudiar la profesión de Ciencias de la Comunicación pasó a inscribirse directamente en la carrera de Periodismo deportivo. También pasó a considerarse como un profesional multiplataforma al 100 %. Además, a diferencia del 2014 en que su prioridad era la publicación inmediata de notas en la plataforma web, durante su cobertura en el 2018 dio preferencia a las transmisiones en vivo a través de Facebook para no perder la oportunidad de informar hechos que podían suceder en cualquier momento y con esto captar la atención de la audiencia que se encuentra en esta red social.

Arévalo (2021) en el *“Estudio sobre la situación de radios y televisoras locales y regionales en el contexto de la crisis de salud y económica generada por el COVID -19”*, presentado por CONCORTV.

El objetivo del estudio fue elaborar un diagnóstico de carácter cualitativo y cuantitativo que analice la situación de las radios y televisoras locales en el contexto de las crisis sanitaria y económica generadas por la COVID-19, identificando las principales fortalezas, debilidades y

desafíos para la sostenibilidad y desarrollo de este importante sector de medios de comunicación. La metodología utilizada en dicho trabajo de investigación es mixta, multimetódica, pragmática, cualitativa y cuantitativa.

Los resultados, las noticias locales se siguieron difundiendo a través de espacios en vivo y también fueron compartidas en línea a través de las redes sociales y sus páginas web. Según el estudio, la mayoría de estaciones (84,6%) mantuvo sus servicios informativos y en algunos casos los amplió, dada la situación de crisis sanitaria y las necesidades de las poblaciones en términos de información.

### **2.2.3 A nivel local**

Barreto y Loncone (2019), en su tesis *“Exposición a los medios de comunicación de masas y uso de las redes sociales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco - 2018”* Objetivo es analizar la exposición a los medios de comunicación de masas y el uso de las redes sociales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, asimismo, identificar las diferencias entre la exposición a los medios de comunicación de masas y el uso de las redes sociales según los rasgos de identificación de los estudiantes de dicha escuela profesional.

El tipo de investigación con el cual trabajaron la tesis es fundamental o pura, y la metodología utilizada fue descriptiva y comparativa. Los resultados arribados, son que los estudiantes encuestados en su mayoría son de género femenino, representado por el 59,6% de los cuales se encuentran en gran parte entre las edades de 17 a 22 años en un 44,8% y del género masculino un 40,4% que oscilan entre las edades de 17 a 22 años en un 26,5%; por otro lado, se muestra que existe un porcentaje reducido de los estudiantes que tienen entre 29 a 33 años en ambos géneros, que representa el 4,0% de la muestra.

En su mayoría, los estudiantes no realizan otros estudios aparte de los universitarios, ya que la profesión que siguen demanda disposición de tiempo, en especial los estudiantes del cuarto semestre en adelante, ya que al adentrarse en su formación profesional realizan cursos de especialidad que demandan aún más tiempo a comparación de los estudiantes que están comenzando su formación profesional, y al llevar solo cursos generales tienen más disposición de tiempo para poder llevar otros cursos que no sean parte de su Escuela Profesional.

Las conclusiones indican que es significativo observar que el comportamiento estudiantil de los jóvenes de Ciencias de la Comunicación de la UNSAAC ante los medios de comunicación de masas y las redes sociales es de complementariedad entre ambos; es decir, tanto la exposición a los medios de comunicación y el uso de las redes sociales no compiten entre sí, sino más bien se complementan y se convierten en fuente de información que contribuye a su formación profesional al observar que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación asumen una actitud crítica y personalizada como futuros profesionales que trabajarán en estos escenarios comunicativos.

Ccoto (2022), *“Uso del WhatsApp en la educación virtual de estudiantes de un instituto superior pedagógico rural de Cusco”*, presentada en la Universidad César Vallejo para la obtención del grado de Maestra en Docencia Universitaria, con el objetivo es describir y comprender la situación de la educación virtual de un instituto superior pedagógico rural de Cusco y proponer acciones para mejorarla. La metodología consideró una investigación de tipo aplicado de enfoque cualitativo descriptivo con un diseño fenomenológico.

Los resultados obtenidos señalan que tanto alumnos como docentes no se sienten conformes con una educación virtual, pues su rendimiento ha disminuido y los docentes no se desempeñan en la medida esperada; sin embargo, no hubo pérdida de comunicación entre alumnos o docentes para recibir o brindar apoyo y evitar su deserción. Por otro lado, los alumnos prefieren

realizar sus sesiones de clase en tiempo real, pues son muy pocas las veces que repasan sus sesiones, ya sea por complicaciones con su internet o demás motivos. Respecto al WhatsApp, tanto alumnos como docentes consideran que es un aplicativo que les facilita trabajo, pero no es lo suficiente para un adecuado desarrollo profesional.

Las conclusiones del trabajo de investigación con respecto a las características de la educación virtual refieren que los alumnos prefieren realizar sus sesiones de clase en tiempo real, pues creen que aprenden más; sin embargo, en esta modalidad son muy pocas las veces que repasan sus sesiones, demostrando un limitado aprendizaje autorregulado, pues no disponen de tiempo para hacerlo. Consideran que esta no es una buena forma de enseñanza, pues en clases virtuales los alumnos o inclusive los docentes se retiran cuando desean, ya sea por complicaciones con su internet y demás motivos.

## **2.3 Marco conceptual**

### ***2.3.1 Comunicación***

“El proceso mediante el cual un mensaje es transferido de un punto a otro, a través de un canal, con la ayuda de señales”. Esta definición se enfoca en los aspectos técnicos y la transmisión de la información (Shannon y Weaver, 1949).

### ***2.3.2 Comunicación Digital***

La comunicación digital ha transformado la sociedad en la era de la información. Su enfoque en la comunicación digital se centra en la interacción entre las tecnologías de la información y la comunicación y su impacto en la estructura social y económica (Castells, 1996).

### ***2.3.3 Herramientas digitales***

En su libro "La semana laboral de 4 horas", mencionan y recomiendan diversas herramientas digitales para optimizar la productividad y la gestión del tiempo (Ferriss, 2009).

Otros autores, también hacen referencia a herramientas digitales para la organización y la productividad (Allen, 2001).

#### ***2.3.4 Información***

Definen a la información a reducción de incertidumbre: la medida de la cantidad de sorpresa o novedad que proporciona un mensaje (Shannon & Weaver, 1949).

#### ***2.3.5 Optimización***

Exploran la optimización en el contexto de la valoración de empresas, considerando estrategias para maximizar el valor de una empresa a través de decisiones financieras y operativas. Con el objetivo común de encontrar la mejor solución posible dentro de un conjunto de posibilidades y restricciones específicas (Koller, et al. 2020).

#### ***2.3.6 Redes sociales***

Son sistemas que facilitan la conexión y la interacción entre personas a través de plataformas digitales, lo que permite compartir intereses, actividades, ideas y contenido (Granovetter, 1973).

#### ***2.3.7 WhatsApp***

WhatsApp es una plataforma de comunicación que permite a los usuarios enviar mensajes de texto, realizar llamadas de voz y video, compartir archivos multimedia y mantener conversaciones individuales o grupales a través de Internet, utilizando datos móviles o conexiones Wi-Fi (Koum y Acton, 2009).

## CAPÍTULO III

### 3. HIPÓTESIS Y VARIABLES

#### 3.1 Formulación de Hipótesis

##### *3.1.1 Hipotesis General*

**H.G.-** La optimización eficaz del uso del WhatsApp como plataforma digital, mejora significativamente el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco

##### *3.1.2 Hipótesis específicas*

**H.E.1.-** La identificación de los mecanismos nos permitirá subsanar los problemas de seguridad y privacidad en la información entre periodistas y nos ayudará a mejorar significativamente el intercambio del material periodístico.

**H.E.2.-** El uso adecuado de datos y su almacenamiento en el WhatsApp mejora significativamente el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco.

#### 3.2 Identificación de Variables

##### *3.2.1 Variable Independiente*

Optimización en el uso de WhatsApp.

##### *3.2.2 Variable Dependiente*

Intercambio informativo entre periodistas

### 3.3 Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INVESTIGACIÓN	ITEMS
<p><b>Variable independiente</b></p> <p>Optimización en el uso de WhatsApp</p>	<p>Se refiere a la práctica de utilizar esta aplicación de mensajería de manera eficiente y efectiva, aprovechando al máximo sus funcionalidades y características para lograr los objetivos deseados. Esto puede implicar varias acciones, como organizar los contactos, grupos y conversaciones de manera estructurada, utilizar funciones como las listas de difusión y los mensajes destacados para comunicarse de manera más efectiva, configurar adecuadamente las notificaciones y ajustes de privacidad, y gestionar el uso de datos y almacenamiento de forma consciente. También puede referirse a estrategias para evitar distracciones y mantener un uso equilibrado de la aplicación, especialmente en entornos laborales o educativos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiencia en la comunicación</li> <li>• Organización de contactos y grupos</li> <li>• Gestión del tiempo</li> <li>• Seguridad y privacidad</li> <li>• Uso responsable de datos y almacenamiento</li> <li>• Gestión de notificaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de mensajes enviados</li> <li>• Tasa de participación en grupos.</li> <li>• Cantidad de contactos organizados en listas</li> <li>• Tiempo de respuesta</li> <li>• Uso de funciones avanzadas</li> <li>• Frecuencia de actualización de la aplicación.</li> <li>• Calidad de comunicación</li> </ul>	<p><b>Enfoque de la investigación:</b></p> <p>Cualitativo</p> <p><b>Tipo de investigación</b></p> <p>Descriptivo explicativo, no experimental</p> <p><b>Método:</b></p> <p>Inductivo deductivo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuánto tiempo tardas normalmente en responder un mensaje en WhatsApp?</li> <li>• ¿Utilizas respuestas automáticas para mensajes frecuentes?</li> <li>• ¿Con qué frecuencia programas mensajes para enviar en momentos específicos?</li> <li>• ¿Cada cuánto tiempo revisas tu WhatsApp para responder mensajes?</li> <li>• ¿Organizas tus conversaciones utilizando etiquetas o categorías?</li> <li>• ¿Guardas o archivas conversaciones relevantes para su fácil acceso?</li> <li>• ¿Participas activamente en grupos para colaborar o compartir información?</li> </ul>



<p><b>Variable dependiente</b></p> <p>Intercambio informativo entre periodistas</p>	<p>Se refiere a la práctica de compartir información relevante, noticias, investigaciones o recursos entre profesionales de los medios de comunicación. Este intercambio puede tener lugar en diferentes contextos, como en reuniones formales de trabajo, conferencias de prensa, eventos de la industria, redes sociales o plataformas digitales especializadas. El objetivo principal es enriquecer la cobertura informativa, fomentar la colaboración entre medios y periodistas, y contribuir a la difusión de información veraz y de interés público.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnología</li> <li>• Interfaz de usuario</li> <li>• Contenido</li> <li>• Usuarios</li> <li>• Negocio o propósito</li> <li>• Ecosistema</li> <li>• Modelo de negocio</li> <li>• Regulación y cumplimiento</li> <li>• Desarrollo y evolución</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de usuarios activos</li> <li>• Tasa de retención de usuarios</li> <li>• Tiempo de sesión promedio</li> <li>• Tasa de conversión</li> <li>• Ingresos generados</li> <li>• Usuarios de la información</li> <li>• Índice de satisfacción de usuarios</li> <li>• Tiempo de carga de la página</li> <li>• Índice de interacción en redes sociales</li> </ul>	<p><b>Población.</b> Colegio de Periodistas, Centro Federado de Periodistas, Asociación Nacional de Periodistas, de periodistas que no están inscritos</p> <p><b>Muestra</b> 70 afiliados al Colegio de Periodistas 40 afiliados al Centro Federado de Periodistas 30 afiliados a la Asociación Nacional de Periodistas y 20 no afiliados</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Con qué frecuencia utiliza WhatsApp para el intercambio informativo con otros periodistas?</li> <li>• ¿Qué tan útil considera que es WhatsApp para el intercambio informativo en su trabajo periodístico?</li> <li>• ¿Cómo calificaría la eficiencia de WhatsApp para compartir información rápida y efectivamente entre periodistas?</li> </ul>
---	---	---	---	---	--

*Nota:* Peña, D. y Espinoza, E. (2024)

## CAPÍTULO IV

### 4. METODOLOGÍA

#### 4.1 Ámbito de estudio: localización política y geográfica

**Figura 4**

*Mapa de los distritos del Cusco*

#### Distritos de la provincia de Cuzco



*Nota:* Google Maps

#### 4.1.1 Ubicación geográfica de la investigación

Provincia del Cusco (distritos de Wanchaq, Santiago y Cusco)

**Tabla 1**

*Distritos/Superficie/Población*

Distrito	Superficie	Población
Cusco	116,22 <a href="#">km<sup>2</sup></a>	108 798 hab.
Wanchaq	6,38 <a href="#">km<sup>2</sup></a>	59 134 hab
Santiago	69.72 <a href="#">km<sup>2</sup></a>	94 756 hab.

*Nota:* INE (2017)

## **4.2 Tipo y nivel de investigación**

El tipo y nivel de investigación del presente trabajo es descriptivo – explicativo no experimental, por cuanto el objeto de estudio, es la optimización en el uso del WhatsApp para el intercambio de información entre los periodistas de la ciudad del Cusco.

## **4.3 Unidad de análisis**

Esta unidad de análisis permite centrar el estudio en un grupo específico y relevante para evaluar las prácticas actuales, identificar problemas y proponer estrategias de optimización en el uso de WhatsApp para el intercambio informativo por parte de los periodistas en actual ejercicio en los medios de comunicación de la ciudad del Cusco.

## **4.4 Población de estudio**

La población total de estudio, estuvo representado por 1265 periodistas que pertenecen o se encuentran afiliados a las siguientes instituciones:

- ❖ Colegio de Periodistas, (765 afiliados)
- ❖ Centro Federado de Periodistas (210 afiliados)
- ❖ Asociación Nacional de Periodistas, (190)
- ❖ Periodistas que no están inscritos en ninguna de las instituciones señaladas (100).

## **4.5 Tamaño de la muestra**

De acuerdo a la naturaleza de la investigación, se ha previsto considerar a la población de estudio por conveniencia, que en este caso será de 160 periodistas de acuerdo al siguiente detalle:

- ❖ 70 pertenecen al Colegio de Periodistas (9.2 % del total)
- ❖ 40 al Centro Federado de Periodistas (19 % del total)
- ❖ 30 a la Asociación Nacional de Periodistas (16 % del total)
- ❖ 20 no afiliados (20 % del total)

## **4.6 Técnicas de selección de muestra**

La selección de muestra se efectuará tomando en cuenta a los periodistas tanto de los medios escritos como a los de audiovisuales.

## **4.7 Técnicas e instrumentos de recolección de información**

Con la finalidad de tener un acercamiento más eficaz al objeto de la investigación académica, se utilizarán técnicas e instrumentos que permitirán recoger datos y testimonios con respecto al uso del WhatsApp como plataforma digital por parte de los periodistas en actual ejercicio en la ciudad del Cusco.

Para un estudio adecuado se utilizarán las siguientes técnicas:

### ***4.7.1 Encuesta***

Se recurrirá a las encuestas en base a una batería de preguntas previamente validadas, tomando en cuenta los items.

### ***4.7.2 Entrevista***

Se recurrirá a la entrevista para obtener información directa a través de conversaciones con los periodistas, lo cual permite explorar sus perspectivas, opiniones y experiencias.

### ***4.7.3 Observación***

Se recurrirá a la observación para recopilar datos de manera directa y sistemática, lo cual permitirá analizar interacciones y comportamientos.

Y se aplicara los siguientes instrumentos:

**Cuestionario.** Instrumento empleado para abordar diferentes aspectos de investigación, dotando de preguntas claras y suficientes para un fácil entendimiento por parte de los encuestados.

## **4.8 Técnicas de análisis e interpretación de la información**

Los datos obtenidos en el trabajo de campo serán sometidos a procesamiento mediante estadísticas descriptivas expresadas en porcentajes con ayuda del Software SPSS Así mismo, utilizaremos tablas de entrada simple y de doble entrada, diagramas estadísticos de barras y circulares para facilitar la interpretación y análisis de datos.

