

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL  
DE HUAMANGA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**TESIS:**

**“Credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el  
gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho - 2024”**

Para optar el título profesional de:  
**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTADO POR:  
**Bach. Nelyda QUISPE TAYPE**

ASESORA:  
**Mtra. Yanibel HURTADO VARGAS**

**AYACUCHO - PERÚ**

**2026**

**Dedicatoria**

A mis padres, por su amor y apoyo incondicional,  
por ser mi mayor inspiración. A mis hermanos, por  
su orientación, por su apoyo emocional y por  
motivarme a seguir aprendiendo día a día.

### **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por permitirme permanecer en esta vida, por darme salud, fortaleza y sabiduría para cumplir mi meta. A mis padres, por su gran sacrificio para sacarme adelante y por enseñarme el valor del esfuerzo y perseverancia. También, extendiendo mi gratitud a mi asesora Yanibel Hurtado Vargas, por su apoyo y guía en este proceso académico.

## Índice

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Introducción.....                                                               | x  |
| Capítulo I.....                                                                 | 12 |
| 1        Bases teóricas.....                                                    | 12 |
| 1.1    Medios de comunicación .....                                             | 12 |
| 1.1.1  Dependencia sobre los medios de comunicación.....                        | 13 |
| 1.1.2  Televisión nacional del Perú.....                                        | 14 |
| 1.1.3  Dimensiones de la televisión nacional.....                               | 15 |
| 1.1.4  Medios de comunicación y confianza política en América Latina y Perú.... | 18 |
| 1.1.5  Confianza en el gobierno peruano .....                                   | 20 |
| 1.1.6  Dimensiones del Estado peruano.....                                      | 22 |
| 1.1.7  Relación entre medios de comunicación y gobierno.....                    | 24 |
| 1.1.8  Confianza y credibilidad de los medios de comunicación y gobierno.....   | 25 |
| 1.2    Marco conceptual .....                                                   | 27 |
| Capítulo II.....                                                                | 30 |
| 2.        Materiales y métodos.....                                             | 30 |
| 2.1.    Planteamiento del problema.....                                         | 30 |
| 2.2.    Formulación del problema .....                                          | 32 |
| 2.2.1  Problema general .....                                                   | 32 |
| 2.2.2  Problemas específicos .....                                              | 32 |
| 2.3    Objetivos de la investigación .....                                      | 33 |
| 2.3.1  Objetivo general.....                                                    | 33 |
| 2.3.2  Objetivos específicos .....                                              | 33 |
| 2.4    Hipótesis.....                                                           | 33 |
| 2.4.1  General.....                                                             | 33 |
| 2.4.2  Específicos .....                                                        | 33 |
| 2.5    Variables e indicadores .....                                            | 35 |
| 2.6.    Diseño metodológico de la investigación .....                           | 37 |
| 2.6.1  Tipo de estudio.....                                                     | 37 |
| 2.6.2  Nivel de investigación.....                                              | 37 |

|                                |                                                       |    |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------|----|
| 2.6.3                          | Enfoque de investigación .....                        | 38 |
| 2.6.4                          | Diseño de investigación .....                         | 38 |
| 2.7                            | Población y muestra .....                             | 39 |
| 2.8                            | Técnicas e instrumentos .....                         | 41 |
| 2.9                            | Validación y confiabilidad .....                      | 42 |
| 2.10                           | Método de análisis de datos.....                      | 43 |
| Capítulo III .....             |                                                       | 44 |
| 3                              | Presentación y análisis de datos .....                | 44 |
| 3.1                            | Análisis descriptivo .....                            | 44 |
| 3.1.1                          | Variable Credibilidad en la televisión nacional ..... | 44 |
| 3.1.2                          | Variable Confianza en el gobierno .....               | 47 |
| 3.2                            | Análisis e interpretación inferencial de datos.....   | 49 |
| 3.2.1                          | Pasos de la prueba de hipótesis.....                  | 49 |
| 3.2.2                          | Prueba de hipótesis general .....                     | 51 |
| 3.2.3                          | Pruebas de hipótesis específica 1 .....               | 52 |
| 3.2.4                          | Pruebas de hipótesis específica 2 .....               | 54 |
| 3.2.5                          | Pruebas de hipótesis específica 3 .....               | 55 |
| 3.3                            | Discusión de resultados .....                         | 57 |
| Conclusiones.....              |                                                       | 61 |
| Recomendaciones .....          |                                                       | 63 |
| Referencia bibliográfica ..... |                                                       | 65 |
| Anexos.....                    |                                                       | 69 |
| Matriz de consistencia.....    |                                                       | 70 |

## Índice de tablas

|           |                                                                                              |    |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1.  | Operacionalización de variables.....                                                         | 36 |
| Tabla 2.  | Información sociodemográfica de la muestra. ....                                             | 40 |
| Tabla 3.  | Los noticieros de la televisión nacional presentan la información. ....                      | 44 |
| Tabla 4.  | Confía en la veracidad de las noticias transmitidas por la televisión nacional. ...          | 45 |
| Tabla 5.  | La televisión nacional contribuyen al aprendizaje de temas relevantes para la sociedad ..... | 45 |
| Tabla 6.  | Los programas de entretenimiento presentan contenido original.....                           | 46 |
| Tabla 7.  | Confío en que las decisiones políticas del gobierno son tomadas pensando .....               | 47 |
| Tabla 8.  | Considero que las instituciones políticas del Estado son transparentes en su gestión.....    | 47 |
| Tabla 9.  | Confía en que el gobierno administra adecuadamente los recursos públicos.....                | 48 |
| Tabla 10. | Confía que el gobierno garantiza el acceso equitativo a servicios públicos .....             | 48 |
| Tabla 11. | El Estado promueve la cohesión social y la reducción de las brechas sociales. ..             | 49 |
| Tabla 12. | Pruebas de normalidad .....                                                                  | 50 |
| Tabla 13. | Hipótesis general .....                                                                      | 51 |
| Tabla 14. | Hipótesis específica 1 .....                                                                 | 53 |
| Tabla 15. | Hipótesis específica 2 .....                                                                 | 54 |
| Tabla 16. | Hipótesis específica 3 .....                                                                 | 56 |

## Índice de anexos

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Anexo 1. Matriz de consistencia .....             | 70 |
| Anexo 2. Cuestionarios .....                      | 73 |
| Anexo 3. Alpha de Cronbach de cada variable ..... | 77 |

## Resumen

Este estudio analiza la relación entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho, considerando las dimensiones política, económica y social. Con un enfoque cuantitativo y diseño correlacional, se recolectaron datos de una muestra representativa mediante instrumentos validados. Los resultados muestran una correlación positiva y significativa entre la credibilidad mediática y la confianza en el gobierno, moderada en términos generales y baja a moderada en las dimensiones específicas. Se resalta el papel de la televisión en la percepción de las instituciones gubernamentales, aunque con limitaciones en su capacidad para fortalecer la confianza en un contexto de escepticismo. Las conclusiones subrayan la necesidad de mejorar los contenidos televisivos y las acciones gubernamentales, mientras las recomendaciones proponen iniciativas conjuntas entre medios, gobierno y academia para fomentar transparencia y legitimidad. Este trabajo aporta al estudio de los factores que influyen en la confianza ciudadana y ofrece bases para investigaciones futuras.

**Palabras clave:** Credibilidad mediática, confianza en el gobierno, Ayacucho, percepción pública.

## **Abstract**

This study examines the relationship between the credibility of national television and trust in the government among young people in the Ayacucho district, focusing on political, economic, and social dimensions. Using a quantitative approach and correlational design, data were collected from a representative sample through validated instruments. The results show a positive and significant correlation between media credibility and trust in the government, moderate in general terms and low to moderate in specific dimensions. The findings highlight the role of television in shaping perceptions of governmental institutions, though with limitations in its capacity to strengthen trust in a context of prevailing skepticism. The conclusions emphasize the need to improve television content and governmental actions, while the recommendations suggest joint initiatives among media, government, and academia to promote transparency and legitimacy. This study contributes to understanding the factors influencing citizen trust and provides a foundation for future research.

**Keywords:** Media credibility, trust in government, Ayacucho, public perception.

## **Introducción**

El presente estudio examina la relación entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno entre los jóvenes del distrito de Ayacucho. Bajo un enfoque cuantitativo y diseño correlacional, se busca identificar cómo las variaciones en la percepción de credibilidad mediática se asocian con los niveles de confianza en las instituciones gubernamentales. Este enfoque no pretende establecer causalidad ni describir percepciones aisladas, sino analizar la relación existente entre ambas variables dentro de un contexto sociocomunicativo determinado.

En el primer capítulo, se delimitaron las bases conceptuales y el planteamiento del problema, destacando la necesidad de analizar la conexión entre los medios y la confianza institucional. Se identificaron los objetivos generales y específicos que guiaron esta investigación, estableciendo las hipótesis que orientaron el análisis.

En el segundo capítulo se desarrolla un marco teórico sólido que integra antecedentes internacionales, nacionales y locales. En este apartado se analiza cómo, en contextos internacionales, el uso de los medios tradicionales puede influir positivamente en la confianza hacia el gobierno; mientras que, en los ámbitos nacional y local, predomina una percepción crítica respecto de la televisión como medio informativo. Este marco teórico permite contextualizar los hallazgos del estudio dentro de un panorama más amplio, resaltando similitudes y diferencias con otras investigaciones previas.

En el tercer capítulo, se detallaron las metodologías empleadas, adoptando un diseño de investigación correlacional con un enfoque cuantitativo. Se describió el proceso de recolección y análisis de datos, con énfasis en la validación de los instrumentos y la representatividad de la muestra, garantizando así la confiabilidad de los resultados.