## CAPÍTULO V

### 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El trabajo de campo realizado en el marco de la presente investigación académica, nos ha permitido extraer importante información de parte de los hombres y mujeres que ejercen el periodismo en los diferentes medios de comunicación social de los distritos de Cusco, Wanchaq y Santiago, conformantes territorialmente de los que se conoce como Cusco metropolitano.

A continuación, presentamos las respuestas ofrecidas tanto por los afiliados al Consejo Regional Cusco del Colegio de Periodistas del Perú, como por los integrantes de la Asociación Nacional de Periodistas y el Centro Federado de Periodistas del Cusco, además, de quienes ejercen labor periodística sin pertenecer a ninguna de las instituciones mencionadas anteriormente.

#### 5.1 Procesamiento, análisis e interpretación de datos

**Tabla 2**

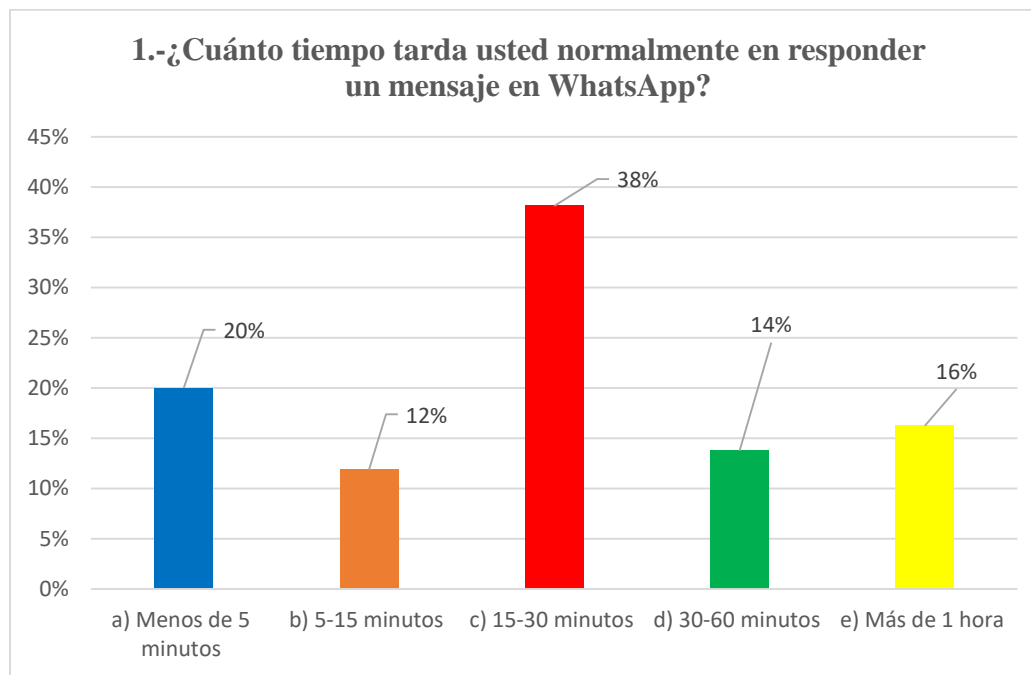
*Frecuencia del tiempo que tarda en responder un mensaje en WhatsApp*

<b>1.-¿Cuánto tiempo tarda usted normalmente en responder un mensaje en WhatsApp?</b>		
a) Menos de 5 minutos	32	20%
b) 6-15 minutos	19	12%
c) 16-30 minutos	61	38%
d) 31-60 minutos	22	14%
e) Más de 1 hora	26	16%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

## Figura 5

*Porcentaje del tiempo que tarda en responder un mensaje de WhatsApp*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** En promedio, los periodistas del Cusco se toman entre 15 y 30 minutos para responder a los mensajes que reciben vía WhatsApp, aunque esta cifra podría variar de acuerdo a circunstancias, pues se producen generalmente acontecimientos, como conferencias de prensa, en los que los periodistas deben estar más concentrados en su contacto directo con los protagonistas de la noticia y por lo mismo menos pendientes de los mensajes que reciben.

**Tabla 3**

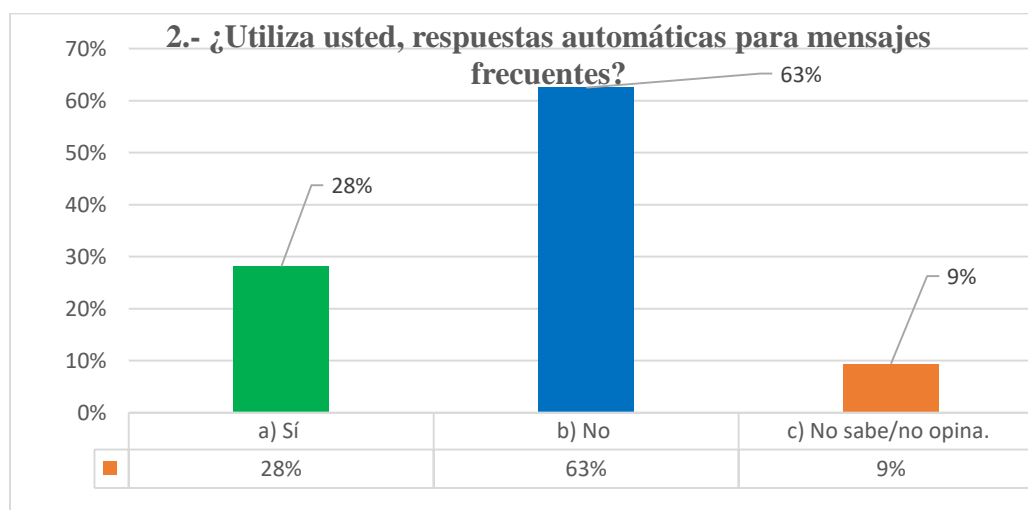
*Frecuencia sobre el uso de respuestas automáticas para mensajes frecuentes*

2.- ¿Utiliza usted, respuestas automáticas para mensajes frecuentes?		
Si	45	28%
No	100	63%
No sabe/ No Opina	15	9%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Figura 6**

*Porcentaje sobre el uso de respuestas automáticas para mensajes frecuentes*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** existen aplicaciones que permiten a las personas hacer un “click” en algunas de las opciones que contienen los procesadores, y que consignan expresiones de uso corriente como “recibido”, “de acuerdo”, “muchas gracias”, etc., opciones que los hombres de prensa no utilizan regularmente, pues ellos prefieren responder directamente, a fin de recoger más datos.

**Tabla 4**

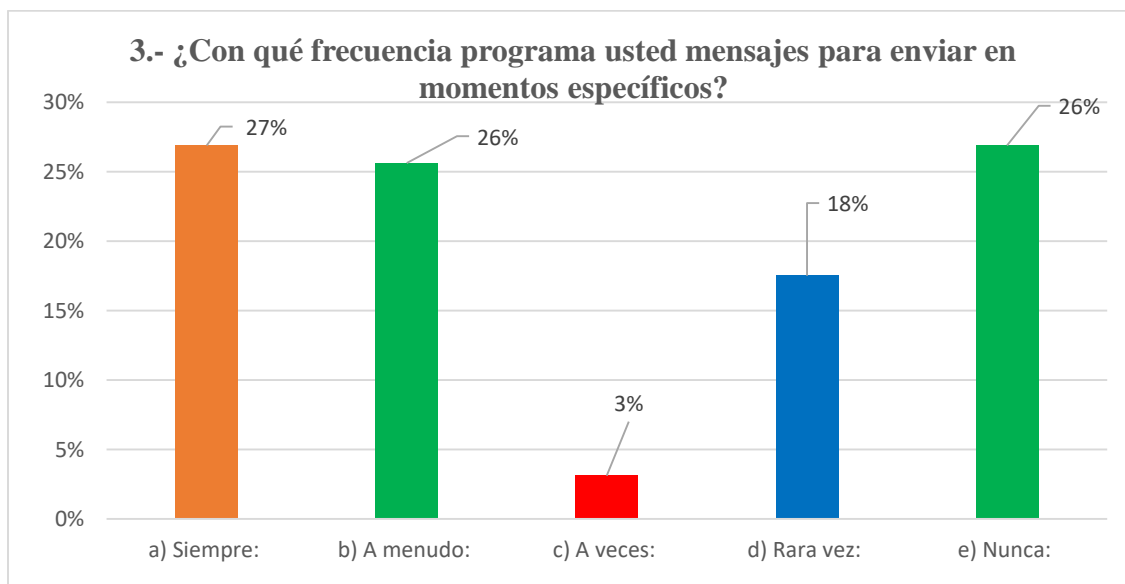
*Frecuencia del uso de programación de mensajes para enviar en momentos específicos*

3.- ¿Con qué frecuencia programa usted mensajes para enviar en momentos específicos?		
a) Siempre	43	27%
b) A menudo	42	26%
c) A veces	5	3%
d) Rara vez	28	18%
e) Nunca	42	26%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Figura 7**

*Porcentaje de la del usos de programación de mensajes para enviar en momentos específicos*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)



**Interpretación:** Una escena ya corriente en estos tiempos es que las personas se mantienen siempre pegadas a los celulares u otros dispositivos de comunicación, y esto es más visible en el caso de los periodistas, quienes recogen con mucha frecuencia informaciones que provienen de distintas fuentes y por eso programan en promedio algo más de 30 minutos para enviar mensajes que tienen que ver con su actividad profesional.

**Tabla 5**

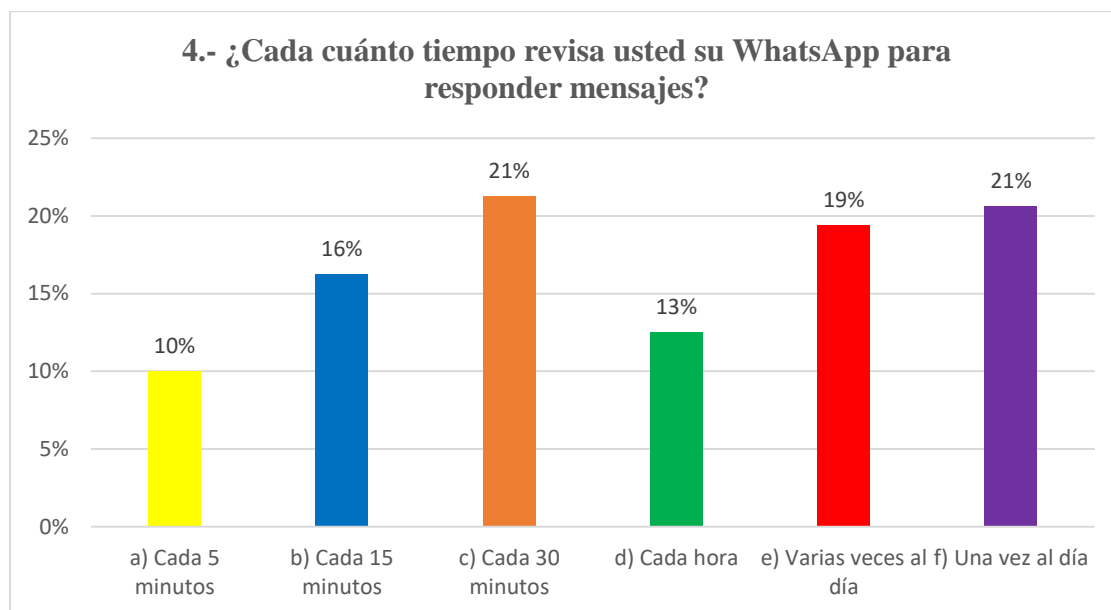
*Frecuencia del tiempo de revisión del WhatsApp para responder mensajes*

4.- ¿Cada cuánto tiempo revisa usted su WhatsApp para responder mensajes?		
a) Cada 5 minutos	16	10%
b) Cada 15 minuto	26	16%
c) Cada 30 minutos:	34	21%
d) Cada hora	20	13%
e) Varias veces al día	31	19%
f) Una vez al día	33	21%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

## Figura 8

*Porcentaje del tiempo de revisión del WhatsApp para responder mensajes*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** Las respuestas mayoritarias de los periodistas consultados arrojan como resultado que más del 50% de ellos consultan cada 30 minutos o varias veces al día la casilla de mensajes de los dispositivos móviles o de sus PC de oficina, lo que evidencia que hay bastante interacción tanto entre periodistas como entre ellos y sus informantes. Las redes sociales se han convertido por ello en repositorio permanente de datos con los cuales los hombres de prensa redactan las noticias.

**Tabla 6**

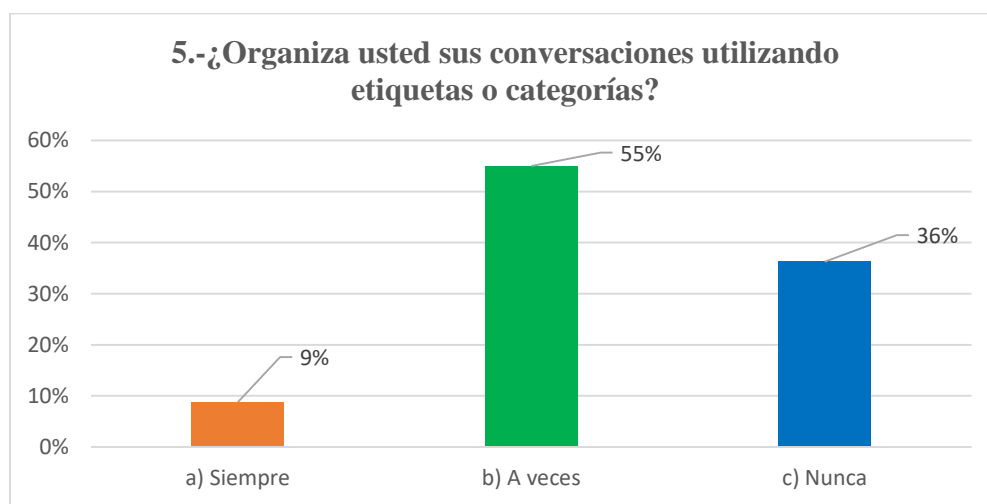
*Frecuencia de organización de conversaciones utilizando etiquetas o categorías*

5.-¿Organiza usted sus conversaciones utilizando etiquetas o categorías?		
a) Siempre	14	9%
b) A veces	88	55%
c) Nunca	58	36%
Total	160	100%

*Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Figura 9**

*Frecuencia de organización de conversaciones utilizando etiquetas o categorías*



*Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Interpretación:** A tono con el avance de la tecnología, los periodistas consultados para este trabajo de investigación señalan que mayoritariamente utilizan etiquetas o categorías para desarrollar sus conversaciones, lo que facilita la interacción mediante las redes sociales. Las categorías “colegas” o “compañeros de trabajo” superan largamente a las de “amigos” o “familia”,

pues estas últimas merecen muy poca atención especialmente en periodos en los que hay que mantener actualidad tanto en los medios convencionales como a través de la prensa digital.

**Tabla 7**

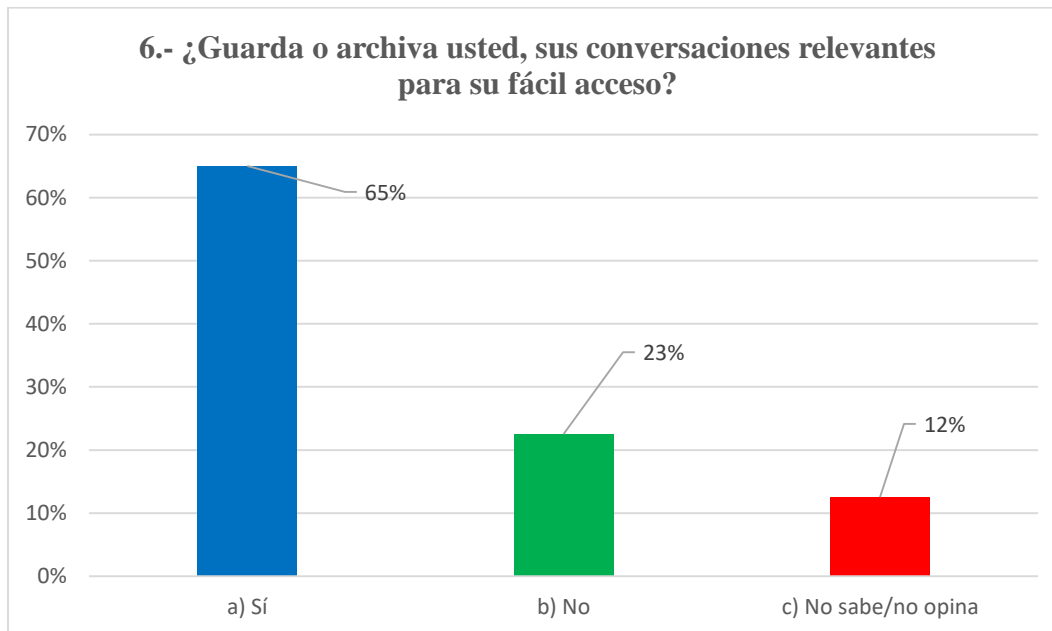
*Frecuencia de guardar o archivar conversaciones relevantes para su fácil acceso*

6.- ¿Guarda o archiva usted, sus conversaciones relevantes para su fácil acceso?		
a) Sí	104	65%
b) No	36	23%
c) No sabe/no opina	20	12%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Figura 10**

*Porcentaje de guardar o archivar conversaciones relevantes para su fácil acceso*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** Las conversaciones que son consideradas importantes o trascendentes, son material que puede servir como elemento básico para futuros trabajos profesionales, lo que genera que los hombres de prensa generen su archivo personal con los datos surgidos de conversaciones con otros colegas o con autoridades, funcionarios, dirigentes y otras personas que poseen información relevante. Esos archivos facilitan que los periodistas hagan seguimiento a las noticias que a veces se pierden con el paso del tiempo.

### **Interacción y colaboración**

**Tabla 8**

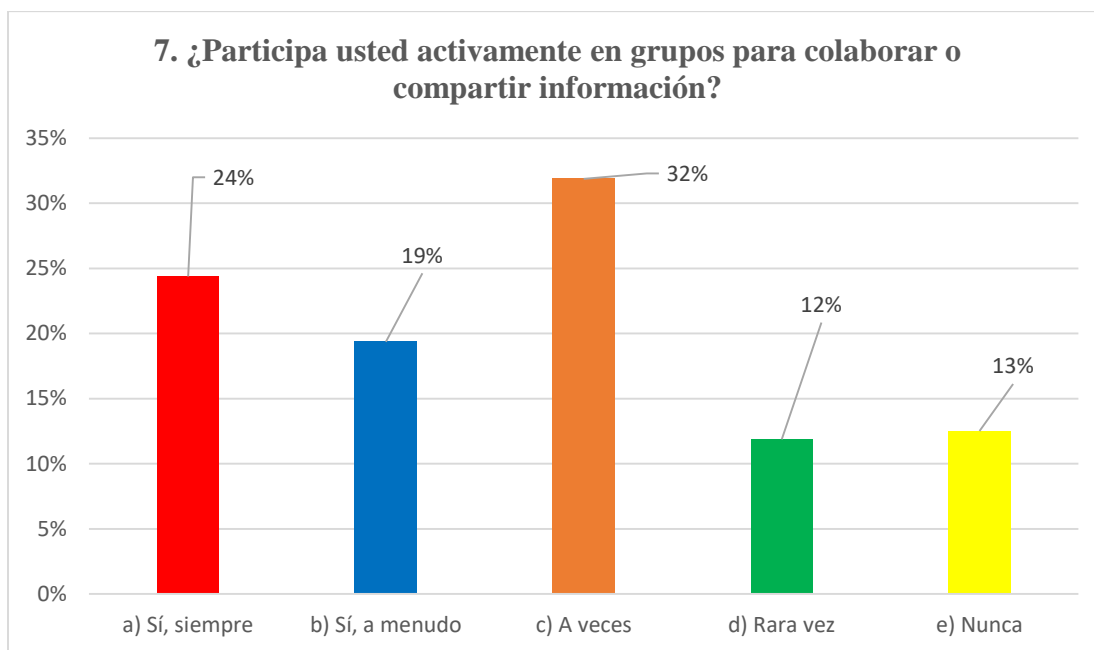
*Frecuencia de participación activa en grupos para colaborar o compartir información*

7. ¿Participa usted activamente en grupos para colaborar o compartir información?		
a) Sí, siempre	39	24%
b) b) Sí, a menudo	31	19%
c) A veces	51	32%
d) Rara vez	19	12%
e) Nunca	20	13%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Figura 11**

*Porcentaje de participación activa en grupos para colaborar o compartir información*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** Un número elevado de los periodistas que colaboraron con la presente investigación, admiten que participan activamente como integrantes de grupos que comparten información, lo que pone en evidencia el gran poder de difusión y masificación que se puede desprender del uso de las redes sociales y particularmente del WhatsApp para interconectar a los hombres de prensa y difundir informaciones que son de interés colectivo. El caso del lamentable deceso de una joven periodista y un comunicador social del Cuso, en la provincia de Paruro, puso en evidencia que los periodistas comparten información relevante mediante las redes sociales, con el fin de generar respuestas inmediatas.

**Tabla 9**

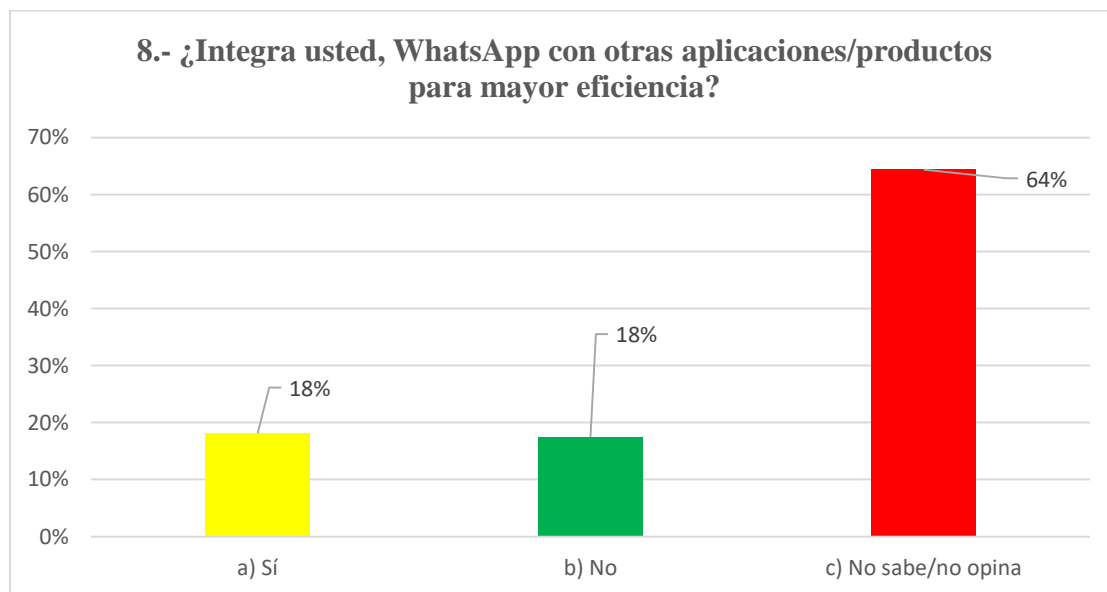
*Frecuencia en la que integra WhatsApp con otras aplicaciones/productos para mayor eficiencia*

8.- ¿Integra usted, WhatsApp con otras aplicaciones/productos para mayor eficiencia?		
a) Sí	29	18%
b) No	28	18%
c) No sabe/no opina	103	64%
Total	160	100%

*Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Figura 12**

*Porcentaje de la integración de WhatsApp con otras aplicaciones/productos para mayor eficiencia*



*Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Interpretación:** Las respuestas a esta pregunta hacen suponer que tal vez haya existido algún nivel de confusión con respecto al término “integración”, pues probablemente el término

más adecuado pudo ser si los periodistas utilizan simultáneamente el WhatsApp con otras aplicaciones que permitan hacer más eficaz su uso. Sin embargo, un considerable porcentaje de periodistas considera que, efectivamente, fortalecen el uso de las redes sociales recurriendo a más aplicaciones.

**Tabla 10**

*Frecuencia del intercambio de mensajes con otros periodistas*

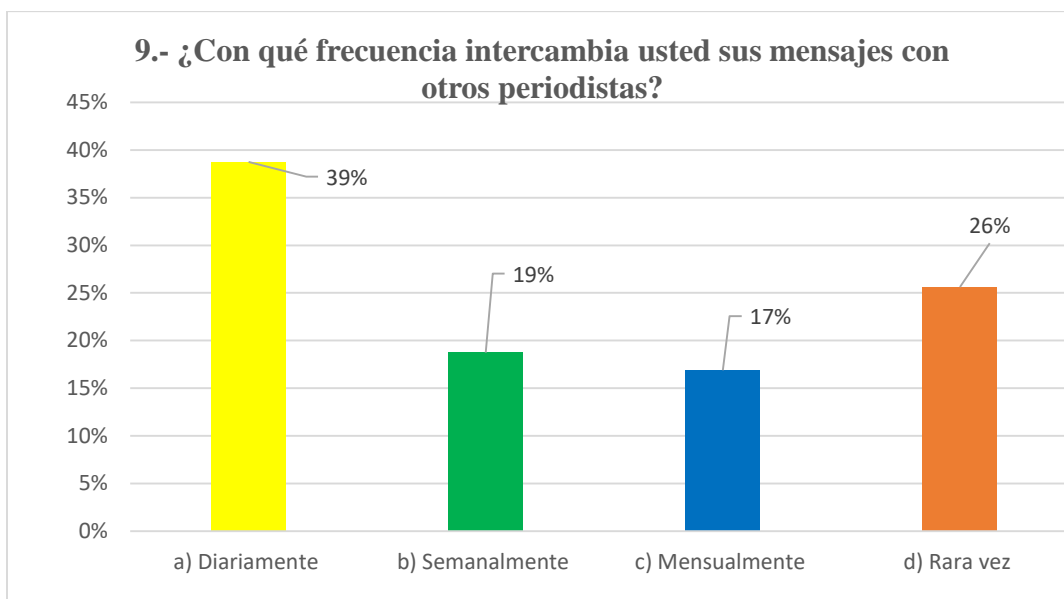
9.- ¿Con qué frecuencia intercambia usted sus mensajes con otros periodistas?		
a) Diariamente	62	39%
b) Semanalmente	30	19%
c) Mensualmente	27	17%
d) Rara vez	41	26%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)



**Figura 13**

*Porcentaje de la frecuencia del intercambio de mensajes con otros periodistas*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** Las respuestas a esta pregunta demuestran que los hombres de prensa intercambian mensajes de forma diaria en un 39%, mientras que rara vez lo realiza un 26%. Sin embargo, semanalmente y mensualmente estarían intercambiando mensajes en un 19 y 17 %, lo que demuestra que los periodistas están en contacto mediante mensajería.

**Tabla 11**

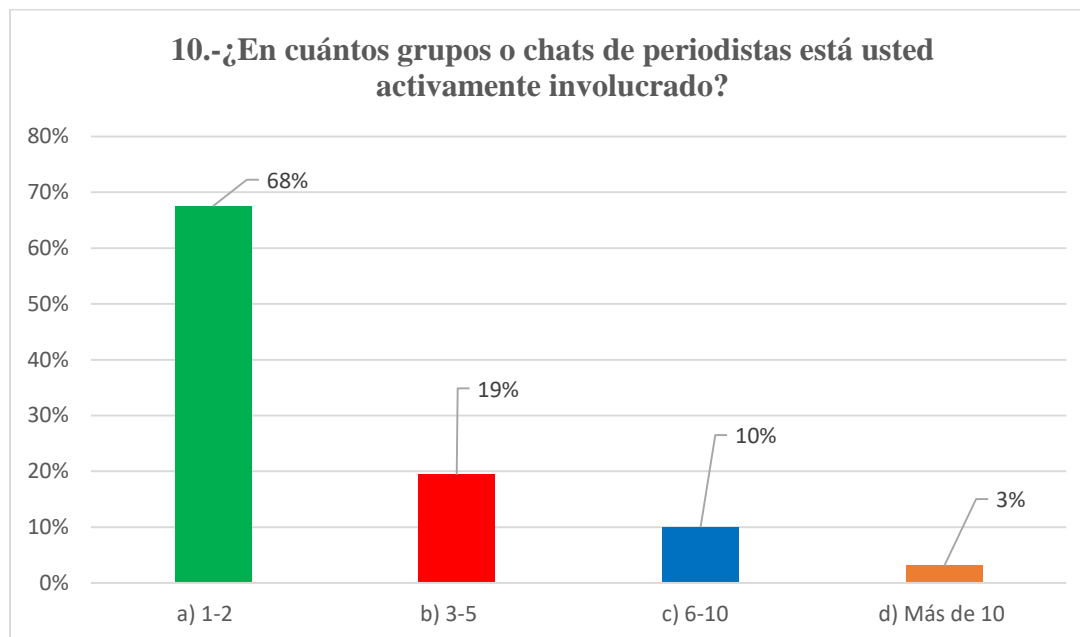
*Frecuencia de la cantidad de grupos o chats de periodistas con los que esta activamente involucrado*

10.-¿En cuántos grupos o chats de periodistas está usted activamente involucrado?		
a) 1-2	108	68%
b) 3-5	31	19%
c) 6-10	16	10%
d) Más de 10	5	3%
Total	160	100%

*Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Figura 14**

*Porcentaje de la cantidad de grupos o chats de periodistas con los que esta activamente involucrado*



*Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Interpretación:** Las respuestas a esta pregunta demuestran que los hombres de prensa están involucrados de forma activa en su gran mayoría en los grupos de chats de periodistas, ya que el 68% de ellos reciben o envían mensajes por este medio en uno o dos grupos de chat, lo que genera un involucramiento.

### **Cooperación y profundidad**

**Tabla 12**

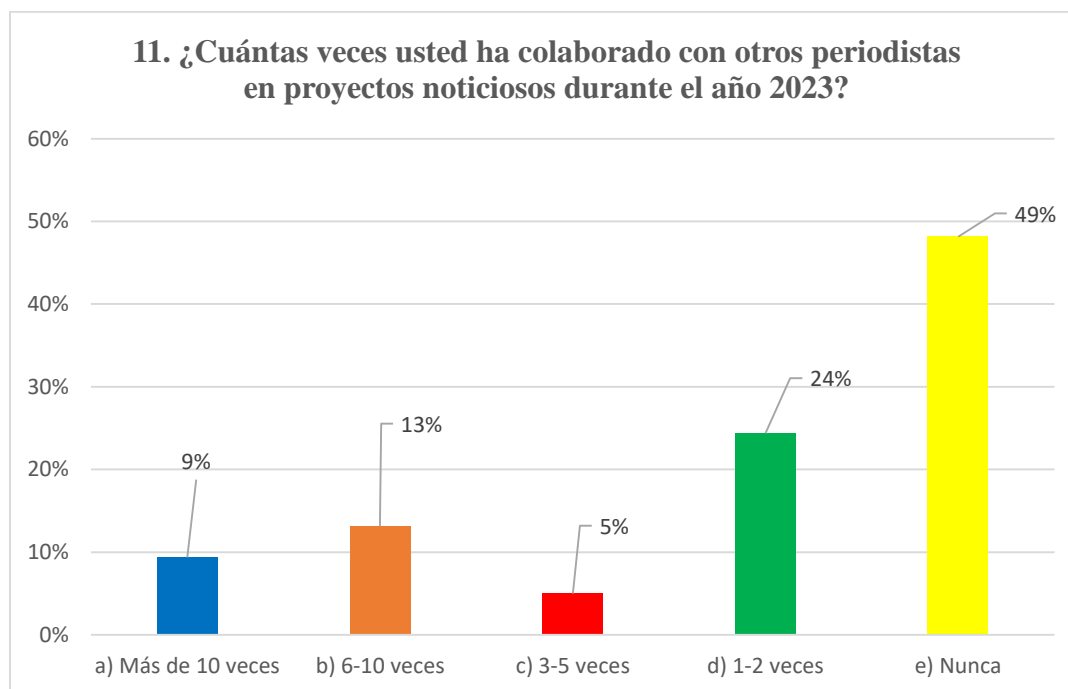
*Frecuencia de la cantidad de veces que se ha colaborado con otros periodistas en proyectos noticiosos durante el año 2023*

11. ¿Cuántas veces usted ha colaborado con otros periodistas en proyectos noticiosos durante el año 2023?		
a) Más de 10 veces	15	9%
b) 6-10 veces	21	13%
c) 3-5 veces	8	5%
d) 1-2-veces	39	24%
e) Nunca	77	49%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

### Figura 15

*Porcentaje de la cantidad de veces que se ha colaborado con otros periodistas en proyectos noticiosos durante el año 2023*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** Las respuestas a esta pregunta demuestran que los hombres de prensa están poco dispuestos a colaborar con otros colegas en la materialización de nuevos proyectos noticiosos, lo que no debe entenderse como indiferencia o celo, sino más bien, con la posibilidad que cada periodista tiene respecto a crear su propio medio digital, acudiendo a colaboradores que en muchos casos no son periodistas para consolidar su proyecto noticioso digital propio.