El análisis de los datos, desarrollado en el capítulo cuarto, reveló correlaciones significativas entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno. La hipótesis general mostró una relación positiva moderada, mientras que las hipótesis específicas evidenciaron vínculos entre la credibilidad mediática y las dimensiones política, económica y social de la confianza gubernamental, aunque con intensidades bajas a moderadas. Estos resultados resaltan el rol de la televisión en la percepción pública, pero también evidencian limitaciones en su capacidad para fortalecer la confianza en las instituciones.

Finalmente, en el capítulo de discusión, los resultados fueron contrastados con los antecedentes de la investigación, confirmando tendencias observadas en otros estudios y destacando particularidades del contexto ayacuchano. Las conclusiones sintetizan los hallazgos, enfatizando la necesidad de mejorar tanto la calidad informativa de los medios como la gestión gubernamental para fortalecer la confianza ciudadana. Las recomendaciones incluyen acciones dirigidas a los medios de comunicación, el gobierno y la academia, subrayando la importancia de un enfoque multidisciplinario para abordar esta problemática. Este estudio contribuye al entendimiento de la relación entre los medios y la confianza institucional, ofreciendo una base para futuras investigaciones y políticas públicas.

## Capítulo I

### 1. Bases teóricas

#### 1.1. Medios de comunicación

Los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la sociedad al influir en la percepción pública y en la construcción de la realidad social. Según McCombs (1972), los medios de comunicación no solo informan sobre eventos, sino que también establecen la agenda pública al determinar qué temas son importantes, un fenómeno conocido como "teoría de la agenda-setting". Esta capacidad de influir en la agenda pública resalta el poder de los medios en la formación de opiniones y en la manera en que las personas entienden el mundo que los rodea.

También, desde el enfoque empírico-analítico, McCombs y Shaw (1972) proponen la Teoría de la Agenda Setting, la cual sostiene que los medios de comunicación no indican a las personas qué pensar, sino sobre qué temas pensar. En este sentido, la televisión nacional desempeña un papel decisivo en la configuración de la agenda pública, al jerarquizar los asuntos que la ciudadanía percibe como relevantes. Cuando los contenidos informativos son percibidos como veraces y objetivos, fortalecen la credibilidad mediática y, con ello, la confianza institucional hacia las autoridades (McCombs, 2004; Norris, 2011). En el contexto peruano, diversos estudios evidencian que la exposición a medios televisivos de alcance nacional influye en la percepción ciudadana sobre la gestión gubernamental y la legitimidad de las instituciones políticas, especialmente en contextos de polarización o crisis (Alfaro, 2018). Por tanto, comprender la relación entre credibilidad en la televisión nacional y confianza en el gobierno permite explicar cómo la información mediática contribuye a consolidar —o erosionar— el vínculo entre Estado y ciudadanía.

Además, la digitalización y la expansión de las redes sociales han transformado el panorama mediático, creando un entorno donde la información circula rápidamente y la línea entre periodistas profesionales y ciudadanos se difumina (Hermida, 2010). Este nuevo ecosistema mediático plantea desafíos para la credibilidad y la veracidad de la información, con un incremento en la difusión de noticias falsas y desinformación, lo que puede erosionar la confianza pública en los medios (Vosoughi, 2018).

### **1.1.1 Dependencia sobre los medios de comunicación**

Sin duda alguna las personas como los gobiernos de turno dependen considerablemente de los medios de comunicación, para satisfacer sus necesidades de legitimación, poder, emocionales o conductuales. Esta dependencia se agrava en periodos de cambios, conflictos o situaciones de incertidumbre en la sociedad, como lo plantea la Teoría de la Dependencia del Sistema Mediático (MSDT), creada por Sandra Ball-Rokeach y Melvin De Fleur (1976).

Esta teoría se fundamenta en una interrelación entre el sistema social, los medios de comunicación y la audiencia, además de en un entorno de alta dependencia, donde las audiencias buscan mayor información en los medios, aumentando así su capacidad de influencia y los gobiernos de turno toman estos aspectos para poder influenciar en la opinión pública, de acuerdo a intereses de carácter político, económico, hasta ideológico.

La teoría ofrece una explicación de por qué los medios pueden tener un impacto significativo en determinadas circunstancias y un efecto menor en otros, concentrándose en el contexto social y las necesidades de cada gobierno o individuo.

### 1.1.2 Televisión nacional del Perú

Autores como Canales (2015) y Fernández (2018) definen la televisión pública peruana como un medio de servicio público, cuyo objetivo principal es representar la diversidad cultural y fortalecer la cohesión social. Canales destaca que su función “trasciende el entretenimiento para convertirse en un espacio de identidad nacional y ciudadanía comunicativa” (p. 45).

Asimismo, Córdova (2020) plantea que la televisión nacional se diferencia de los medios regionales o digitales por su alcance nacional y su estructura institucional, generalmente vinculada al Estado o a corporaciones privadas con cobertura nacional.

Por otro lado, Gonzales (2021) enfatiza que el público juvenil percibe la televisión nacional como un medio tradicional frente al auge de los medios digitales, mientras que Garcés (2020) resalta su función de educar e informar en contextos donde el acceso a internet es limitado.

La Televisión Nacional del Perú ha jugado un rol crucial en la difusión de información y la formación de la opinión pública en el país. Como medio estatal, su misión principal es brindar un servicio público que refleje la diversidad cultural y social de la nación, promoviendo la educación, la cultura y la identidad peruana (Canales, 2015). Sin embargo, la televisión nacional ha enfrentado desafíos significativos relacionados con la percepción de imparcialidad y la independencia editorial, especialmente en contextos políticos.

De acuerdo con Chávez (2019), la televisión estatal en Perú ha sido objeto de críticas por su tendencia a alinearse con los gobiernos de turno, afectando su credibilidad como fuente de información objetiva. Esto ha sido particularmente evidente durante periodos electorales y crisis políticas, donde se ha acusado a los noticieros nacionales de favorecer la cobertura de ciertas figuras políticas mientras marginalizan otras voces opositoras (Córdova, 2020).

Además, la televisión nacional ha tenido que competir con medios privados y plataformas digitales que ofrecen alternativas informativas, lo que ha llevado a una disminución en la audiencia juvenil, que prefiere consumir noticias a través de redes sociales y medios digitales Gonzales (2021). A pesar de estos desafíos, la televisión nacional sigue siendo una herramienta importante de comunicación masiva, especialmente en áreas rurales donde el acceso a Internet es limitado.

La programación de la televisión nacional, que incluye noticieros, programas educativos y culturales, intenta abordar temas de interés público y servir como un medio para fortalecer la cohesión social (Fernández, 2018). No obstante, la calidad y diversidad de la programación son aspectos que requieren mejora continua para cumplir con su rol de servicio público de manera efectiva y mantener la confianza de la ciudadanía.

### **1.1.3 Dimensiones de la televisión nacional**

La televisión nacional en Perú, al igual que en otros países, puede ser analizada a través de varias dimensiones que determinan su impacto y función dentro de la sociedad. Entre las principales dimensiones se encuentran la dimensión informativa, la dimensión educativa y cultural, la dimensión de entretenimiento:

#### **a.- Dimensión Informativa**

La dimensión informativa de la Televisión Nacional del Perú se centra en su capacidad de proporcionar noticias y reportajes que mantengan a la población informada sobre eventos locales, nacionales e internacionales. Los noticieros nacionales, como los transmitidos por TV Perú, juegan un papel crucial en la formación de la opinión pública, presentando información que puede influir en la percepción de los ciudadanos sobre temas de relevancia. De acuerdo con Jones (2019),

la televisión pública se distingue de los medios privados por su compromiso con la imparcialidad y la objetividad, aunque a menudo enfrenta críticas por posibles sesgos políticos en su cobertura.

Además de informar, los noticieros de la televisión pública cumplen una función educativa al profundizar en temas que afectan a la sociedad, como la salud pública, la educación y los derechos ciudadanos. En este sentido, la televisión nacional actúa como un puente entre el gobierno y los ciudadanos, facilitando el acceso a la información oficial y fomentando la transparencia gubernamental (Fernández, 2018). Sin embargo, la percepción de la calidad informativa puede variar entre los televidentes, especialmente en contextos políticos polarizados, donde la credibilidad de los medios estatales puede ser cuestionada.

La televisión nacional enfrenta el reto de adaptarse a las nuevas dinámicas de consumo informativo, donde las redes sociales y los medios digitales ganan terreno como fuentes principales de noticias, especialmente entre los jóvenes (Garcés, 2020). Esto ha llevado a una disminución en la audiencia de los noticieros tradicionales, obligando a los canales públicos a innovar en la forma en que presentan la información y a integrar plataformas digitales para captar a un público más amplio y diverso.

### **b.- Dimensión Educativa y Cultural**

La dimensión educativa y cultural de la Televisión Nacional del Perú tiene como objetivo principal promover la cultura, las tradiciones y la identidad nacional, así como complementar la educación formal a través de contenidos pedagógicos y programas culturales. La televisión pública ofrece una variedad de programas que abordan la historia, la música, el arte y las tradiciones del Perú, ayudando a preservar el patrimonio cultural del país y a fortalecer la

identidad nacional (Fernández, 2018). Este rol es especialmente importante en un país tan diverso como Perú, donde la televisión puede unir a ciudadanos de diferentes regiones y orígenes.