**Tabla 13**

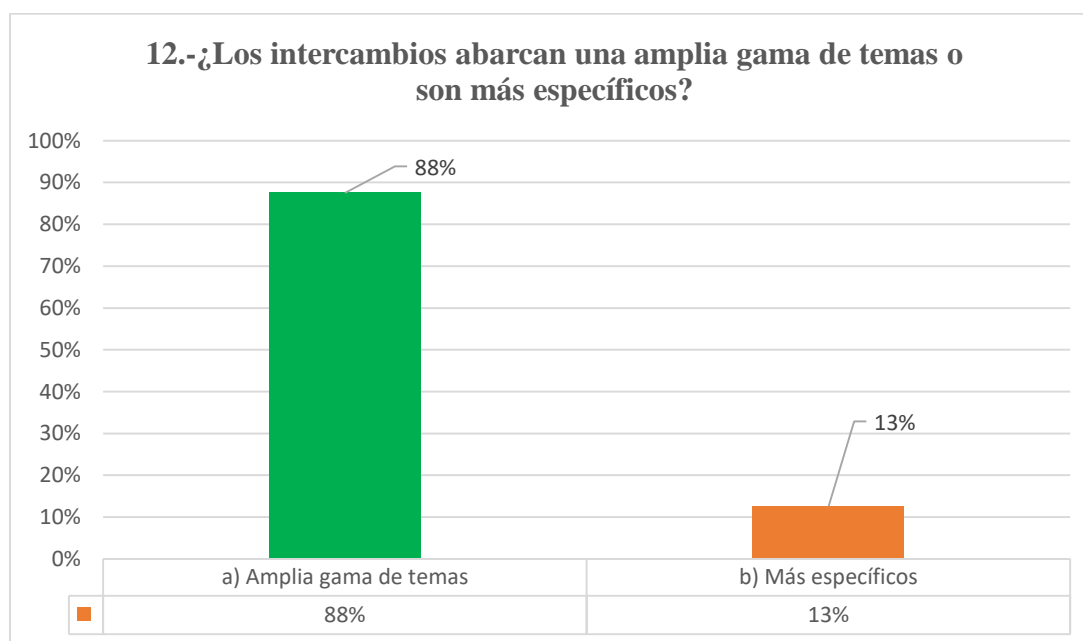
*Frecuencia del intercambio que abarcan una amplia gama de temas o son más específicos*

12.-¿Los intercambios abarcan una amplia gama de temas o son más específicos?		
a) Amplia gama de temas	140	88%
b) Más específicos	20	13%
Total	160	100%

*Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Figura 16**

*Porcentaje del intercambio que abarcan una amplia gama de temas o son más específicos*



*Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Interpretación:** Mayoritariamente, los periodistas sostienen que el intercambio de informaciones abarca casi todo el abanico de aspectos del quehacer cotidiano que pueden

convertirse en noticias, aunque los más recurrentes son los temas políticos, policiales y de gestión pública. Hay grupos de periodistas dedicados al ámbito deportivo que priorizan el intercambio de datos respecto a las diversas disciplinas deportivas, pero incluso se ha observado que ellos también comparten información trascendente fuera del ámbito de su desempeño profesional, lo que quedó demostrado también en el caso del accidente de fines de junio pasado en el que fallecieron una periodista y un comunicador social.

**Tabla 14**

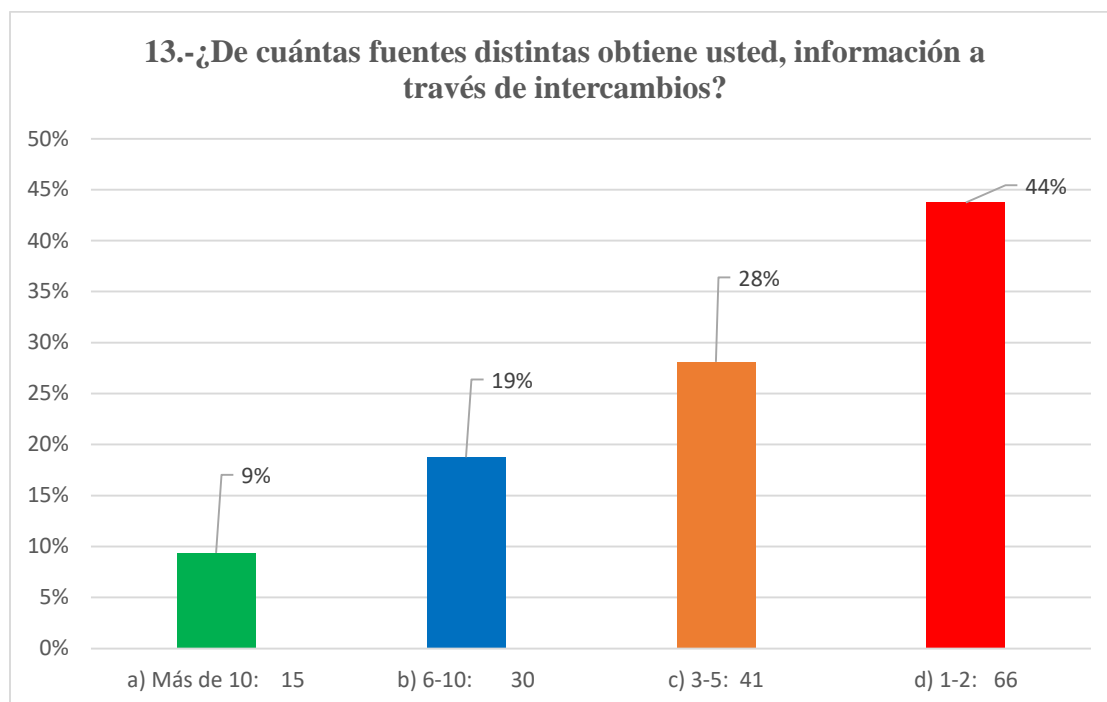
*Frecuencia de la cantidad de fuentes distintas para obtención de información a través de intercambios*

13.-¿De cuántas fuentes distintas obtiene usted, información a través de intercambios?		
a) Más de 10 fuentes	14	9%
b) 6-10 fuentes	30	19%
c) 3-5 fuentes	45	28%
d) 1-2 fuentes	71	44%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

### Figura 17

*Porcentaje de la cantidad de fuentes distintas para obtención de información a través de intercambios*

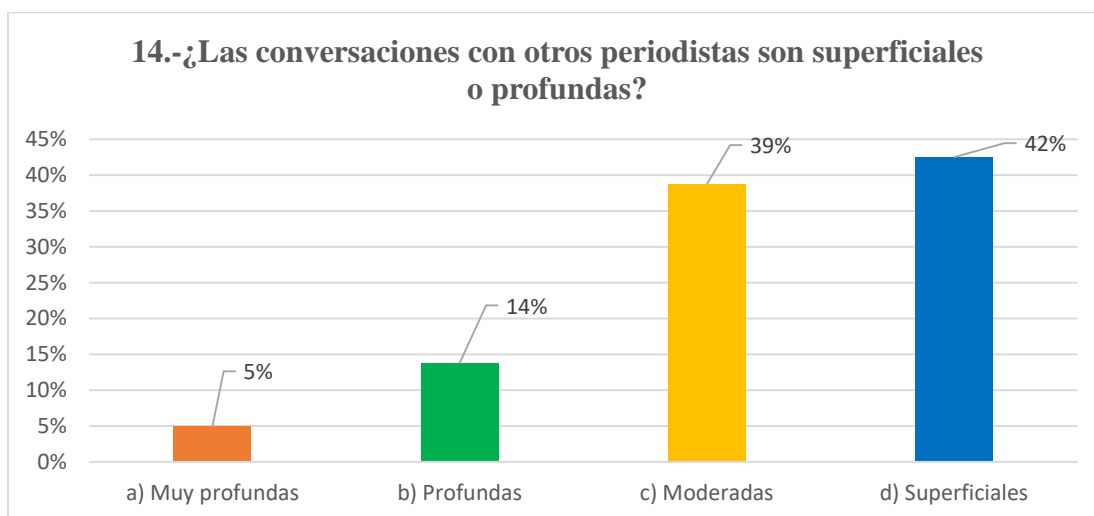


*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** Los hombres de prensa que accedieron a responder a las preguntas de esta encuesta revelan el sumo cuidado que tienen al momento de seleccionar y utilizar sus fuentes informativas, pues un alto porcentaje de ellos asegura que solamente cuentan con una o dos fuentes para realizar el intercambio de informaciones, lo que, sin embargo, no debe interpretarse que actúan de manera cerrada, sino que priorizan a lo sumo dos contactos porque, probablemente, tienen confianza en ellos y la seguridad que los datos compartidos proceden de buena fuente.

**Tabla 15***Frecuencia de conversaciones con otros periodistas*

14.-¿Las conversaciones con otros periodistas son superficiales o profundas?		
a) Muy profundas	8	5%
b) Profundas	22	14%
c) Moderadas	62	39%
d) Superficiales	68	42%
Total	160	100%

*Nota: Peña y Espinoza (2024)***Figura 18***Porcentaje de conversaciones con otros periodistas**Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Interpretación:** En estas respuestas, quedan evidenciadas las categorías de “conversaciones” entre periodistas y no de intercambio de informaciones, pues esta última debe tener mayor rigor a fin de garantizar su proximidad a la verdad. Como sucede en otros grupos, las conversaciones mediante el WhatsApp son, como las conversaciones coloquiales, más en



confianza, más amicales y con menos moderación, lo que sin embargo no le quita valor ni seriedad al intercambio de datos con fines noticiosos.

**Tabla 16**

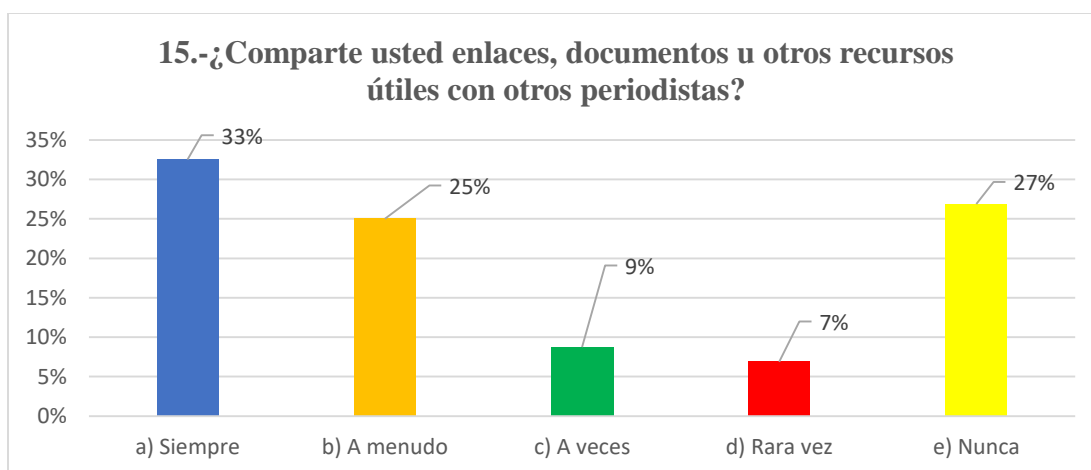
*Frecuencia del compartir enlaces, documentos u otros recursos útiles con otros periodistas*

15.-¿Comparte usted enlaces, documentos u otros recursos útiles con otros periodistas?		
a) Siempre	52	33%
b) A menudo	40	25%
c) A veces	14	9%
d) Rara vez	11	7%
e) Nunca	43	27%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Figura 19**

*Porcentaje del compartir enlaces, documentos u otros recursos útiles con otros periodistas*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** Los hombres de prensa aseguran, con las respuestas a esta pregunta, que existe confianza entre ellos, pues, debido a que los interlocutores están plenamente identificados, no hay recelo en compartir enlaces o materiales que puedan servir como punto de partida para la redacción de las noticias. El conocimiento de una actividad pública o la convocatoria a ceremonias oficiales o ruedas y conferencias de prensa son los aspectos en los que se produce el mayor intercambio de información entre los periodistas.

**Tabla 17**

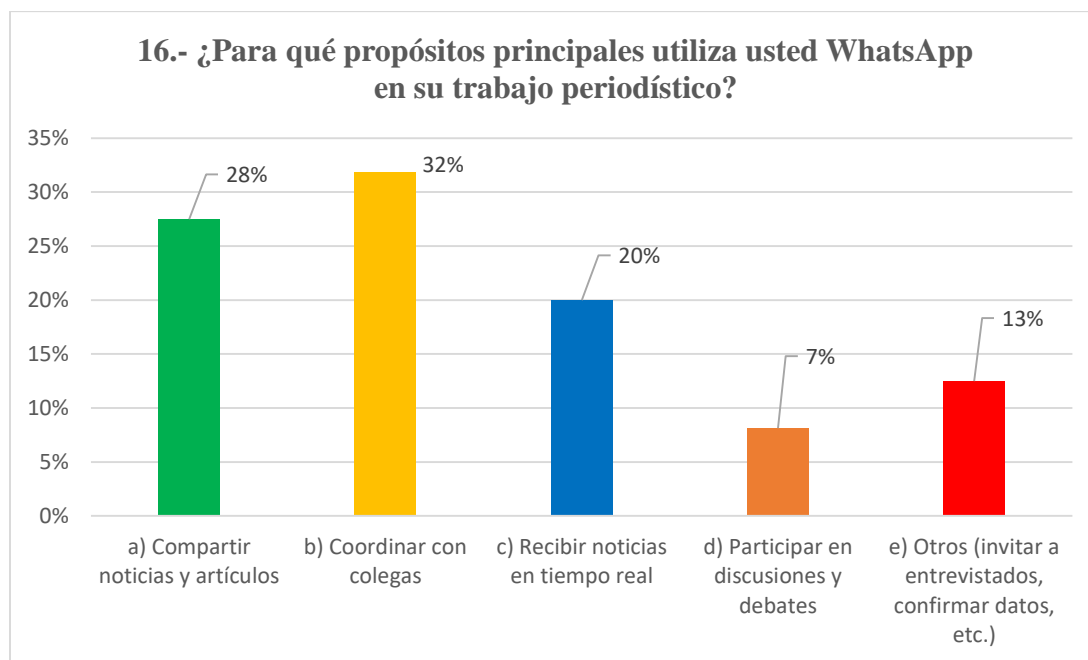
*Frecuencia de los propósitos principales del usos del WhatsApp en el trabajo periodístico*

16.- ¿Para qué propósitos principales utiliza usted WhatsApp en su trabajo periodístico?		
a) Compartir noticias y artículos	45	28%
b) Coordinar con colegas	51	32%
c) Recibir noticias en tiempo real	32	20%
d) Participar en discusiones y debates	11	7%
e) Otros (invitar a entrevistados, confirmar datos, etc.)	21	13%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

## Figura 20

*Porcentaje de los propósitos principales del usos del WhatsApp en el trabajo periodístico*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** La coordinación con otros periodistas es el sello más común entre los hombres de prensa que responden afirmativamente a esta pregunta, hecho que a su vez revela que se está desterrando la práctica de la exclusividad, es decir, el comportamiento de algunos hombres de prensa que se reservan para sí el conocimiento de algún hecho trascendente, lo que se conoce también como “tener la primicia”. Las respuestas a esta pregunta también permiten advertir que cada vez es más notoria la cooperación y la solidaridad entre los periodistas.

**Tabla 18**

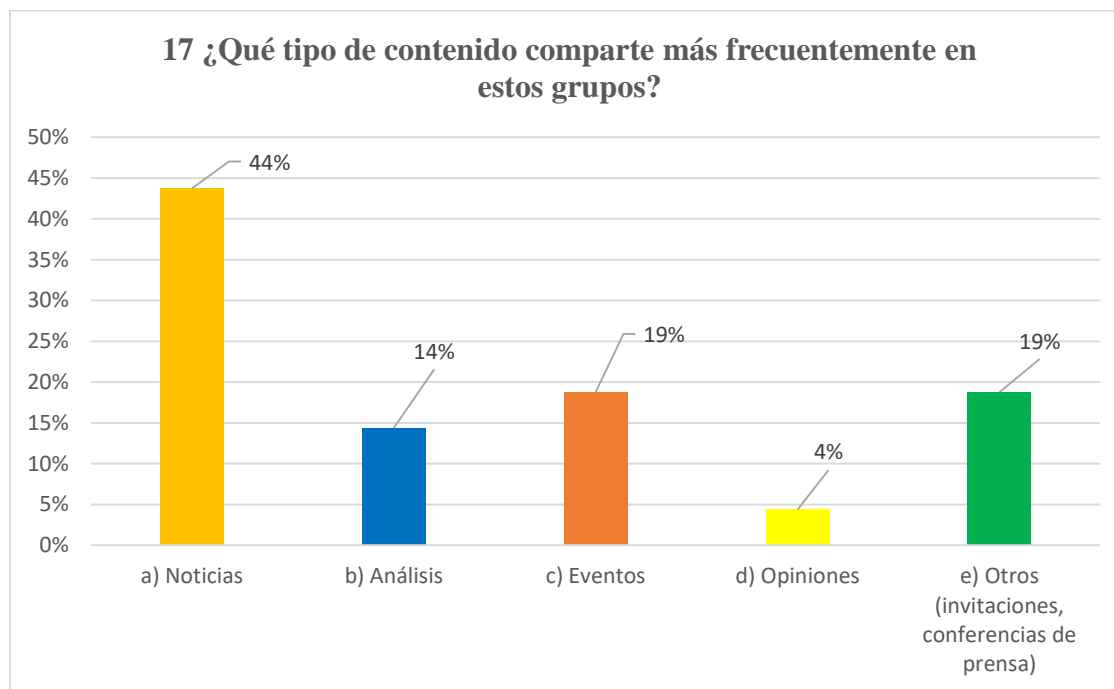
*Frecuencia del tipo de contenido compartido más frecuentemente en estos grupos*

17 ¿Qué tipo de contenido comparte más frecuentemente en estos grupos?		
a) Noticias	70	44%
b) Análisis	22	14%
c) Eventos	30	19%
d) Opiniones	6	4%
e) Otros (invitaciones, conferencias de prensa)	30	19%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Figura 21**

*Porcentaje del tipo de contenido compartido más frecuentemente en estos grupos*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** Las noticias son los contenidos que mayoritariamente comparten los periodistas, abriendo la posibilidad y la necesidad de la verificación de los datos por parte de quienes reciben estos mensajes a través del WhatsApp, evidenciándose también que las invitaciones a actividades públicas que desarrollan las instituciones son motivo de la interacción entre los hombres de prensa de los diversos medios de comunicación, sean éstos convencionales o digitales.

**Tabla 19**

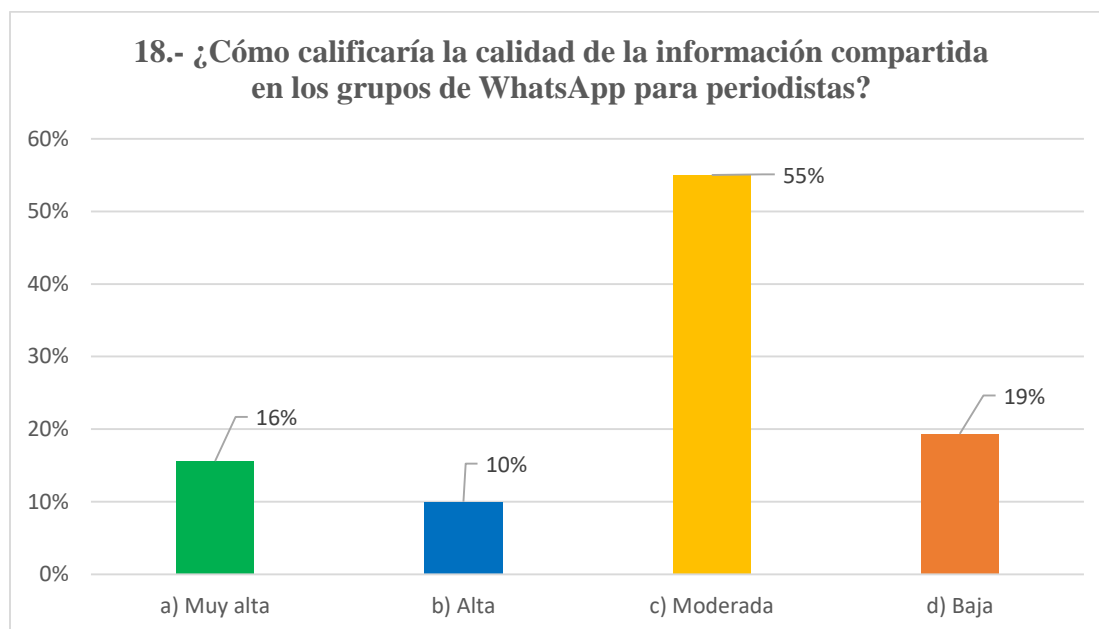
*Frecuencia de la calificación de la importancia de la información compartida en los grupos de WhatsApp para periodistas*

18.- ¿Cómo calificaría la importancia de la información compartida en los grupos de WhatsApp para periodistas?		
a) Muy alta	25	16%
b) Alta	16	10%
c) Moderada	88	55%
d) Baja	31	19%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

## Figura 22

*Porcentaje de la calificación de la importancia de la información compartida en los grupos de WhatsApp para periodistas*



Fuente: Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** Tal cual se pudo apreciar en las respuestas a las preguntas anteriores, los periodistas que intercambian material informativo a través de mensajes vía WhatsApp, consideran que los datos sirven solamente como punto de partida para redactar las noticias, quedando como pendiente la verificación de esos datos, lo que significa al mismo tiempo el cierre de la posibilidad que los medios se conviertan solamente en ecos de determinadas fuentes que quieren masificar y homogenizar la información sin someterla a un análisis crítico, como debe ser la tarea de la prensa en general.

**Tabla 20**

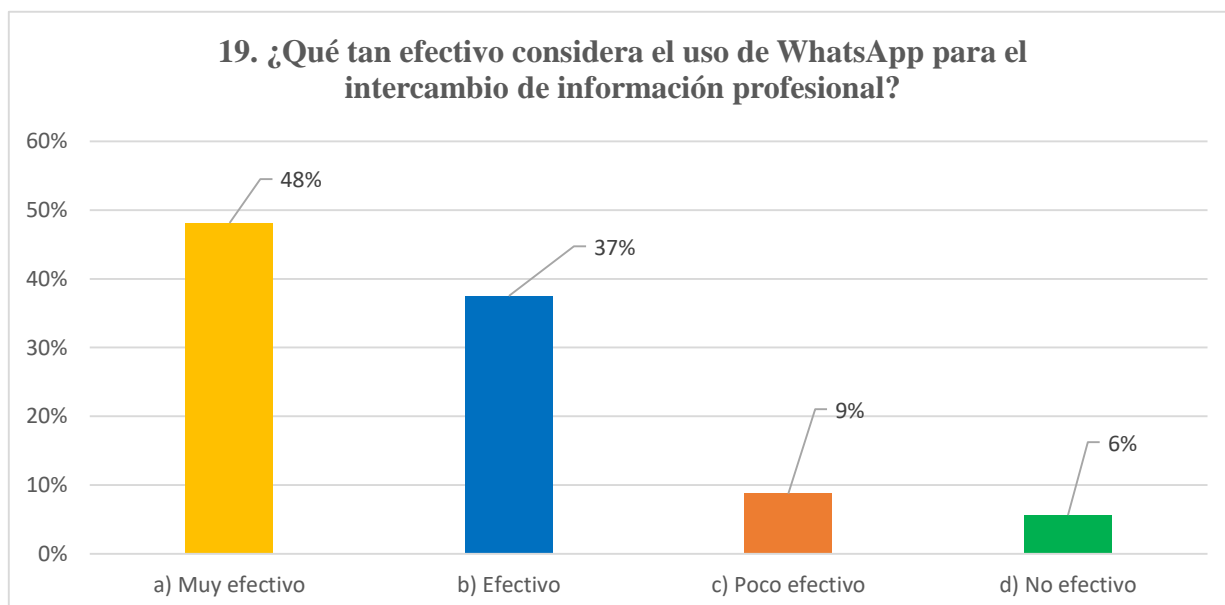
*Frecuencia de la efectividad del uso del WhatsApp para el intercambio de información profesional*

19. ¿Qué tan efectivo considera el uso de WhatsApp para el intercambio de información profesional?		
a) Muy efectivo	77	48%
b) Efectivo	60	37%
c) Poco efectivo	14	9%
d) No efectivo	9	6%
Total	160	100%

*Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Figura 23**

*Porcentaje de la efectividad del uso del WhatsApp para el intercambio de información profesional*



*Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Interpretación:** Las redes sociales en general y el WhatsApp en particular, son considerados como herramientas de suma importancia para sustentar el trabajo periodístico, pues incluso se puede ampliar el intercambio de datos entre periodistas hacia lo que se conoce como periodismo ciudadano, es decir que las personas, sin importar su condición, ocupación o formación, recurriendo al uso de teléfonos móviles o celulares, pueden convertirse en informantes de los periodistas, lo que anteriormente se conocía como los “dateros” que solamente ponen en conocimiento de los periodistas los aspectos puntuales de un hecho sin llegar a la verificación de los datos ni la identificación de sus protagonistas.

**Tabla 21**

*Frecuencia de los principales problemas que se ha encontrado al usar WhatsApp para fines profesionales*

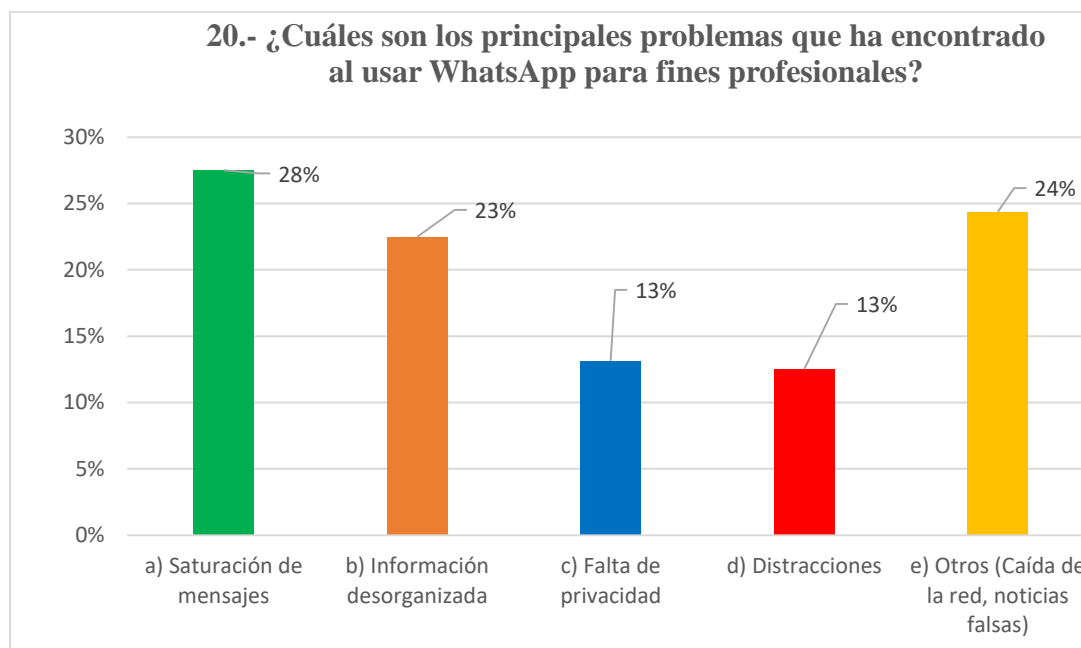
20.- ¿Cuáles son los principales problemas que ha encontrado al usar WhatsApp para fines profesionales?		
a) a) Saturación de mensajes	44	28%
b) Información desorganizada	36	23%
c) Falta de privacidad	21	13%
d) Distracciones	20	13%
e) Otros (Caída de la red, noticias falsas)	39	24%
Total	160	100%

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)



## Figura 24

*Porcentaje de los principales problemas que se ha encontrado al usar WhatsApp para fines profesionales*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** Un aspecto recurrente de la diferencia entre el “periodismo de antes” y el “periodismo de hoy”, estriba en la forma en la que los profesionales de la prensa encaran la búsqueda, procesamiento y difusión de las noticias. Se considera que, en décadas pasadas, los periodistas acudían personalmente a las fuentes de la información con el propósito de recoger datos. Ellos eran los periodistas “buscadores de noticias”. Hoy, los periodistas se han convertido básicamente en “seleccionadores de noticias”, ya que por la gran cantidad de mensajes que llegan vía virtual, la saturación hace que sea también una tarea complicada seleccionar y jerarquizar las informaciones. Actualmente, hay mucha información circulando en las redes sociales, y ello dificulta el trabajo de los periodistas, quienes tienen que luchar contra esa saturación, seleccionando solamente el material que tiene actualidad e interés colectivo.

**Tabla 22**

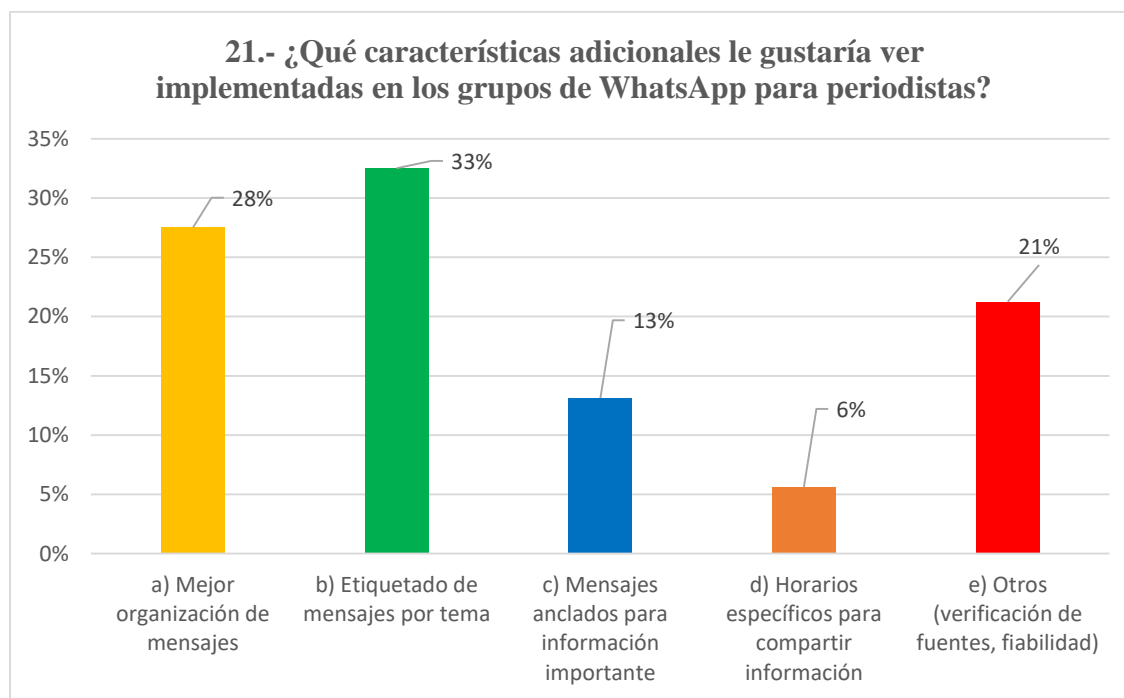
*Frecuencia de las características adicionales de la implementación de grupos de WhatsApp de periodistas*

21.- ¿Qué características adicionales le gustaría ver implementadas en los grupos de WhatsApp para periodistas?		
a) Mejor organización de mensajes	44	28%
b) Etiquetado de mensajes por tema	52	33%
c) Mensajes anclados para información importante	21	13%
d) Horarios específicos para compartir información	9	6%
e) Otros (verificación de fuentes, fiabilidad)	34	21%
Total	160	100%

Fuente: Peña y Espinoza (2024)

## Figura 25

*Porcentaje de las características adicionales de la implementación de grupos de WhatsApp de periodistas*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** La clasificación de mensajes por categorías significaría una gran ayuda para los periodistas, pues ellos podrían guiarse por esas etiquetas para dirigirse a los sitios virtuales en los que se halla la información que interesa para su labor profesional. La pérdida de tiempo que a veces significa navegar en diversos lugares digitales constituye una amenaza para los periodistas, pues ellos tienen que esforzarse para conseguir las informaciones en el menor tiempo posible. De igual forma, la organización de los mensajes podría cooperar para facilitar la labor de los hombres de prensa.