Los programas educativos, como los transmitidos durante la pandemia de COVID-19, han sido vitales para complementar la educación a distancia y llegar a estudiantes en áreas rurales donde el acceso a internet es limitado (Canales, 2015). Este enfoque resalta el compromiso de la televisión pública con la educación y su papel en la reducción de brechas educativas, especialmente en contextos de emergencia donde la televisión se convierte en una herramienta clave para el aprendizaje.

Sin embargo, la calidad y diversidad de la programación educativa y cultural aún enfrentan desafíos. Según Gonzales (2021), es necesario incrementar la producción de contenido original y asegurar que estos programas no solo sean informativos, sino también atractivos y relevantes para las diferentes audiencias. La televisión nacional debe seguir innovando y adaptándose a las necesidades culturales y educativas del país para mantenerse como una opción valiosa frente a otras plataformas de entretenimiento y aprendizaje.

### **c.- Dimensión de Entretenimiento**

La dimensión de entretenimiento de la Televisión Nacional del Perú busca ofrecer contenido que entretenga y capte la atención de los televidentes, complementando su función informativa y educativa. A través de la emisión de programas de entretenimiento, series, películas y concursos, la televisión pública intenta atraer a una audiencia más amplia y diversa, ofreciendo alternativas de calidad frente a los contenidos de los canales privados y plataformas de streaming (Garcés, 2020). Esta programación busca equilibrar el contenido educativo con el entretenimiento para mantener el interés del público.

La producción de entretenimiento nacional permite también visibilizar y fomentar la cultura peruana, dando espacio a programas que muestran las tradiciones, festividades y música del país. Estos programas no solo entretienen, sino que también cumplen una función social al difundir la riqueza cultural de Perú y fomentar el orgullo por las expresiones culturales locales (Chavéz, 2019). Al incluir en su programación concursos y shows que resaltan el talento nacional, la televisión pública contribuye a la formación de una identidad colectiva que valora y celebra lo peruano.

Sin embargo, competir en el mercado del entretenimiento es un desafío constante para la televisión nacional, especialmente en un contexto donde las audiencias están cada vez más fragmentadas y prefieren contenidos personalizados a través de plataformas digitales. Canales (2015) argumenta que, para mantener su relevancia, la televisión pública debe innovar en su oferta de entretenimiento, integrando formatos modernos y tecnologías interactivas que mejoren la experiencia del espectador y lo fidelicen a la programación nacional.

#### **1.1.4 Medios de comunicación y confianza política en América Latina y Perú**

Los medios de comunicación sin duda alguna generan gran controversia, más aún, cuándo los medios están al servicio de ciertos intereses de carácter político, económico hasta ideológico, que han generado en la opinión pública gran desconfianza, la revista internacional de sociología Labarca et al. (2022), revela que, en 10 países de Latinoamérica, la exposición a noticias por redes sociales se relaciona negativamente con la confianza institucional, mientras que los medios tradicionales la fomentan. La investigación destaca que la polarización y la falta de libertad de prensa intensifican el impacto negativo de las redes sociales.

### **Hallazgos Clave del Estudio (2017-2020):**

- **Redes Sociales y Desconfianza:** La información consumida en redes sociales tiende a disminuir la confianza en el gobierno y el Estado, reflejando un ambiente de mayor escrutinio o críticas en plataformas digitales.
- **Medios Tradicionales:** El consumo de noticias a través de medios tradicionales (prensa, TV, radio) muestra un efecto positivo, funcionando más como un elemento cohesionador o de legitimación de la confianza política.
- **Influencia del Contexto (Nivel Macro):** La relación entre noticias y confianza no es uniforme. A mayor polarización política y libertad de prensa en un país, la relación negativa entre redes sociales y desconfianza se acentúa, sugiriendo un rol de "caja de resonancia" de las redes en entornos polarizados.
- **Metodología:** Se utilizó la Encuesta Mundial de Valores (2017-2020), con un tamaño de muestra de 11,769, y datos del proyecto V-Dem para analizar la libertad de prensa y polarización.

Este análisis subraya la necesidad de diferenciar entre el tipo de medio de comunicación y considerar las características específicas del ecosistema mediático de cada país al estudiar la confianza política en la región.

Los resultados estadísticos revelan que el consumo de noticias en redes sociales tiene una relación negativa y estadísticamente significativa con la confianza en las instituciones gubernamentales, con un coeficiente de -0.02 y un p-valor  $< 0.05$ , lo que indica una asociación significativa. Además, se encontró una interacción negativa entre el uso de plataformas sociales y el índice de polarización ( $p < 0.01$ ), mostrando que, en contextos de mayor polarización, esta

relación negativa se intensifica. En contraste, el uso de medios tradicionales se asocia positivamente con la confianza política, con coeficientes significativos en todos los modelos, destacando un  $p\text{-valor} < 0.001$ . Estos hallazgos destacan la importancia del contexto mediático en la confianza hacia los gobiernos y las instituciones estatales, confirmando que la relación entre consumo de noticias y confianza varía significativamente según el tipo de medio y las condiciones sociopolíticas del país.

Soengas-Pérez et al (2023), en la investigación sobre la credibilidad de los informativos de la televisión pública en España. Este enfoque permitió llegar a la conclusión de que las referencias teóricas sobre la credibilidad y el pluralismo revelan la falta de consenso en definir parámetros universales para evaluar estos conceptos debido a su subjetividad inherente. Los valores asociados a la credibilidad no son objetivamente verificables por la audiencia, complicando su análisis. El pluralismo, determinante en la credibilidad, implica factores cuantitativos y cualitativos que afectan el tratamiento de las noticias, a menudo desvinculados del enfoque formal. Aunque comúnmente asociado con temas políticos, el pluralismo impacta todos los sectores sociales, y su comprensión adecuada requiere distinguir entre sus aspectos cuantitativos y cualitativos. Los expertos subrayan que la credibilidad es un atributo multidimensional influenciado por factores como la confianza y la transparencia, destacando su naturaleza temporal y variable, lo que complica su evaluación y mantenimiento.

### **1.1.5 Confianza en el gobierno peruano**

La confianza en el gobierno peruano es un factor clave para el desarrollo democrático y la estabilidad social en el país. La confianza en las instituciones estatales se refiere a la percepción que los ciudadanos tienen sobre la honestidad, eficiencia y efectividad de los organismos públicos en la gestión de los asuntos del país. En el contexto peruano, esta confianza ha sido históricamente

baja debido a la corrupción, la ineficiencia administrativa y la percepción de falta de representatividad de los actores políticos (Carrillo 2017). Según el informe de AmericasBarometer (2022), Perú se encuentra entre los países de América Latina con los niveles más bajos de confianza en el gobierno, lo que refleja un descontento generalizado hacia las instituciones públicas y una profunda crisis de credibilidad.

Diversos estudios sugieren que la falta de confianza en el gobierno peruano está vinculada con la percepción de corrupción y el manejo inadecuado de recursos públicos. Levitsky y Cameron (2018) argumentan que los escándalos de corrupción recurrentes han debilitado la confianza en el sistema político peruano, afectando la legitimidad de sus instituciones. Esta desconfianza se manifiesta en el rechazo hacia las políticas públicas y en la baja participación ciudadana en los procesos democráticos. La corrupción no solo reduce la eficacia gubernamental, sino que también erosiona el contrato social entre los ciudadanos y el Estado, creando un círculo vicioso que perpetúa la desconfianza.

El impacto de la desconfianza en el gobierno no se limita a los aspectos políticos; también afecta la economía y la cohesión social. Cuando los ciudadanos no confían en las instituciones, son menos propensos a cumplir con obligaciones como el pago de impuestos y más inclinados a participar en la economía informal, lo cual debilita la capacidad del gobierno para financiar servicios públicos (Mendoza, 2020). Además, la falta de confianza puede alimentar el descontento social y aumentar el riesgo de conflictos, como se evidenció durante las recientes protestas contra las decisiones del gobierno y la percepción de autoritarismo (Gonzales, 2021). En este sentido, reconstruir la confianza en el gobierno peruano es esencial para fomentar una democracia más sólida y una sociedad más cohesionada.

### **1.1.6 Dimensiones del Estado peruano**

El Estado peruano se caracteriza por una estructura compleja que opera en varias dimensiones fundamentales: política, económica y social. Cada una de estas dimensiones juega un rol crucial en la gobernabilidad y el desarrollo del país, influenciando de manera directa la percepción de los ciudadanos sobre la eficacia y legitimidad de las instituciones públicas.

#### **a.- Dimensión política**

La dimensión política del Estado peruano se refiere a la forma en que se organizan y operan las instituciones gubernamentales para ejercer el poder y tomar decisiones que afectan a la ciudadanía. En Perú, el sistema político ha enfrentado desafíos significativos, como la inestabilidad institucional y los altos niveles de corrupción, que han erosionado la confianza en el gobierno (Levitsky & Cameron, 2018). La estructura política se caracteriza por un sistema presidencialista con poderes divididos entre el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial, aunque en la práctica, estos poderes a menudo se ven envueltos en conflictos y crisis recurrentes.

Esta dimensión también incluye la participación ciudadana y los procesos electorales, que son fundamentales para la legitimidad del gobierno. Sin embargo, la desafección política y la percepción de que las elecciones no siempre reflejan la voluntad popular son problemas persistentes que afectan la democracia peruana (Carrillo, 2017). Las reformas políticas y el fortalecimiento de las instituciones son necesarios para mejorar la gobernabilidad y aumentar la confianza pública en el sistema político.

#### **b.- Dimensión económica**

La dimensión económica del Estado peruano se enfoca en la manera en que el gobierno gestiona la economía, incluyendo la política fiscal, la regulación del mercado y la distribución de

recursos. En las últimas décadas, Perú ha experimentado un crecimiento económico notable, impulsado por políticas de libre mercado y la explotación de recursos naturales. Sin embargo, este crecimiento no ha sido equitativo y ha exacerbado las desigualdades, dejando a gran parte de la población fuera de los beneficios económicos (Mendoza, 2020).

El Estado juega un rol crucial en la regulación de la economía y en la creación de políticas para fomentar el empleo, la inversión y el desarrollo sostenible. A pesar de los logros macroeconómicos, la informalidad laboral y la evasión fiscal son problemas persistentes que limitan la capacidad del Estado para financiar servicios públicos de calidad (González, 2021). Para enfrentar estos desafíos, se requiere una política económica más inclusiva que promueva el crecimiento equitativo y fortalezca la capacidad del Estado para redistribuir los beneficios económicos de manera más justa.

### **c.- Dimensión social**

La dimensión social del Estado peruano se centra en la provisión de servicios públicos básicos, como la educación, la salud y la seguridad social, así como en la promoción de la cohesión social y la reducción de la pobreza. El acceso desigual a estos servicios es uno de los principales desafíos sociales en Perú, reflejando disparidades significativas entre las áreas urbanas y rurales, y entre diferentes grupos socioeconómicos (Ñaupas, 2013).

El Estado tiene la responsabilidad de garantizar que todos los ciudadanos tengan acceso a servicios de calidad que promuevan su bienestar y desarrollo. Sin embargo, la falta de inversión, la corrupción y la ineficiencia en la gestión pública han limitado la capacidad del Estado para cumplir con este objetivo (Mendoza, 2020). Las políticas sociales efectivas deben enfocarse en la

inclusión y la igualdad de oportunidades, asegurando que los recursos lleguen a los sectores más vulnerables de la población.

### **1.1.7 Relación entre medios de comunicación y el gobierno**

La conexión entre el gobierno y los medios de comunicación es complicada, tensa y esencialmente democrática, marcada por un intercambio de supervisión y colaboración. Mientras que los gobiernos intentan promover su gestión y crear narrativas políticas, los medios funcionan como supervisores del poder, asegurando la transparencia y la responsabilidad. Los aspectos fundamentales por los cuales se establece esta relación son:

**Supervisión vs Narración:** El periodismo persigue la veracidad y fiscaliza, mientras que los gobiernos a menudo elaboran narrativas emocionales o propagandísticas.

**Poder e Influencia:** Los gobiernos pueden afectar a los medios a través de publicidad estatal, entrega de licencias o presión directa, buscando convertir a los medios en portavoces.

**Libertad de Prensa:** Una prensa independiente y libre es crucial para el debate público y la democracia, evitando que los gobiernos controlen la información.

**Redes Sociales y Eliminación de Intermediarios:** Hoy en día, los gobiernos utilizan plataformas sociales para comunicarse directamente con los ciudadanos, eludiendo el trato periodístico.

- **Cooptación de los medios:** Existe la posibilidad de que el financiamiento publicitario gubernamental u otros métodos ocultos alineen a los medios con el poder, restringiendo la libertad de prensa.

En conclusión, la relación óptima debería ser de contrapeso efectivo para la democracia, pero a menudo se transforma en una disputa por controlar la agenda pública y la opinión de los ciudadanos.

### **1.1.8 Confianza y credibilidad de los medios de comunicación y gobierno**

La confianza y credibilidad en los medios de comunicación, atraviesan, por un periodo de desconfianza generalizada por parte de la población, por el rol que cumple hoy en día, en la polarización de la información, la falta de objetividad debido a que los propietarios de estos medios están al servicio de interés ajenos a la democracia y responsabilidad social en todos los campos de la vida social.

Mayta Huiza et al. (2023), analiza la confianza en el Estado en el cumplimiento tributario, los resultados muestran que la confianza en el Estado actúa como una variable mediadora entre la cultura tributaria y el cumplimiento de los deberes tributarios. Los coeficientes estandarizados en la investigación  $\beta$ , indican que la confianza en el Estado explica en un 36.80% la relación entre los factores de cultura tributaria y el cumplimiento de deberes tributarios, aunque la fuerza de relación es mínima (0.011). El estudio concluye que, aunque la confianza en el Estado tiene un impacto positivo y significativo en el cumplimiento tributario, este impacto es limitado, y las acciones negativas de los funcionarios públicos generan desconfianza que desmotiva el cumplimiento de los deberes tributarios entre la población.

Quisocala (2019), en la investigación sobre la *credibilidad de los medios de comunicación masiva durante el proceso de producción noticiosa en Arequipa*, los resultados revelaron que un 81,5% de la población arequipeña mantiene una actitud neutra hacia la credibilidad de los medios de comunicación, mientras que solo un 2% tiene una actitud favorable. Este escepticismo se

atribuye a la percepción de imprecisión en los datos, el manejo inadecuado de las fuentes y la falta de pluralidad informativa, concluyendo que factores como la imparcialidad y la transparencia son esenciales para mejorar la percepción de credibilidad de los medios locales.

Sin duda alguna uno de los mayores problemas que tienen los gobiernos de turno, para la pérdida de credibilidad es el factor de la corrupción en todos los niveles, sumado a esto el hacer d ellos medios de comunicación para poder legitimarse, es ahí donde los medios pierden legitimidad ante la sociedad, Palomino (2016) en el estudio sobre *La credibilidad de los medios de comunicación local en la sociedad ayacuchana*, los resultados revelaron que el nivel de credibilidad de los medios locales es percibido como bajo por la población de Ayacucho, destacándose que la desconfianza en los medios se asocia a la percepción de sesgo, la falta de independencia de los periodistas y la vinculación económica de los medios con autoridades o grupos de poder. El trabajo concluye que la credibilidad de los medios locales es un valor multidimensional influenciado por la transparencia, la independencia periodística y el tratamiento objetivo de la información, destacando la importancia de los medios alternativos para la población que no confía en los medios tradicionales.

Estos estudios sin duda alguna son indicadores sobre los niveles de confianza en el gobierno en varios países latinoamericanos, incluido Perú. Los hallazgos indican que Perú presenta uno de los índices más bajos de confianza en sus instituciones públicas, influenciado por la percepción de corrupción y la falta de rendición de cuentas de los líderes políticos. Este estudio destaca la problemática de la confianza en el Estado peruano y la percepción negativa de la gestión pública, como también de los medios de comunicación, que de alguna manera legitiman a estos gobiernos improvisados y que están ajenos a los interés y necesidades de la de la población.

## 1.2 Marco conceptual

### **Credibilidad en los medios**

Se refiere a la percepción pública sobre la veracidad y confiabilidad de la información transmitida por los medios de comunicación, incluyendo la objetividad y la imparcialidad de las noticias.

### **Confianza en el gobierno**

Es la percepción de los ciudadanos sobre la capacidad y honestidad de las instituciones públicas para gestionar los asuntos del país de manera eficiente y justa.

### **Televisión nacional**

Medio de comunicación estatal encargado de difundir contenidos informativos, educativos y culturales, orientado a promover la identidad y diversidad del país.

### **Corrupción**

Prácticas deshonestas o fraudulentas llevadas a cabo por personas en el poder, que afectan la eficiencia y legitimidad de las instituciones gubernamentales.

### **Agenda-setting**

Teoría de la comunicación que sostiene que los medios influyen en la importancia que el público le otorga a los temas al determinar qué noticias se cubren y cómo se presentan.

### **Esfera pública**

Concepto sociológico que describe un espacio donde los ciudadanos se reúnen para debatir y formar opiniones sobre asuntos de interés común, influenciado por los medios de comunicación.

**Desinformación**

Difusión deliberada de información falsa o engañosa a través de medios de comunicación, que puede erosionar la confianza pública en la veracidad de las noticias.

**Transparencia**

Cualidad de las instituciones y los procesos públicos de ser abiertos y accesibles a la ciudadanía, permitiendo la supervisión y la rendición de cuentas.

**Imparcialidad**

Característica esencial de los medios y del Estado que implica la ausencia de sesgo en la presentación de información y la toma de decisiones.

**Polarización política**

Proceso por el cual las opiniones públicas se dividen en extremos opuestos, afectando la cohesión social y la percepción de los medios y el gobierno.

**Economía informal**

Sector de la economía que opera fuera de la regulación estatal, a menudo como resultado de la desconfianza en las instituciones y la falta de oportunidades formales.

**Cohesión social**

Grado de unión y solidaridad dentro de una sociedad, influenciado por la percepción de justicia, igualdad y eficiencia de las instituciones estatales.

**Gobernanza**

Conjunto de prácticas y procesos que definen cómo se ejerce el poder en la gestión pública, incluyendo la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana.

**Manipulación mediática**

Estrategias utilizadas por los medios de comunicación para influir en la opinión pública mediante la selección y presentación de la información de manera parcial o sesgada.

**Educación cívica**

Proceso educativo que busca formar ciudadanos informados y críticos, capaces de evaluar la información que reciben de los medios y participar activamente en la vida pública.

## Capítulo II

### 2. Materiales y métodos

#### 2.1. Planteamiento del problema

A nivel internacional, la credibilidad de los medios de comunicación, y en particular de la televisión, ha sido objeto de intensos estudios y debates. Investigaciones realizadas en diversos países han mostrado una tendencia general hacia la disminución de la confianza en los medios televisivos tradicionales. Por ejemplo, el Informe de Edelman Trust Barometer (2023) señala que globalmente, solo un 49% de los encuestados considera que los medios de comunicación son una fuente confiable de información, una cifra que ha decrecido progresivamente en la última década. Este escepticismo es particularmente marcado entre los jóvenes, quienes tienden a confiar más en las plataformas digitales y las redes sociales para su consumo de noticias.