**Tabla 23**

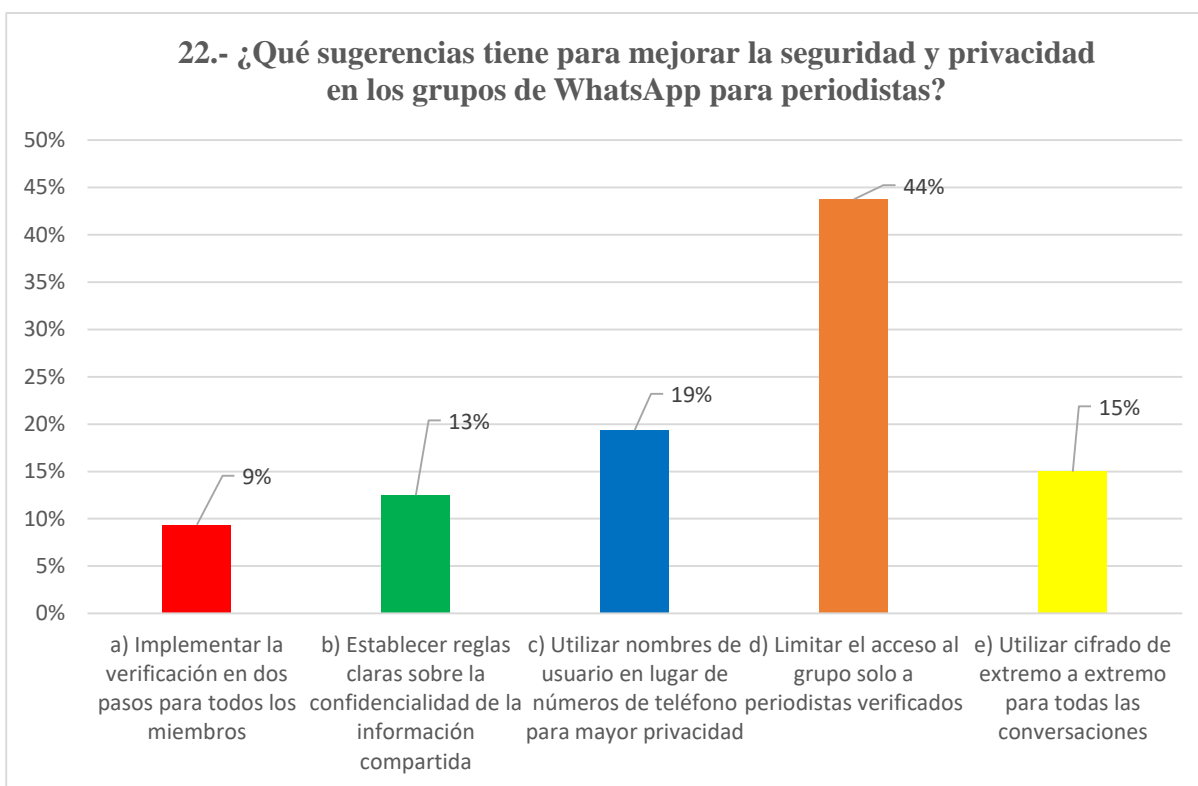
*Frecuencia de las sugerencias que se tiene para mejorar la seguridad y privacidad en los grupos de WhatsApp para periodistas*

22.- ¿Qué sugerencias tiene para mejorar la seguridad y privacidad en los grupos de WhatsApp para periodistas?		
a) Implementar la verificación en dos pasos para todos los miembros	15	9%
b) Establecer reglas claras sobre la confidencialidad de la información compartida	20	13%
c) Utilizar nombres de usuario en lugar de números de teléfono para mayor privacidad	31	19%
d) Limitar el acceso al grupo solo a periodistas verificados	70	44%
e) Utilizar cifrado de extremo a extremo para todas las conversaciones	24	15%
Total	160	100%

*Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Figura 26**

*Porcentaje de las sugerencias que se tiene para mejorar la seguridad y privacidad en los grupos de WhatsApp para periodistas*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** El conocimiento entre sí de los periodistas, la responsabilidad con la que manejan la información y sobre todo la ética en el tratamiento ético de las noticias constituyen, para los periodistas, el aspecto fundamental para la interacción mediante las redes sociales y principalmente a través del WhatsApp, lo que lleva a la necesidad de limitar el acceso a quienes no tienen las condiciones del buen periodista, hecho que, sin embargo, podría interpretarse también como la restricción al derecho a informarse que tienen quienes no forman parte del grupo de periodistas integrados en las plataformas digitales. El término “periodistas verificados” es explicado por los hombres de prensa consultados para esta investigación, como aquellos que hacen trabajo cotidiano y que en esencia viven de su labor periodística.

**Feedback general****Tabla 24**

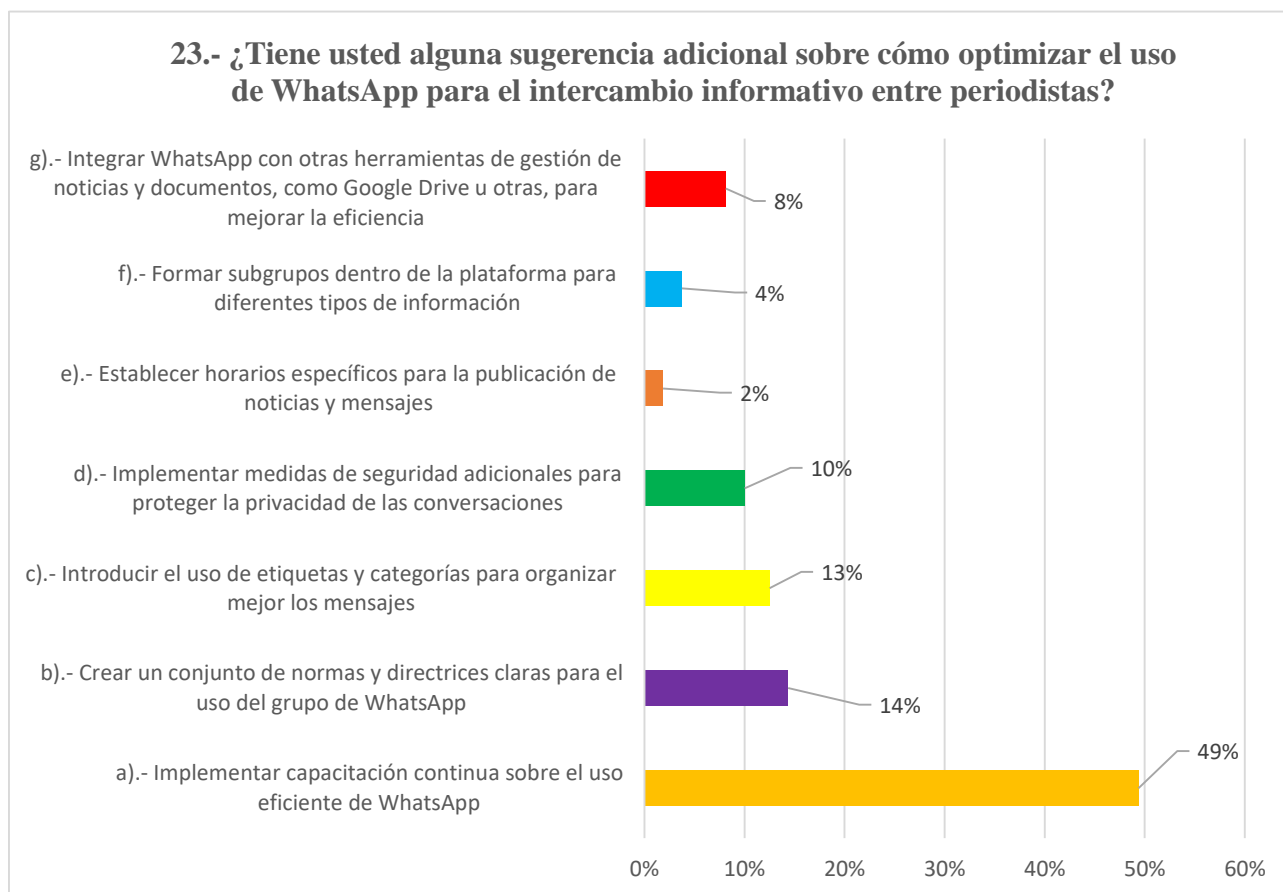
*Frecuencia sobre las sugerencias adicionales sobre cómo optimizar el uso de WhatsApp para el intercambio informativo entre periodistas*

23.- ¿Tiene usted alguna sugerencia adicional sobre cómo optimizar el uso de WhatsApp para el intercambio informativo entre periodistas?		
a).- Implementar capacitación continua sobre el uso eficiente de WhatsApp	79	49%
b).- Crear un conjunto de normas y directrices claras para el uso del grupo de WhatsApp	23	14%
c).- Introducir el uso de etiquetas y categorías para organizar mejor los mensajes	20	13%
d).- Implementar medidas de seguridad adicionales para proteger la privacidad de las conversaciones:	16	10%
e).- Establecer horarios específicos para la publicación de noticias y mensajes	3	2%
f).- Formar subgrupos dentro de la plataforma para diferentes tipos de información	6	4%
g).- Integrar WhatsApp con otras herramientas de gestión de noticias y documentos, como Google Drive u otras, para mejorar la eficiencia.	13	8%
Total	160	100%

*Nota: Peña y Espinoza (2024)*

**Figura 27**

*Porcentaje de sobre las sugerencias adicionales sobre como optimizar el uso de WhatsApp para el intercambio informativo entre periodistas*



*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

**Interpretación:** La capacitación es el aspecto más mencionado por los periodistas que decidieron colaborar con la presente investigación académica, y este hecho refleja que existe entre los hombres de prensa el convencimiento que el acceso a mayor información sobre el manejo de las redes sociales y el acceso a fuentes virtuales de información constituyen una gran ayuda para el trabajo periodístico, y es a partir de la capacitación que también se pueden identificar los peligros y las amenazas de su uso como fuentes de información.

## **5.2 Validación de hipótesis**

### ***5.2.1 HG: La optimización eficaz del uso del WhatsApp como plataforma digital, mejora significativamente el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco***

La aplicación WhatsApp es una herramienta de comunicación que es utilizada por todos los periodistas de la provincia del Cusco; dicha información trata sobre acontecimientos que se suscitan en nuestro entorno. Se observa que la información transmitida es de carácter audiovisual y escrita que contribuye como fuente noticiosa para transmitir a la ciudadanía.

Para validar nuestra HG se aplicó el cuestionario a 160 periodistas sobre la optimización del WhatsApp y de qué manera contribuye al intercambio de la información entre los periodistas del Cusco. Dicho cuestionario fue elaborado aplicando la escala de Likert del 1 a 5, donde 1 representa “nunca”, mientras que 5 representa “siempre”. Al respecto el 75% de los periodistas mencionan que utilizan la plataforma digital WhatsApp, dentro de los primeros 30 minutos para visualizar y responder los mensajes. Mientras que el 25% de los periodistas demoran un mayor tiempo en responder o simplemente no responden. Con esto queda confirmado que los periodistas utilizan el WhatsApp de manera óptima para compartir información relevante que aporte en su función como comunicador. Asimismo, se acepta la Ha, afirmando, que los periodistas optimizan de manera eficaz el uso de WhatsApp.

### ***5.2.2 HE1: La identificación de los mecanismos nos permitirá subsanar los problemas de seguridad y privacidad en la información entre periodistas y nos ayudará a mejorar significativamente el intercambio del material periodístico.***

La aplicación WhatsApp es una herramienta de comunicación que debe ser configurado con el propósito de aplicar filtros que permitan a sus miembros compartir material informativo



verídico, garantizando la credibilidad de la información y el profesionalismo del periodista basado en el código de ética del Colegio de Periodistas del Perú.

Para validar nuestra HE1 se realizó la encuesta a 160 periodistas para lo cual recurrimos a un cuestionario que nos ayudó a obtener la información sobre la identificación de mecanismos que nos permitan resolver los problemas de seguridad y privacidad de la información que se intercambia entre los periodistas del Cusco. El cuestionario fue elaborado aplicando la escala de Likert del 1 a 5, donde 1 representa “nunca”, mientras que 5 representa “siempre”. Al respecto el 66% de los periodistas indican que se deben de agregar filtros como la verificación de los miembros del grupo, establecer la confidencialidad y limitar el acceso a los grupos de WhatsApp. Mientras que el 34% de los periodistas indican que la información debe ser cifrada con el fin de garantizar la privacidad y para ello el informante debe registrar su nombre en la información que comparte. Con esto queda confirmado que la identificación de los mecanismos, que se deben de implementar en el WhatsApp nos permitirá garantizar la seguridad y privacidad de la información que usualmente se comparte a través de la mencionada plataforma. Asimismo, se acepta la HEa, donde se afirmó la identificación de mecanismos que nos ayudaran a subsanar los problemas de seguridad y privacidad.

### ***5.2.3 HE2: El uso adecuado de datos y su almacenamiento en el WhatsApp mejora significativamente el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco.***

La plataforma de WhatsApp nos permite almacenar información en la nube y en la memoria del equipo móvil que luego podrá ser compartida por el periodista. La información que descargue de los grupos de WhatsApp, posteriormente lo utilizará de acuerdo a la necesidad de cada medio o programa, siendo la información compartida con su audiencia.

Para validar nuestra HE2 se realizó la encuesta a 160 periodistas para lo cual recurrimos a un cuestionario que nos ayudó a obtener la información sobre el uso adecuado de la información que descarga y almacena de los grupos de WhatsApp para su posterior difusión entre su segmentada audiencia. El cuestionario fue elaborado aplicando la escala de Likert del 1 a 5, donde 1 representa “nunca”, mientras que 5 representa “siempre”. Al respecto el 65% de los periodistas afirman que la información que llega por medio del WhatsApp es almacenada para su posterior difusión dentro de su audiencia; cada periodista se hace responsable de la forma como se emite la información desde su medio noticioso. Mientras que el 35% de los periodistas indican que reciben la información mas no la almacenan, algunos por desconocimiento y otros porque la información no es relevante para su segmento. Con esto queda confirmado que los periodistas en mayor número descargan y almacenan la información que se les fue compartida por medio del WhatsApp. Asimismo, se acepta la HEa, donde se afirmó que los periodistas descargan y procesan la información de acuerdo a su público objetivo.

## RESULTADOS

**Primer resultado:** De los datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, que fueron sometidos y procesados mediante el estadístico SPSS 26, el cual nos demuestra que del 100% de los periodistas encuestados, el 75% de los periodistas mencionan que utilizan la plataforma digital WhatsApp, dentro de los primeros 30 minutos para visualizar y responder los mensajes. Mientras que el 25% de los periodistas demoran un mayor tiempo en responder o simplemente no responden. Con esto queda confirmado que el mayor número de periodistas utilizan el WhatsApp de manera inmediata para compartir información relevante que aporte en su función como comunicador.