Según estos estudios la credibilidad de la televisión nacional y la confianza en el gobierno presentan índices alarmantes y escasa conexión. En América Latina, el 42% confía en los medios frente a solo el 35% que confía en sus gobiernos. En Perú, la TV pública, como TV Perú Noticias, conserva una confianza (53%) pero enfrenta desconfianza generalizada hacia el Ejecutivo y el Congreso (cuyas aprobaciones rozan mínimos históricos, cercanos al 10%).

La TV nacional según la percepción de la población es vista como un espacio oficialista, en tiempos de crisis como la que vivimos la población recurre a medios de comunicación tradicionales como la radio y la televisión, para poder informarse del acontecer político, social, con la esperanza de ser informados con veracidad y ética periodística, pero lo que ocurre es lo contrario, hay desinformación e interés informativos con los grupos de poder.

La falta de confianza en el gobierno, que incluye a la clase política, ha desencadenado una crisis de legitimidad, con la desaprobación del gobierno central alcanzando niveles mínimos históricos (en ocasiones, llegando a un 10%). Como resultado, los medios a menudo sufren pérdida de credibilidad al ser vistos como parte del sistema o por el discurso de líderes que los catalogan como "corruptos".

Una desvinculación de confianza entre los medios y el gobierno, o entre ambos y la ciudadanía, erosiona la democracia. La crisis de credibilidad se intensifica debido a la polarización, la desinformación y el impacto de las redes sociales en este contexto.

La confianza en la televisión puede estar más relacionada con medios públicos o aquellos con una larga trayectoria, mientras que la desconfianza hacia el gobierno se basa en la falta de resultados, la percepción de corrupción y la inestabilidad política.

Países como Estados Unidos y el Reino Unido han visto cómo la polarización política y los escándalos relacionados con la desinformación han exacerbado la desconfianza en los medios televisivos. En Latinoamérica, la situación es similar, con estudios en naciones como Brasil y México que destacan una creciente preocupación por el sesgo y la manipulación en la cobertura de noticias televisivas (Centro para el Estudio de la Comunicación y la Sociedad, 2024).

Este panorama global subraya la relevancia de nuestra investigación, ya que los patrones observados internacionalmente pueden ofrecer valiosas reflexiones sobre las dinámicas locales en Ayacucho, y a su vez, permiten contextualizar los resultados dentro de un marco más amplio de tendencias globales en la percepción de la credibilidad mediática. La comprensión de estos patrones es crucial para desarrollar estrategias efectivas que promuevan una relación más saludable y crítica entre los jóvenes y los medios de comunicación en un contexto globalizado.

En el ámbito nacional, la credibilidad de la televisión ha sido objeto de debate constante. En años recientes, con el auge de las plataformas digitales y la diversificación de las fuentes de información, la televisión ha enfrentado desafíos significativos en cuanto a su capacidad para mantener la confianza del público. Según estudios realizados por el Instituto de Estudios de Medios y Sociedad (IEMS), se ha observado una tendencia decreciente en la percepción de credibilidad de la televisión, especialmente entre las audiencias más jóvenes. Esta disminución se atribuye a diversos factores, incluyendo la percepción de sesgo en la cobertura de noticias y la superficialidad en el tratamiento de temas complejos (IEMS, 2022). Específicamente en Ayacucho, la situación no es ajena a esta realidad nacional. Los jóvenes del distrito de Ayacucho, ubicada en esta región, alberga población consumidora de la televisión nacional como es natural, pero también con un escepticismo creciente. Informes locales han indicado que los jóvenes muestran una reserva particular hacia la información transmitida por los canales nacionales, cuestionando su veracidad y relevancia (Departamento de Estudios Sociales de Ayacucho, 2023).

## **2.2 Formulación del problema**

### **2.2.1 Problema general**

¿Cuál es la relación entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho en el año 2024?

### **2.2.2 Problemas específicos**

- a) ¿Cuál es el nivel de credibilidad en la televisión nacional percibido por los jóvenes del distrito de Ayacucho?
- b) ¿Cuál es el nivel de confianza en el gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho?

- c) ¿Existe una relación significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno nacional en dicha población?

## **2.3 Objetivos de la investigación**

### **2.3.1 Objetivo general**

Correlacionar la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho durante el año 2024.

### **2.3.2 Objetivos específicos**

- a) Medir el nivel de credibilidad en la televisión nacional percibido por los jóvenes del distrito de Ayacucho.
- b) Medir el nivel de confianza en el gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho.
- c) Analizar la relación estadística entre ambas variables mediante técnicas de correlación no paramétrica.

## **2.4 Hipótesis**

### **2.4.1 General**

Existe una relación significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho.

### **2.4.2 Específicos**

Existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo político del gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho.

Existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo económico del gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho.

Existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo social del gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho.

## 2.5 Variables e indicadores

**Tabla 1.**

*Operacionalización de variables*

| Variable                                      | Definición conceptual                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Definición operacional                                                                                                                                   | Dimensiones             | Indicadores (extraídos de los ítems del cuestionario)                                                                                                                                                                                 | Ítems del cuestionario | Escala de medición       |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|
| <b>Credibilidad en la televisión nacional</b> | La credibilidad mediática se refiere al grado en que las audiencias perciben la información de los medios como veraz, imparcial y confiable (Gaziano y McGrath, 1986). En la televisión, este concepto implica la confianza del público en los contenidos informativos, educativos y de entretenimiento difundidos por los canales de señal nacional (Rodrigo-Alsina, 2001). | Grado de acuerdo expresado por los jóvenes ante afirmaciones relacionadas con la objetividad, diversidad, ética y calidad de los contenidos televisivos. | 1. Informativa          | - Objetividad y ausencia de sesgos en las noticias.<br>- Veracidad de la información transmitida.<br>- Diversidad de perspectivas en los programas informativos.<br>- Imparcialidad política en la cobertura de noticias.             | 1, 2, 3, 4             | Escala de Likert (1 a 5) |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                          | 2. Educativa y cultural | - Contribución de los programas educativos al aprendizaje.<br>- Promoción de la cultura peruana en la programación.<br>- Calidad y representatividad de los contenidos culturales.<br>- Fomento del respeto a la diversidad cultural. | 5, 6, 7, 8             |                          |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                          | 3. Entretenimiento      | - Calidad y originalidad del contenido de entretenimiento.<br>- Ausencia de sensacionalismo en los programas.<br>- Inclusión y reflejo de valores sociales.<br>- Respeto de normas éticas en la producción de contenidos.             | 9, 10, 11, 12          |                          |

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                             |              |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                    |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>Confianza en el gobierno nacional</b> | La confianza institucional es la expectativa positiva de los ciudadanos sobre la competencia, integridad y transparencia del gobierno en la gestión pública (Easton, 1975; Norris, 2011). Implica la percepción de legitimidad y honestidad en el ejercicio del poder político. | Se medirá a partir del grado de acuerdo expresado por los jóvenes frente a afirmaciones sobre la transparencia, eficiencia, equidad y respeto a los derechos ciudadanos en la gestión del gobierno nacional | 1. Política  | - Bienestar ciudadano como fin de las decisiones políticas.<br>- Transparencia en la gestión institucional.<br>- Respeto a normas democráticas.<br>- Justicia y equidad en las decisiones gubernamentales.<br>- Confianza en la transparencia de los procesos electorales. | 1, 2, 3, 4, 5      |
|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                             | 2. Económica | - Administración eficiente de los recursos públicos.<br>- Políticas para reducir la desigualdad económica.<br>- Promoción del empleo formal.<br>- Integridad en la gestión del presupuesto nacional.<br>- Percepción de mejora en la calidad de vida.                      | 6, 7, 8, 9, 10     |
|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                             | 3. Social    | - Acceso equitativo a servicios públicos (educación y salud).<br>- Promoción de la cohesión social.<br>- Atención a sectores vulnerables.<br>- Eficiencia en programas de bienestar social.<br>- Respeto de los derechos humanos en políticas sociales.                    | 11, 12, 13, 14, 15 |

## **2.6 Diseño metodológico de la investigación**

### **2.6.1 Tipo de estudio**

La presente investigación es de tipo básica porque busca ampliar un conocimiento teórico y comprender un fenómeno, con enfoque cuantitativo. Se busca determinar el grado de relación existente entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho. De acuerdo con Hernández Sampieri (2025), un estudio correlacional permite analizar la asociación entre variables sin manipularlas, lo cual resulta apropiado para identificar patrones de vínculo entre percepciones mediáticas y actitudes políticas. En la misma línea, Babbie (2016) sostiene que estos estudios constituyen un paso previo a las investigaciones explicativas, ya que posibilitan describir cómo se comportan conjuntamente dos fenómenos. Por tanto, el presente estudio se ubica dentro del enfoque no experimental de alcance correlacional, al observar las variables en su contexto natural sin intervención del investigador.

### **2.6.2 Nivel de investigación**

La investigación corresponde a un nivel correlacional, cuyo propósito es identificar y analizar la relación existente entre dos o más variables sin intervención directa sobre ellas. Hernández-Sampieri y Baptista (2018) define este tipo de investigación como aquella que busca determinar la existencia de una relación entre las variables involucradas. El enfoque correlacional se enfoca en examinar la magnitud y dirección de estas relaciones sin intentar establecer causalidad, lo que permite al investigador explorar conexiones relevantes entre las variables sin manipularlas.