**Segundo resultado:** Los datos obtenidos de 160 periodistas fueron procesados mediante el estadístico SPSS 26, el cual nos demuestra que del 100% de los periodistas encuestados, el 66% de los periodistas indican que se deben de aplicar filtros para formar parte del grupo y tener la certeza de quien comparte la información. Asimismo, el 34% de los periodistas indican que la información debe ser cifrada con el fin de garantizar la privacidad y para ello el informante debe registrar su nombre en la información que comparte.

**Tercer resultado:** Los datos obtenidos de 160 periodistas fueron procesados mediante el estadístico SPSS 26, el cual nos demuestra que del 100% de los periodistas encuestados, el 65% de los periodistas afirman que la información que llega por medio del WhatsApp es almacenada para su posterior difusión dentro de su audiencia. Mientras que el 35% de los periodistas indican que reciben la información más no la almacenan, algunos por desconocimiento y otros porque la información no es relevante para su segmento.

## DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El desarrollo del presente trabajo de investigación académica nos ha permitido lograr el conocimiento de aspectos esenciales inherentes a la labor periodística y su relación cada vez más frecuente con las redes sociales, particularmente del WhatsApp, lo que echa nuevas luces sobre la relación entre periodistas, el fortalecimiento de los niveles de colaboración entre ellos a partir del intercambio de informaciones y la necesidad de acceder a la capacitación continua a fin de evitar los peligros y las amenazas que se ciernen a partir del uso de las nuevas herramientas tecnológicas en el campo de la información y la comunicación.

Estos hallazgos los podemos enumerar del siguiente modo:

Cruz (2020) en la tesis “la aplicación de mensajería WhatsApp y las culturas periodísticas de los reporteros de la ciudad de Latacunga- Ecuador” nos indica en su resultado que la cultura de la comunicación ha sufrido transformaciones desde el uso del WhatsApp ya que los periodistas pueden recibir y enviar información de manera rápida y oportuna. Al respecto nosotros coincidimos con dicho trabajo de investigación puesto que nuestros resultados señalan que los periodistas responden de manera rápida dentro de los 30 minutos. Lo que nos ha permitido comprender que la labor del periodista se ha relacionado cada vez más con las redes sociales (WhatsApp) para obtener información rápida y eficiente.

Lo cual se demostró en un notorio cambio en la forma en que los periodistas acopian las informaciones, pues se ha pasado de la condición de “buscadores de noticias” a la de “seleccionadores de noticias”. Este hecho, aunque se puede interpretar con una posibilidad concreta de facilitar la labor de los periodistas, representa al mismo tiempo una necesidad de mayor cuidado al momento de seleccionar las noticias, cuya abundancia puede provocar confusión y en consecuencia atentar contra la veracidad de los datos. Al seleccionar el material informativo en

base a la actualidad y al interés colectivo, el periodista actúa en base a su criterio, pero también en función del interés común, separando los hechos de acuerdo a su trascendencia y significado. Los temas que están dentro de la esfera pública deben ser priorizados y aquellos que pertenecen al ámbito privado e íntimo de las personas deben ser rechazados, lo que significa que, en el tratamiento de las noticias, los enfoques éticos y morales deben tener presencia permanente.

Por su parte Acuña (2019), en la tesis “Relación del uso de la tecnología de la información en la producción periodística del staff de periodistas de RPP, Lima, Perú”, en sus resultados nos indica que el uso de la tecnología facilita el trabajo de los periodistas que recurren al WhatsApp como herramienta para transmitir la información. Estos resultados se asemejan a nuestro trabajo de investigación ya que nuestros resultados se basan en el uso del aplicativo que nos permite compartir información, pero con el desafío de verificar la veracidad de los datos antes de difundirlos.

Los periodistas en actividad de la provincia del Cusco recurren cada vez más a las redes sociales, y en particular al WhatsApp, como herramientas para la consecución de informaciones que permitan cumplir con la tarea periodística de ofrecer a las audiencias la información relevante en el tiempo más breve posible, conjugando el interés colectivo con el tratamiento ético de las noticias, lo que supone la verificación de los datos antes de proceder a su difusión. La responsabilidad social del periodista frente a la comunidad queda plasmada en la publicación de noticias, mediante medios convencionales y medios digitales, previa verificación de los contenidos, ya que se acepta que el periodista es también responsable, junto con las fuentes de información, de lo que difunden los medios de comunicación.

Por último, debemos señalar que el uso de herramientas digitales, como el celular, ha facilitado la labor periodística al permitir un acceso más rápido a las fuentes y un ahorro de tiempo.

Sin embargo, también ha aumentado la posibilidad de difundir información no verificada, lo que subraya la importancia de la capacitación continua y nuestro trabajo de investigación señala resultados similares a los obtenidos por otros investigadores que han aportado al conocimiento y la teoría que se viene creando sobre el WhatsApp como herramienta de difusión de hechos noticiosos.

## PROPUESTA

Crear grupos temáticos específicos (noticias locales, deportes, política, cultura, etc.) para que la información sea más focalizada y relevante, manteniendo un grupo general para noticias urgentes y anuncios importantes, designando a administradores responsables de moderar el contenido, admitir nuevos miembros y gestionar las reglas del grupo; asimismo, asignar responsables de áreas específicas para asegurar que la información se distribuya adecuadamente, estableciendo reglas claras sobre el tipo de contenido permitido, lenguaje apropiado y la frecuencia de mensajes, para lo cual se deben definir horarios específicos para el envío de mensajes, evitando el spam y la saturación de información; también se debe proporcionar un formato estándar para compartir noticias (titular, breve descripción, fuente y enlace si es aplicable).

Organizar talleres sobre el uso eficiente de WhatsApp y las mejores prácticas en la comunicación digital, manteniendo a los periodistas actualizados sobre nuevas funcionalidades de WhatsApp y cómo utilizarlas, además se debe utilizar plataformas complementarias como Google Drive o Dropbox para compartir documentos y archivos de gran tamaño, integrando WhatsApp con otras aplicaciones de gestión de noticias y redes sociales para una mejor sincronización.

Verificar la identidad de los miembros antes de admitirlos en los grupos, asegurando de que todas las comunicaciones sean cifradas para proteger la información sensible, implementando políticas de confidencialidad para manejar información sensible y asegurando que todos los miembros comprendan y acepten las políticas de privacidad y uso de datos.

Realizar encuestas periódicas para obtener feedback sobre la efectividad de la plataforma y posibles áreas de mejora. organizando reuniones regulares para discutir el funcionamiento del grupo y ajustar estrategias según sea necesario. Monitoreando la participación y el tipo de

contenido compartido para identificar patrones y necesidades, evaluando e implementando nuevas herramientas o tecnologías que puedan mejorar la experiencia de uso.

Implementar esta propuesta contribuirá a optimizar el uso de WhatsApp como plataforma digital de intercambio informativo, mejorando la comunicación y colaboración entre los periodistas del Cusco en 2024.



## CONCLUSIONES

**PRIMERA.-** El uso adecuado del WhatsApp como plataforma digital mejora considerablemente el intercambio informativo entre los periodistas que ejercen su labor profesional en los medios convencionales y en los medios digitales de la provincia del Cusco, aportando a la masificación en la difusión de las noticias y generando el fortalecimiento de las relaciones profesionales entre los periodistas y entre ellos y las fuentes de información, con el resultado de la transmisión de informaciones relevantes con las características de la actualidad y el interés colectivo hacia la audiencia.

**SEGUNDA.-** Los periodistas en actual actividad profesional en los distritos de Wanchaq, Santiago y Cusco consideran al teléfono móvil o celular como parte de sus herramientas de acceso a las fuentes de información y al conocimiento de los hechos que son materia de noticia, con la necesidad de una capacitación permanente para mantenerse actualizados y lograr el reconocimiento de las posibilidades y oportunidades que genera el uso del WhatsApp y al mismo tiempo advirtiendo sobre los riesgos que existen en caso de utilizar los contenidos de las plataformas digitales como fuentes de información certera, sin proceder previamente a la verificación de los datos.

**TERCERA.-** El intercambio de información mediante la plataforma digital del WhatsApp facilita que los hombres de prensa compartan datos importantes en tiempo real, permitiendo que los consumidores de noticias, es decir las audiencias de la radio y la televisión y la lectoría de los medios impresos, puedan acceder al conocimiento de los hechos convertidos en noticias con el cumplimiento de los requisitos de la veracidad, la neutralidad informativa y el valor añadido del tratamiento ético de las noticias, al citarse las fuentes de donde provienen los datos.

Los periodistas del Cusco no cuentan con un grupo de WhatsApp propio lo que los hace propensos a recibir mensajes por parte de las instituciones, que en su mayoría no son relevantes para el segmento que producen. Siendo así necesario la creación de un grupo de WhatsApp cerrado para hombres de prensa que ejerzan la carrera, compartiendo hechos de interés público, actualidad y otras noticias; por otra parte, el grupo que se formara debería de ser administrado por periodistas para que se cuente con la objetividad necesaria para un buen intercambio informativo.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERA.-** Los periodistas en actual actividad en los distritos de Wanchaq, Santiago y Cusco deben utilizar con responsabilidad las plataformas digitales y en especial el WhatsApp, con el propósito de conseguir datos que les permitan redactar las noticias y no como fuentes completamente válidas de información, pues se ha verificado que la proliferación de contenidos aparentemente noticiosos en las redes sociales, carecen de origen, no tienen una fuente conocida e identificable y menos citable, lo que puede llevar a la difusión de las noticias falsas o fake news, tan corrientes en los últimos años.

**SEGUNDA.** - Los periodistas que han conformado grupos cerrados para el intercambio de información deben flexibilizar sus estrategias de captación de información, permitiendo que la ciudadanía pueda aportar con el suministro de datos, sin convertir a los hombres y mujeres de la calle en periodistas improvisados, sino aprovechando la presencia de ellos en los lugares en los que se producen las noticias y a los que el periodista no puede llegar de inmediato.

**TERCERA.-** Los periodistas en actual actividad deben participar en programas y campañas de actualización y capacitación permanentes promovidos por instituciones como el Colegio de Periodistas, el Centro Federado de Periodistas, la Asociación Nacional de Periodistas y la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNSAAC, a fin de fortalecer sus conocimientos en el manejo de las tecnologías digitales, advertir también sus riesgos y promover un tratamiento ético de las noticias con elevado sentido de responsabilidad social.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña, P. (2019). Relación del uso de la tecnología de la información en la producción periodística del staff de periodistas de RPP (LIMA, 2019). *RELACIÓN DEL USO DE LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN EN LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA DEL STAFF DE PERIODISTAS DE RPP (LIMA, 2019)*. Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú. Obtenido de [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6543/ACUÑA\\_VP.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6543/ACUÑA_VP.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Aguirre, D. (2023). Evolución del perfil del periodista digital en procesos de convergencia de plataformas. Casos: los mundiales Brasil 2014 y Rusia 2018 en Deporte Total (DT) y El Bocón. *Evolución del perfil del periodista digital en procesos de convergencia de plataformas. Casos: los mundiales Brasil 2014 y Rusia 2018 en Deporte Total (DT) y El Bocón*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Allen, D. (2001). *Getting Things Done: The Art of Stress-Free Productivity*. Nueva York: Viking.
- Arévalo, J. (15 de febrero de 2021). *CONCORTV*. Obtenido de Consejo Consultivo de Radio y Televisión: <https://www.concortv.gob.pe/concortv-presenta-resultados-de-estudio-sobre-situacion-de-radios-y-televisoras-locales-y-regionales/>
- Badillo, M. Á. (2015). *El periodismo digital*. Salamanca: Universidad Salamanca.
- Barreto, P., & Loncone, H. (2019). *Exposición a los medios de comunicación de masas y uso de las redes sociales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco - 2018*. Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, Cusco. Obtenido de

[https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/4348/253T20190392\\_T C.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/4348/253T20190392_T C.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Bartolomé, P. A. (29 de Enero de 2008). *Laboratorio de Multimedia Interactiva*. Obtenido de Universidad de Barcelona: <http://www.lmi.ub.es/cursos/web20/2008upv/>

Boyd, D., & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

Castells, M. (1996). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Vol. 1: La sociedad red). México: Siglo XXI Editores.

Ccoto, Y. (2022). *Uso del WhatsApp en la educación virtual de estudiantes de un instituto superior pedagógico rural de Cusco el 2020-2021*. Universidad César Vallejo, Lima. doi:0000-0003-0450-7899

Celaya, M., Chacón, A., Chacón, A., & Urrutia, E. (2015). *El impacto de WhatsApp en la vida cotidiana de las personas: ¿Hace la sociedad más humana*. ESKIBEL. Obtenido de [https://www.unav.edu/documents/%2029062/%206900948/27\\_Eskibel\\_whatshapp.pdf](https://www.unav.edu/documents/%2029062/%206900948/27_Eskibel_whatshapp.pdf)

Cerviño, Q. B., & Vilches, L. (2013). El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas. *Trabajo de Fin de Máster*. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. Obtenido de <https://ddd.uab.cat/record/114825>

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. (7. edición, Ed.) México: McGraw-Hill Interamericana.

Cobo, S. (2007). *Periodismo Digital*. Barcelona : FUOC.

Crucianelli, S. (2010). *Herramientas Digitales para Periodistas*. Austin, Texas: Centro Knight para el Periodismo de las Américas, Universidad de Texas.

- De la Cruz, J. (2020). *La aplicación de mensajería WHATSAPP y las culturas periodísticas de los reporteros de la ciudad de Latacunga*. Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/97c164dd-4f86-4665-8575-f13a91802484/content>
- Díaz, J., & Salaverría, R. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. (J. Díaz, & R. Salaverría, Edits.) Madrid: Ariel.
- Droste, M., & Deuse, J. (2012). A planning approach for in-plant milk run processes to optimize material provision in assembly systems. *International Journal of Production Research*.
- Fares, F. (Mayo de 2018). WhatsApp y Periodismo. Análisis del uso de WhatsApp en los medios de información españoles. *HIPERTEXT.NET*(16), 78-91. doi:10.31009
- Ferriss, T. (2009). *La semana laboral de 4 horas*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Fonseca, M. S. (2000). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica* (1ª ed.). México: De Pearson Education.
- Granovetter, M. (1973). Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Hernández, A., & Garay, O. (2005). *La comunicación en el contexto deportivo* (Vol. 1). (A. Hernández, Ed.) Buenos Aires: Wanceulen Editorial Deportiva. Obtenido de <https://cliqueapostilas.com/Content/apostilas/576e775000513621881070ea07280042.pdf>
- Herrero, E. (2011). El periodismo en el siglo de las redes sociales. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 14(117E), 1113-1128.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture*. (L. P. Hermida, Trad.) New York: Paidós Ibérica, S.A. Obtenido de <https://stbngtrrz.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>

- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (1ª ed.). Nueva York: New York University Press.
- Kola, J. A., & Sunday, S. O. (2018). Mobile-Learning (M-Learning) through WhatsApp Messaging, Facebook, and YouTube, Nigeria. *CITS, 1*. doi:10.31058/j.edu.2018.13008
- Koller, T., Goedhart, M., & Wessels, D. (2020). *Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies* (7ª ed.). Nueva York: John Wiley & Sons Inc.
- Koum, J., & Acton, J. B. (2009). *WhatsApp*. Obtenido de WhatsApp: <https://www.whatsapp.com/about?lang=es>
- Lasswell, D. H. (1948). *he Structure and Function of Communication in Society*. (L. Bryson, Ed.) New York: Harper & Row.
- Lomonosov, F. B. (2007). *El problema en la comunicación en psicología (Folleto)*. México.
- López, G. G. (2015). *Periodismo digital, redes, audiencia y modelos de negocio editorial*. Salamanca: Comunicación Social.
- López, P. R. (2010). Periodismo y redes sociales: una nueva forma de atraer lectores. *Revista Mexicana de Comunicación, 22*(120), 42-46.
- Martínez, A., & Nosnik, A. (1988). *Comunicación organizacional práctica : manual gerencial*. México: Editorial Trillas.
- Martínez, M. C. (2010). El valor de la información, su administración y alcance en las organizaciones. *Revista Mexicana de Ciencia de la Información, 1*(2).
- Martínez, S. F. (2003). *Redes de comunicación en la enseñanza*. Barcelona: Paidós.
- Molinuevo, J. L. (2004). *Humanismo y nuevas tecnologías* (1ª ed.). Madrid: Alianza Editorial.
- Oliva, M. C. (2014). Periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento. (E. L. Gómez, Ed.) *Revista de Ciencias Sociales. Aposta*(61), 1-30. doi:1696-7348

- Pérez, J., & Gardey, A. (12 de Setiembre de 2016). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de:  
<https://definición.de/whatsapp/>
- Rodríguez, P. K., & Ronda, L. R. (2006). El web como sistema de información. *ACIMED*, 14(6), 1–14.
- Salvat, M. G., & Serrano, M. V. (2011). *La revolución digital y la sociedad de la información* (1ª ed.). España: Comunicación Social.
- Sánchez, d. I. (2016). *El Renacimiento del Periodismo. Nuevas tecnologías al servicio de su esencia*. Pamplona: Eunsa. doi:1885-365X
- Segura, B. P. (14 de Mayo de 2021). *Impetus*. Obtenido de Impetus:  
<https://impetuscr.com/comunicacion-digital/la-comunicacion-en-la-era-digital/>
- Shannon, C., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, Illinois: University of Illinois Press.
- Tang, Y., & Hew, F. K. (2017). Is mobile instant messaging (MIM) useful in education? Examining its technological, pedagogical, and social affordances. *Educational Research Review*, 21, 85–104.
- Tejedor, S. (2009). *La enseñanza del ciberperiodismo. De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística*. Comunicación Social: Sevilla.



## WEBGRAFÍA

<https://web.archive.org/web/20171014214503/http://132.248.9.34/hevila/Revistamexicanade-cienciasdelainformacion/2010/vol1/no2/1.pdf>

[http://repositorio.ucam.edu/jspui/bitstream/10952/407/1/RLCS\\_art891\\_Noguera.pdf](http://repositorio.ucam.edu/jspui/bitstream/10952/407/1/RLCS_art891_Noguera.pdf)

<https://impetuscr.com/comunicacion-digital/la-comunicacion-en-la-era-digital/>

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S102494352006000100008&lng=es&tlng=es.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S102494352006000100008&lng=es&tlng=es)

[http://www.uspceu.com/usp/doxa/doxaIV/comunicacion\\_digital.pdf](http://www.uspceu.com/usp/doxa/doxaIV/comunicacion_digital.pdf)

<https://iberifier.eu/2023/06/21/report-analysis-impact-disinformation-june-2023/> (2023).

<https://definición.de/whatsapp/>

# ANEXO

## OPTIMIZACIÓN DEL USO DE WHATSAPP COMO PLATAFORMA DIGITAL DE INTERCAMBIO INFORMATIVO ENTRE PERIODISTAS DEL CUSCO 2024

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cómo se optimiza el uso del WhatsApp como plataforma digital para mejorar el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco en 2023?	Analizar cómo se optimiza el uso de WhatsApp como plataforma digital para mejorar el intercambio informativo entre los periodistas del Cusco en 2023.	La optimización eficaz del uso del WhatsApp como plataforma digital, mejora significativamente el intercambio informativo entre los periodistas del cusco	<b>Variable independiente</b> Optimización en el uso de WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiencia en la comunicación</li> <li>• Organización de contactos y grupos</li> <li>• Gestión del tiempo</li> <li>• Seguridad y privacidad</li> <li>• Uso responsable de datos y almacenamiento</li> <li>• Gestión de notificaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de mensajes enviados</li> <li>• Tasa de participación en grupos.</li> <li>• Cantidad de contactos organizados en listas</li> <li>• Tiempo de respuesta</li> <li>• Uso de funciones avanzadas</li> <li>• Frecuencia de actualización de la aplicación.</li> <li>• Calidad de comunicación</li> </ul>	<p><b>Método de investigación</b> Analítico – deductivo</p> <p><b>Tipo de investigación</b> Cuantitativo no experimental</p> <p><b>Nivel de Investigación</b> Descriptivo – explicativo causal</p>
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>				

<p><b>P.E.1.-</b> ¿De qué manera pueden superarse los problemas de seguridad y privacidad en la información intercambiada entre periodistas del Cusco a través de WhatsApp para garantizar una comunicación más clara y eficaz?</p>	<p><b>O.E.1.-</b> Identificar los mecanismos que permitan subsanar los problemas de seguridad y privacidad en la información intercambiada entre periodistas del Cusco a través de WhatsApp para garantizar una comunicación más clara y eficaz.</p>	<p><b>H.E.1.-</b> La identificación de los mecanismos nos permitirá subsanar los problemas de seguridad y privacidad en la información entre periodistas y nos ayudará a mejorar significativamente el intercambio del material periodístico</p>	<p><b>Variable dependiente</b> Intercambio informativo entre periodistas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnología</li> <li>• Interfaz de usuario</li> <li>• Contenido</li> <li>• Usuarios</li> <li>• Negocio o propósito</li> <li>• Ecosistema</li> <li>• Modelo de negocio</li> <li>• Regulación y cumplimiento</li> <li>• Desarrollo y evolución</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de usuarios activos</li> <li>• Tasa de retención de usuarios</li> <li>• Tiempo de sesión promedio</li> <li>• Tasa de conversión</li> <li>• Ingresos generados</li> <li>• Usuarios de la información</li> <li>• Índice de satisfacción de usuarios</li> <li>• Tiempo de carga de la página</li> <li>• Índice de interacción en redes sociales</li> </ul>	<p><b>Población</b> 1265 periodistas del Cusco en ejercicio profesional</p>
<p><b>P.E.2.-</b> ¿Cómo se usa responsablemente los datos y el almacenamiento en el WhatsApp para mejorar el intercambio</p>	<p><b>O.E.2.-</b> Identificar cómo se usan los datos y el almacenamiento en el WhatsApp para mejorar el intercambio informativo entre los</p>	<p><b>H.E.2.-</b> El uso adecuado de datos y su almacenamiento en el WhatsApp mejora significativamente el intercambio</p>				<p><b>Muestra</b> La muestra estará constituida por 160 periodistas, de los cuales, 70 pertenecen al colegio de periodistas,</p>

<p>informativo entre los periodistas del Cusco en 2023?</p>	<p>periodistas del Cusco en 2023.</p>	<p>informativo entre los periodistas del Cusco.</p>				<p>Colegiados, 40 al Centro federado de periodistas, 30 a la ANP, y 20 no afiliados.</p>
---	---------------------------------------	---	--	--	--	--

*Nota:* Peña y Espinoza (2024)

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS

ENCUESTA PARA TESIS DE PRE GRADO.



Hoja de encuesta: a los señores (as) (ritas) periodistas

Presentación:

Sr. (a) El propósito de esta encuesta es recoger información para un trabajo de Investigación, para conocer la optimización del uso de WhatsApp como plataforma digital de intercambio informativo entre periodistas del Cusco año 2023.

1.- ¿Cuánto tiempo tarda usted normalmente en responder un mensaje en WhatsApp?

a) Menos de 5 minutos

b) 5-15 minutos

c) 15-30 minutos

d) 30-60 minutos

e) Más de 1 hora

2.- ¿Utiliza usted, respuestas automáticas para mensajes frecuentes?

a) Sí

b) No

c) No sabe/no opina.

3.- ¿Con qué frecuencia programa usted, mensajes para enviar en momentos específicos?

a) Siempre

b) A menudo

c) A veces

d) Rara vez

e) Nunca

4.- ¿Cada cuánto tiempo revisa usted su WhatsApp para responder mensajes?

a) Cada 5 minutos

b) Cada 15 minutos

c) Cada 30 minutos

d) Cada hora

e) Varias veces al día

f) Una vez al día

5.- ¿Organiza usted sus conversaciones utilizando etiquetas o categorías?

a) Sí, siempre

b) Sí, a veces

c) No, nunca

6.- ¿Guarda o archiva usted, sus conversaciones relevantes para su fácil acceso?

a) Sí

b) No

c) No sabe/no opina

Participación y Colaboración

7.- ¿Participa usted activamente en grupos para colaborar o compartir información?

a) Sí, siempre

b) Sí, a menudo

c) A veces

d) Rara vez

e) Nunca

8.- ¿Integra usted, WhatsApp con otras aplicaciones/productos para mayor eficiencia?

- a) Sí
- b) No
- c) No sabe/no opina

9.- ¿Con qué frecuencia intercambia usted sus mensajes con otros periodistas?

- a) Diariamente
- b) Semanalmente
- c) Mensualmente
- d) Rara vez

10.- ¿En cuántos grupos o chats de periodistas está usted activamente involucrado?

- a) 1-2
- b) 3-5
- c) 6-10
- d) Más de

### **Colaboración y Profundidad**

11. ¿Cuántas veces usted ha colaborado con otros periodistas en proyectos noticiosos durante el año 2023?

- a) Más de 10 veces
- b) 6-10 veces
- c) 3-5 veces
- d) 1-2 veces
- e) Nunca



12.- ¿Los intercambios abarcan una amplia gama de temas o son más específicos?

- a) Amplia gama de temas
- b) Más específicos

13.- ¿De cuántas fuentes distintas obtiene usted, información a través de intercambios?

- a) Más de 10
- b) 6-10
- c) 3-5
- d) 1-2

14.- ¿Las conversaciones con otros periodistas son superficiales o profundas?

- a) Muy profundas
- b) Profundas
- c) Moderadas
- d) Superficiales

15.- ¿Comparte usted enlaces, documentos u otros recursos útiles con otros periodistas?

- a) Sí, siempre
- b) Sí, a menudo
- c) A veces
- d) Rara vez
- e) Nunca

16.- ¿Para qué propósitos principales utiliza usted, WhatsApp en su trabajo periodístico?

(Puede seleccionar más de una opción)

- a) Compartir noticias y artículos

- b) Coordinar con colegas
- c) Recibir noticias en tiempo real
- d) Participar en discusiones y debates
- e) Otros (invitar a entrevistados, confirmar datos,)

17 ¿Qué tipo de contenido comparte más frecuentemente en estos grupos?

- a) Noticias
- b) Análisis
- c) Eventos
- d) Opiniones
- e) Otros (invitaciones, conferencias de prensa)

18.- ¿Cómo calificaría la calidad de la información compartida en los grupos de WhatsApp para periodistas?

- a) Muy alta
- b) Alta
- c) Moderada
- d) Baja

19. ¿Qué tan efectivo considera el uso de WhatsApp para el intercambio de información profesional?

- a) Muy efectivo
- b) Efectivo
- c) Poco efectivo
- d) No efectivo

20.- ¿Cuáles son los principales problemas que ha encontrado al usar WhatsApp para fines profesionales? (Puede seleccionar más de una opción)

- a) Saturación de mensajes
- b) Información desorganizada
- c) Falta de privacidad
- d) Distracciones
- e) Otros (Caída de la red, noticias falsas)

21.- ¿Qué características adicionales le gustaría ver implementadas en los grupos de WhatsApp para periodistas? (Puede seleccionar más de una opción)

- a) Mejor organización de mensajes
- b) Etiquetado de mensajes por tema
- c) Mensajes anclados para información importante
- d) Horarios específicos para compartir información
- e) Otros (verificación de fuentes, fiabilidad)

22.- ¿Qué sugerencias tiene para mejorar la seguridad y privacidad en los grupos de WhatsApp para periodistas? (Puede seleccionar más de una opción)

- a) Implementar la verificación en dos pasos para todos los miembros
- b) Establecer reglas claras sobre la confidencialidad de la información compartida
- c) Utilizar nombres de usuario en lugar de números de teléfono para mayor privacidad
- d) Limitar el acceso al grupo solo a periodistas verificados
- e) Utilizar cifrado de extremo a extremo para todas las conversaciones

### **Feedback General**

23.- ¿Tiene usted alguna sugerencia adicional sobre cómo optimizar el uso de WhatsApp para el intercambio informativo entre periodistas?

implementar Capacitación Continua sobre el uso eficiente de WhatsApp

Crear un conjunto de normas y directrices claras para el uso del grupo de WhatsApp

Introducir el uso de etiquetas y categorías para organizar mejor los mensajes

Implementar medidas de seguridad adicionales para proteger la privacidad de las conversaciones

Establecer horarios específicos para la publicación de noticias y mensajes

Formar subgrupos dentro de la plataforma para diferentes tipos de información

Integrar WhatsApp con otras herramientas de gestión de noticias y documentos, como Google Drive u otras, para mejorar la eficiencia.

**Gracias por tu participación**

### Panel Fotográfico de las encuestas realizadas



Fotografía de la aplicación de  
la encuesta realizado al  
periodista Efraín Chunja



Fotografía de la aplicación  
de la encuesta realizado al  
periodista Raúl Cabrera.



Fotografía de la aplicación  
de la encuesta realizado al  
periodista Sandro Salcedo



Fotografía de la aplicación  
de la encuesta realizado a la  
periodista Isabel Calancha



Fotografía de la  
aplicación de la encuesta  
realizado al periodista  
Juan del Castillo



Fotografía de la aplicación  
de la encuesta realizado a  
la periodista Sonia Candia



Fotografía de la  
aplicación de la encuesta  
realizado al periodista  
Vides Bellido



Fotografía de la aplicación  
de la encuesta realizado al  
periodista Yoder Ticca





Fotografía de la aplicación de  
la encuesta realizado al  
periodista Percy Hurtado



Fotografía de la aplicación de  
la encuesta realizado a la  
periodista Carolina Zamalloa



Fotografía de la aplicación  
de la encuesta realizado al  
periodista Cesar Farfán



Fotografía de la aplicación  
de la encuesta realizado a la  
periodista Herlinda Ruelas



Fotografía de la aplicación de  
la encuesta realizado al  
periodista Elio Suyo



Fotografía de la aplicación  
de la encuesta realizado al  
periodista Alberto Suyo



Fotografía de la aplicación  
de la encuesta realizado a  
Edy Reynaga



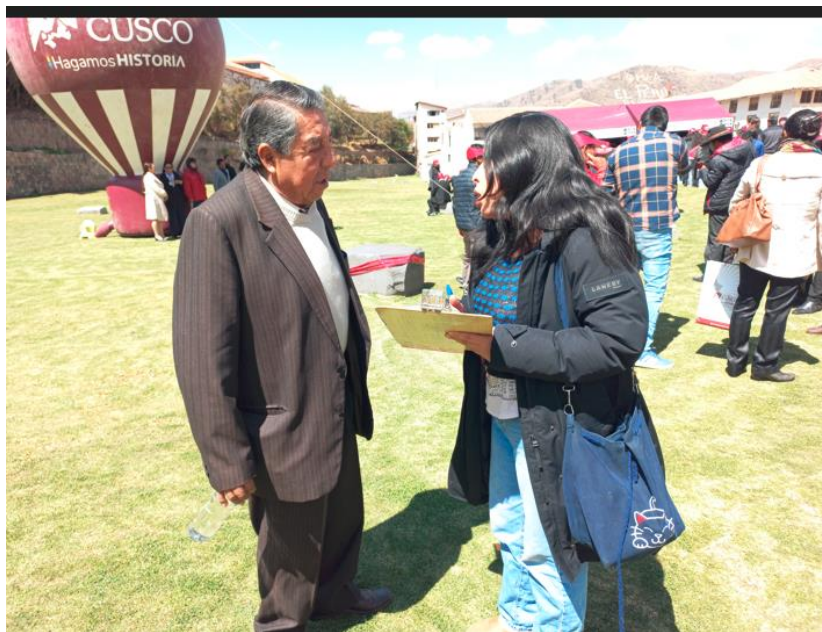
Fotografía de la aplicación  
de la encuesta realizado al  
periodista Carlos Carrillo.



Fotografía de la aplicación  
de la encuesta realizado al  
periodista Franklin  
Montesinos



Fotografía de la aplicación  
de la encuesta realizado a  
Aaron Daza



Fotografía de la  
aplicación de la  
encuesta realizado a  
Edgar Huamantica



Fotografía de la  
aplicación de la  
encuesta realizado a  
Edelmira Perez