### **2.6.3 Enfoque de investigación**

Este proyecto siguió un enfoque cuantitativo, caracterizado por la recolección de datos expresados en cifras o valores numéricos. A pesar de que algunas variables podrían ser inicialmente cualitativas, se transforman en cuantitativas a través de un cuestionario, cuyo diseño y validación permiten la cuantificación de los datos recogidos. Hernández-Sampieri (2018) destaca que en la investigación cuantitativa se utilizan instrumentos como encuestas y cuestionarios para obtener información numérica, la cual es luego analizada mediante técnicas estadísticas para identificar patrones y relaciones significativas en la muestra estudiada.

### **2.6.4 Diseño de investigación**

El presente estudio se enmarca en un diseño no experimental, de tipo transversal y alcance correlacional, dentro del enfoque cuantitativo. En los diseños no experimentales, el investigador observa los fenómenos tal como se presentan, sin manipular las variables, para analizar sus relaciones en su contexto natural (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

La investigación es transversal, ya que los datos se recolectaron en un solo momento temporal, con el propósito de identificar la relación existente entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno en jóvenes del distrito de Ayacucho. Según Creswell (2014), este tipo de estudios permite obtener una visión descriptiva y relacional de los fenómenos en un punto determinado del tiempo.

Por su alcance correlacional, el diseño permitió medir el grado de asociación entre las variables, sin establecer relaciones causales. Este enfoque resultó pertinente para cumplir los objetivos del estudio, garantizando coherencia entre la naturaleza del problema, el método y las técnicas empleadas.

## 2.7 Población y muestra

La población y la muestra son elementos clave en el diseño de la investigación. Según Creswell (2014), la población incluye a todos los individuos, eventos o elementos que comparten características comunes y que son el objetivo principal del estudio. Briones (2016) señala que la población se define como un conjunto de individuos, casos o situaciones con características delimitadas y accesibles, que servirán como base para seleccionar la muestra, asegurando que los criterios establecidos sean representativos del fenómeno a estudiar.

La población del estudio está conformada por jóvenes del distrito de Ayacucho cuyas edades oscilan entre 18 y 30 años. Este rango se fundamenta en criterios psicológicos, sociológicos y normativos. Desde la perspectiva del desarrollo humano, Erikson (2002) denomina a esta etapa “adultez temprana”, comprendida aproximadamente entre los 18 y 35 años, periodo en el cual los individuos consolidan su identidad personal y social. De manera complementaria, Papalia y Martorell (2017) sostienen que, en contextos latinoamericanos, la transición hacia la adultez plena se extiende hasta los 30 años debido a factores educativos y laborales. A nivel legal, la Ley N.º 30947 del Estado peruano establece que la juventud comprende a las personas entre los 15 y 29 años, lo cual respalda conceptualmente el límite superior adoptado en este estudio. Se optó por iniciar en los 18 años considerando la mayoría de edad legal y la capacidad de brindar consentimiento informado. Por tanto, la delimitación entre 18 y 30 años resulta adecuada tanto desde el punto de vista psicosocial como jurídico, y se ajusta al propósito de analizar percepciones políticas y mediáticas propias de la juventud ayacuchana.

Por lo expuesto, la población para el presente trabajo lo constituye la población total de 18 a 30 años del distrito de Ayacucho en la provincia de Huamanga.

**Tabla 2.** Información sociodemográfica de la muestra.

| Edad                      | Población |         | Total         |
|---------------------------|-----------|---------|---------------|
|                           | Hombres   | Mujeres |               |
| 18-19                     | 1,854     | 1,929   | 3,783         |
| 20-24                     | 4829      | 5221    | 10,050        |
| 25-27                     | 2,631     | 2,791   | 5,422         |
| 28-30                     | 2,521     | 2,772   | 5,293         |
| Población de 18 a 30 años |           |         | <b>24,548</b> |

*Fuente: Censo realizado el año 2017 por el Instituto Nacional de Estadística (INEI)*

### **Muestra**

Se utilizó un método de muestreo probabilístico para poblaciones finitas con el fin de establecer el tamaño de la muestra, donde la población total (N) fue de 24,548. Esto se llevó a cabo con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5.0%, se puede expresar de la siguiente manera:

$$n = 1 + \frac{z^2 \times p \times (1 - p)}{E^2}$$

Siendo:

N = es el tamaño de la muestra.

Z es el valor crítico de la distribución normal estándar para el nivel de confianza deseado.

Para un nivel de confianza del 95%, Z es aproximadamente 1.96.

P es la estimación de la proporción de la población que se espera que tenga una característica particular. En este caso, podemos asumir 0.5 para obtener el tamaño máximo de la muestra, ya que esto da el valor más conservador (máxima variabilidad).

E es el margen de error deseado, que es el 5% en términos decimales (0.05).

**Entonces:**

Para calcular el tamaño de muestra, primero estimamos cuántas personas necesitamos encuestar para representar adecuadamente a la población de 24,548 individuos con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Esto implica suponer que la variabilidad de la población es máxima (50%-50%) para ser conservadores. Inicialmente, calculamos un tamaño de muestra preliminar considerando solo el margen de error y el nivel de confianza, que resultó ser 384 personas. Luego, ajustamos este número porque la población no es infinita, lo que reduce ligeramente la muestra necesaria. Al aplicar esta corrección, el tamaño final de la muestra se ajusta a 378 personas, garantizando que sea representativa de toda la población.

Finalmente tenemos la muestra:

**n = 378**

## **2.8 Técnicas e instrumentos**

La presente investigación empleó la técnica de la encuesta como medio principal de recolección de información. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) la encuesta constituye un procedimiento sistemático que permite obtener datos estandarizados sobre actitudes, percepciones y comportamientos en una población determinada, a través de la aplicación de cuestionarios previamente estructurados. Este método resulta idóneo en investigaciones de

enfoque cuantitativo y alcance correlacional, ya que posibilita medir con precisión las variables de estudio y establecer relaciones entre ellas.

El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario estructurado elaborado por el investigador, destinada a recoger información básica de los participantes, seguidamente recoger información a través de los ítems orientados a medir las variables de estudio: credibilidad en la televisión nacional en una encuesta y confianza en el gobierno en la otra encuesta. Cada variable fue operacionalizada en dimensiones e indicadores basados en la revisión teórica, y medida mediante ítems tipo escala de Likert con cinco alternativas de respuesta: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

## **2.9 Validación y confiabilidad**

La validez y la confiabilidad del instrumento aplicado son aspectos fundamentales para garantizar la calidad metodológica del presente estudio. En primer lugar, la validez se refiere al grado en que un instrumento mide efectivamente el constructo que se propone evaluar. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), la validez de contenido puede asegurarse mediante la revisión de expertos, quienes analizan la pertinencia, claridad y coherencia de los ítems en relación con las dimensiones teóricas de las variables.

Posteriormente, se llevó a cabo una prueba piloto con una muestra de 30 jóvenes del mismo rango etario que la muestra principal, pero que no formaron parte de ella. Los datos obtenidos fueron procesados en el software estadístico SPSS versión 26, a fin de calcular el coeficiente alfa de Cronbach como medida de confiabilidad interna.

Los resultados fueron altamente satisfactorios:

Para el cuestionario de credibilidad en la televisión nacional (12 ítems), se obtuvo un alfa de Cronbach de 0.89, lo que indica una consistencia interna alta. Los valores individuales de correlación corregida por ítem oscilaron entre 0.68 y 0.82, lo que demuestra que todos los ítems contribuyen de manera significativa a la escala general.

Para el cuestionario de confianza en el gobierno (15 ítems), el alfa de Cronbach fue de 0.91, lo que representa una excelente confiabilidad. En este caso, las correlaciones corregidas por ítem se ubicaron entre 0.76 y 0.84, reforzando la solidez del instrumento.

Ambos valores superan el umbral mínimo de 0.70 propuesto por Nunnally y Bernstein, (1994), criterio ampliamente aceptado en la literatura científica para considerar que un instrumento es confiable para su aplicación en investigaciones sociales. Además, estos resultados coinciden con estudios actuales que reafirman la utilidad del alfa de Cronbach como indicador robusto de consistencia interna (Tavakol y Dennick, 2011).

## **2.10 Método de análisis de datos**

Para el análisis de los datos, se aplicaron herramientas y técnicas estadísticas que incluyeron el cálculo de medidas de tendencia central y dispersión, junto con estadísticos que permitieron evaluar la efectividad del plan de intervención. Para facilitar el procesamiento, análisis e interpretación de los datos, se utilizó el software estadístico SPSS versión 26.

La contrastación de hipótesis se efectuó formulando una hipótesis nula ( $H_0$ ) y una hipótesis alternativa ( $H_1$ ). Inicialmente, se aplicó una prueba de normalidad para decidir entre un coeficiente de correlación paramétrico o no paramétrico. En este caso particular, se empleó el coeficiente de Spearman, correspondiente a métodos no paramétricos.

### Capítulo III

## 3. Presentación y análisis de datos

### 3.1 Análisis descriptivo

#### 3.1.1 Variable “Credibilidad en la televisión nacional”

**Tabla 3.** Los noticieros de la televisión nacional presentan la información de manera objetiva y sin sesgos.

| Los noticieros de la televisión nacional<br>presentan la información de manera<br>objetiva y sin sesgos | Frecuencias | % del<br>Total | %<br>Acumulado |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------|----------------|
| Totalmente en desacuerdo                                                                                | 100         | 26.5 %         | 26.5 %         |
| Desacuerdo                                                                                              | 82          | 21.7 %         | 48.1 %         |
| Neutral                                                                                                 | 85          | 22.5 %         | 70.6 %         |
| De acuerdo                                                                                              | 91          | 24.1 %         | 94.7 %         |
| Totalmente de acuerdo                                                                                   | 20          | 5.3 %          | 100.0 %        |

La tabla 3 muestra que las percepciones sobre la objetividad de los noticieros de la televisión nacional están divididas, pero con una marcada tendencia hacia el escepticismo. Un porcentaje significativo de los encuestados, representado por el 48.2%, expresa desacuerdo o total desacuerdo con la afirmación de que los noticieros presentan la información de manera objetiva y sin sesgos. Este dato sugiere que casi la mitad de los participantes no confía en la imparcialidad de estos medios.

Por otro lado, un grupo más reducido, correspondiente al 24.1%, señala estar de acuerdo, mientras que solo el 5.3% manifiesta total acuerdo, indicando que la confianza plena en la objetividad es limitada entre los encuestados. El porcentaje de respuestas neutrales, que asciende al 22.5%, podría reflejar indecisión o una percepción ambivalente sobre la imparcialidad de los noticieros.

**Tabla 4.** Confío en la veracidad de las noticias transmitidas por los canales de televisión nacional.

| <b>Confío en la veracidad de las noticias transmitidas por los canales de televisión nacional.</b> | <b>Frecuencias</b> | <b>% del Total</b> | <b>% Acumulado</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Totalmente en desacuerdo                                                                           | 82                 | 21.7 %             | 21.7 %             |
| Desacuerdo                                                                                         | 100                | 26.5 %             | 48.1 %             |
| Neutral                                                                                            | 82                 | 21.7 %             | 69.8 %             |
| De acuerdo                                                                                         | 87                 | 23.0 %             | 92.9 %             |
| Totalmente de acuerdo                                                                              | 27                 | 7.1 %              | 100.0 %            |

La tabla 4 evidencia una percepción predominantemente crítica hacia la veracidad de las noticias transmitidas por los canales de televisión nacional. En conjunto, el 48.2% de los encuestados declara estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que sugiere una falta de confianza generalizada en la exactitud de la información proporcionada por estos medios.

Un 23% de los participantes expresa estar de acuerdo, mientras que solo el 7.1% muestra total confianza en la veracidad de las noticias, lo que representa una fracción considerablemente menor. Por su parte, el 21.7% de respuestas neutrales indica que una parte de los encuestados no tiene una posición clara o definida sobre este aspecto.

**Tabla 5.** Los programas educativos de la televisión nacional contribuyen al aprendizaje de temas relevantes para la sociedad.

| <b>Los programas educativos de la televisión nacional contribuyen al aprendizaje de temas relevantes para la sociedad.</b> | <b>Frecuencias</b> | <b>% del Total</b> | <b>% Acumulado</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Totalmente en desacuerdo                                                                                                   | 95                 | 25.1 %             | 25.1 %             |
| Desacuerdo                                                                                                                 | 88                 | 23.3 %             | 48.4 %             |
| Neutral                                                                                                                    | 95                 | 25.1 %             | 73.5 %             |
| De acuerdo                                                                                                                 | 79                 | 20.9 %             | 94.4 %             |

**Tabla 5.** Los programas educativos de la televisión nacional contribuyen al aprendizaje de temas relevantes para la sociedad.

| <b>Los programas educativos de la televisión nacional contribuyen al aprendizaje de temas relevantes para la sociedad.</b> | <b>Frecuencias</b> | <b>% del Total</b> | <b>% Acumulado</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Totalmente de acuerdo                                                                                                      | 21                 | 5.6 %              | 100.0 %            |

La tabla 5 muestra que un 25.1% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con que los programas educativos de la televisión nacional contribuyen al aprendizaje de temas relevantes, mientras que un 23.3% expresa desacuerdo, reflejando una percepción mayoritaria crítica hacia estos contenidos. Por su parte, un 25.1% mantiene una postura neutral, y un 20.9% está de acuerdo, dejando solo un 5.6% que muestra total acuerdo con esta afirmación.

**Tabla 6.** Los programas de entretenimiento en la televisión nacional presentan contenido original y de calidad.

| <b>Los programas de entretenimiento en la televisión nacional presentan contenido original y de calidad.</b> | <b>Frecuencias</b> | <b>% del Total</b> | <b>% Acumulado</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Totalmente en desacuerdo                                                                                     | 72                 | 19.0 %             | 19.0 %             |
| Desacuerdo                                                                                                   | 77                 | 20.4 %             | 39.4 %             |
| Neutral                                                                                                      | 106                | 28.0 %             | 67.5 %             |
| De acuerdo                                                                                                   | 101                | 26.7 %             | 94.2 %             |
| Totalmente de acuerdo                                                                                        | 22                 | 5.8 %              | 100.0 %            |

La tabla 6 revela que un 19.0% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con que los programas de entretenimiento en la televisión nacional presentan contenido original y de calidad, mientras que un 20.4% expresa desacuerdo. Por otro lado, un 28.0% mantiene una postura neutral, y un 26.7% está de acuerdo, con solo un 5.8% que muestra total acuerdo con esta afirmación.

### 3.1.2 Variable “Confianza en el gobierno”

**Tabla 7.** Confío en que las decisiones políticas del gobierno son tomadas pensando en el bienestar ciudadano.

| <b>Confío en que las decisiones políticas del gobierno son tomadas pensando en el bienestar ciudadano</b> | <b>Frecuencias</b> | <b>% del Total</b> | <b>% Acumulado</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 0                                                                                                         | 1                  | 0.3 %              | 0.3 %              |
| Totalmente en desacuerdo                                                                                  | 85                 | 22.5 %             | 22.8 %             |
| Desacuerdo                                                                                                | 82                 | 21.7 %             | 44.4 %             |
| Neutral                                                                                                   | 98                 | 25.9 %             | 70.4 %             |
| De acuerdo                                                                                                | 87                 | 23.0 %             | 93.4 %             |
| Totalmente de acuerdo                                                                                     | 25                 | 6.6 %              | 100.0 %            |

La tabla 7 muestra que un 22.5% de los encuestados está totalmente en desacuerdo y un 21.7% expresa desacuerdo con la afirmación de que las decisiones políticas del gobierno son tomadas pensando en el bienestar ciudadano. Un 25.9% de los participantes adopta una postura neutral, mientras que un 23.0% está de acuerdo y un 6.6% totalmente de acuerdo.

**Tabla 8.** considero que las instituciones políticas del Estado son transparentes en su gestión.

| <b>Considero que las instituciones políticas del Estado son transparentes en su gestión.</b> | <b>Frecuencias</b> | <b>% del Total</b> | <b>% Acumulado</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Totalmente en desacuerdo                                                                     | 91                 | 24.1 %             | 24.1 %             |
| Desacuerdo                                                                                   | 100                | 26.5 %             | 50.5 %             |
| Neutral                                                                                      | 94                 | 24.9 %             | 75.4 %             |
| De acuerdo                                                                                   | 71                 | 18.8 %             | 94.2 %             |
| Totalmente de acuerdo                                                                        | 22                 | 5.8 %              | 100.0 %            |

La tabla 8 indica que un 24.1% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con que las instituciones políticas del Estado son transparentes en su gestión, mientras que un 26.5%

también muestra desacuerdo. Un 24.9% mantiene una postura neutral, y un 18.8% está de acuerdo, dejando solo un 5.8% que manifiesta total acuerdo con esta afirmación.

**Tabla 9.** Confío en que el gobierno administra adecuadamente los recursos públicos.

| <b>Confío en que el gobierno administra adecuadamente los recursos públicos.</b> | <b>Frecuencias</b> | <b>% del Total</b> | <b>% Acumulado</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Totalmente en desacuerdo                                                         | 92                 | 24.3 %             | 24.3 %             |
| Desacuerdo                                                                       | 99                 | 26.2 %             | 50.5 %             |
| Neutral                                                                          | 92                 | 24.3 %             | 74.9 %             |
| De acuerdo                                                                       | 72                 | 19.0 %             | 93.9 %             |
| Totalmente de acuerdo                                                            | 23                 | 6.1 %              | 100.0 %            |

La tabla 9 muestra que un 24.3% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con que el gobierno administra adecuadamente los recursos públicos, mientras que un 26.2% también manifiesta desacuerdo. Un 24.3% se posiciona de manera neutral, y un 19.0% está de acuerdo, quedando un 6.1% que expresa total acuerdo con esta afirmación.

**Tabla 10.** confío en que el gobierno garantiza el acceso equitativo a servicios públicos como la educación y la salud.

| <b>Confío en que el gobierno garantiza el acceso equitativo a servicios públicos como la educación y la salud.</b> | <b>Frecuencias</b> | <b>% del Total</b> | <b>% Acumulado</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Totalmente en desacuerdo                                                                                           | 84                 | 22.2 %             | 22.2 %             |
| Desacuerdo                                                                                                         | 91                 | 24.1 %             | 46.3 %             |
| Neutral                                                                                                            | 97                 | 25.7 %             | 72.0 %             |
| De acuerdo                                                                                                         | 79                 | 20.9 %             | 92.9 %             |
| Totalmente de acuerdo                                                                                              | 27                 | 7.1 %              | 100.0 %            |

La tabla 10 muestra que un 22.2% de los encuestados está totalmente en desacuerdo y un 24.1% manifiesta desacuerdo con que el gobierno garantiza el acceso equitativo a servicios públicos como la educación y la salud. Un 25.7% adopta una postura neutral, mientras que un 20.9% está de acuerdo y un 7.1% totalmente de acuerdo.

**Tabla 11.** creo que el Estado promueve la cohesión social y la reducción de las brechas sociales.

| <b>Creo que el estado promueve la cohesión social y la reducción de las brechas sociales.</b> | <b>Frecuencias</b> | <b>% del Total</b> | <b>% Acumulado</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Totalmente en desacuerdo                                                                      | 82                 | 21.7 %             | 21.7 %             |
| Desacuerdo                                                                                    | 87                 | 23.0 %             | 44.7 %             |
| Neutral                                                                                       | 109                | 28.8 %             | 73.5 %             |
| De acuerdo                                                                                    | 74                 | 19.6 %             | 93.1 %             |
| Totalmente de acuerdo                                                                         | 26                 | 6.9 %              | 100.0 %            |

La tabla 11 indica que un 21.7% de los encuestados está totalmente en desacuerdo y un 23.0% expresa desacuerdo con que el Estado promueve la cohesión social y la reducción de las brechas sociales. Un 28.8% mantiene una postura neutral, mientras que un 19.6% está de acuerdo y un 6.9% muestra total acuerdo.

## **3.2 Análisis e interpretación inferencial de datos**

### **3.2.1 Pasos de la prueba de hipótesis**

El procedimiento utilizado para realizar la prueba de hipótesis fue el siguiente:

#### **Paso 1. Efectuar la prueba de normalidad**

Antes de llevar a cabo las pruebas de hipótesis, se procede a realizar un análisis de normalidad de los datos con el fin de identificar la distribución subyacente presente en este estudio.

**Tabla 12.** Pruebas de normalidad

|                               | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |      | Shapiro-Wilk |     |      |
|-------------------------------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
|                               | Estadístico                     | gl  | Sig. | Estadístico  | gl  | Sig. |
| Credibilidad en la televisión | ,073                            | 378 | ,000 | ,980         | 378 | ,000 |
| Confianza en el gobierno      | ,090                            | 378 | ,000 | ,977         | 378 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

### **Interpretación de la prueba:**

**H0:** Los residuos siguen una distribución Normal.

**Ha:** Los residuos no siguen una distribución Normal.

### **Paso 2: Elección de la prueba estadística**

Dado que los resultados de las pruebas de normalidad (Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk) muestran valores de significancia menores a 0.05 para ambas variables, se rechaza la hipótesis nula (H0), indicando que los datos no siguen una distribución normal. Por lo tanto, para el análisis de correlaciones, se debe optar por una prueba estadística no paramétrica.

La prueba seleccionada es el Rho de Spearman, ya que es adecuada para medir la relación entre variables ordinales o de intervalo/razón cuando no se cumple el supuesto de normalidad.

### **Paso 3: Conclusión**

Se procede a realizar la correlación mediante el Rho de Spearman para determinar la relación entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno. Esta elección asegura que los resultados sean válidos y robustos, considerando la naturaleza de los datos.

Los valores de correlación y significancia estadística obtenidos a través de esta prueba permitirán evaluar la relación entre ambas variables y confirmar o rechazar las hipótesis planteadas.

### 3.2.2 Prueba de hipótesis general

#### Sistema de hipótesis:

**H<sub>0</sub>:** No existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho.

**H<sub>a</sub>:** Existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho.

#### Tratamiento estadístico

**Tabla 13.** Hipótesis general

|                                           |                    | Credibilidad en la<br>televisión nacional | Confianza en el<br>gobierno |
|-------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------|-----------------------------|
| Credibilidad en la<br>televisión nacional | Rho de<br>Spearman | —                                         |                             |
|                                           | gl                 | —                                         |                             |
|                                           | valor p            | —                                         |                             |
| Confianza en el<br>gobierno               | Rho de<br>Spearman | 0.518 ***                                 | —                           |
|                                           | gl                 | 376                                       | —                           |
|                                           | valor p            | < .001                                    | —                           |

Nota. \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

El coeficiente obtenido es de **0.518**, lo cual indica una **correlación positiva moderada** entre ambas variables. Este resultado sugiere que un aumento en la percepción de credibilidad en la televisión está asociado con un incremento en la confianza en el gobierno.

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que existe una relación directa, positiva y significativa entre la **credibilidad en la televisión nacional** y la **confianza en el gobierno** en los jóvenes del distrito de Ayacucho. Este hallazgo destaca la influencia de la percepción de los medios en la formación de confianza hacia las instituciones gubernamentales, lo que tiene implicaciones relevantes tanto para la política como para la comunicación social.

El valor  $p$  es menor a 0.001, lo que confirma que la relación observada es estadísticamente significativa, descartando la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptando la hipótesis alterna ( $H_a$ ).

Este resultado sugiere que la televisión nacional muestra una imagen, y el gobierno una realidad. Esta imagen y realidad no se condicen, puesto que la mayoría de la gente no cree en lo que transmite la televisión nacional, es decir no creen en la imagen que se proyecta, porque la realidad que se percibe es que el gobierno es deficiente en las 3 dimensiones antes señaladas, que se trata estadísticamente como sigue:

### 3.2.3 Pruebas de hipótesis específica 1

#### Sistema de hipótesis

**$H_0$ :** No existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo político del gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho.

**$H_a$ :** Existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo político del gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho.

## Tratamiento estadístico

**Tabla 14.** Hipótesis específica 1

|                                        |                 | Credibilidad en la televisión nacional | Político |
|----------------------------------------|-----------------|----------------------------------------|----------|
| Credibilidad en la televisión nacional | Rho de Spearman | —                                      |          |
|                                        | gl              | —                                      |          |
|                                        | valor p         | —                                      |          |
| Confianza en el manejo político        | Rho de Spearman | 0.357 ***                              | —        |
|                                        | gl              | 376                                    | —        |
|                                        | valor p         | <.001                                  | —        |

Nota. \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

La Tabla 14 muestra los resultados del análisis de correlación entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo político del gobierno, utilizando el coeficiente no paramétrico de Rho de Spearman. El coeficiente obtenido es 0.357, lo que indica una correlación positiva baja a moderada entre ambas variables. Este resultado sugiere que, aunque existe una relación positiva, su intensidad es más débil en comparación con otras dimensiones analizadas.

El valor p asociado al coeficiente es menor a 0.001, lo que confirma que la relación observada es estadísticamente significativa, descartando la hipótesis nula ( $H_0$ ). Con un grado de libertad (gl) de 376, los resultados son robustos y confiables.

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que existe una relación directa, positiva y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo político del gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho. Aunque la correlación es baja a moderada, los resultados evidencian que la percepción de los medios influye en cómo los jóvenes valoran las decisiones políticas del gobierno. Este hallazgo resalta la

importancia de una comunicación mediática creíble como un elemento que puede contribuir, aunque en menor medida, a la percepción de legitimidad política.

### 3.2.4 Pruebas de hipótesis específica 2

#### Sistema de hipótesis

**H0:** No existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo económico del gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho.

**Ha:** Existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo económico del gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho.

#### Tratamiento estadístico

**Tabla 15.** Hipótesis específica 2

|                                           |          | Credibilidad en la<br>televisión nacional | Económico |
|-------------------------------------------|----------|-------------------------------------------|-----------|
| Credibilidad en la<br>televisión nacional | Rho de   | —                                         |           |
|                                           | Spearman | —                                         |           |
|                                           | gl       | —                                         |           |
| Confianza en el manejo<br>económico       | valor p  | —                                         |           |
|                                           | Rho de   | 0.394 ***                                 | —         |
|                                           | Spearman |                                           |           |
|                                           | gl       | 376                                       | —         |
|                                           | valor p  | < .001                                    | —         |

Nota. \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

La Tabla 15 muestra los resultados de la correlación entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo económico del gobierno, analizados mediante el coeficiente

no paramétrico de Rho de Spearman. El coeficiente calculado es 0.394, lo que indica una correlación positiva baja a moderada. Este resultado sugiere que un aumento en la percepción de credibilidad en la televisión nacional está asociado con un incremento en la confianza en la gestión económica del gobierno, aunque de forma limitada.

El valor  $p$  es menor a 0.001, lo que confirma que la relación observada es estadísticamente significativa. Esto permite rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) con un nivel de confianza alto. Con un grado de libertad (gl) de 376, el análisis tiene suficiente robustez estadística para respaldar los hallazgos.

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que existe una relación directa, positiva y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo económico del gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho. Aunque la correlación es baja a moderada, estos resultados evidencian que la percepción de credibilidad en los medios puede influir, en cierta medida, en la valoración de la gestión económica gubernamental. Este hallazgo destaca la importancia de una comunicación mediática confiable como un factor que contribuye a la percepción pública de la gestión económica estatal.

### 3.2.5 Pruebas de hipótesis específica 3

#### Sistema de hipótesis

**$H_0$ :** No existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo social del gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho.

**$H_a$ :** Existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo social del gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho.

## Tratamiento estadístico

**Tabla 16.** Hipótesis específica 3

|                                           |                    | Credibilidad en la televisión<br>nacional | Social |
|-------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------|--------|
| Credibilidad en la televisión<br>nacional | Rho de<br>Spearman | —                                         |        |
|                                           | gl                 | —                                         |        |
|                                           | valor p            | —                                         |        |
| Confianza en el manejo<br>social          | Rho de<br>Spearman | 0.392 ***                                 | —      |
|                                           | gl                 | 376                                       | —      |
|                                           | valor p            | <.001                                     | —      |

Nota. \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

La Tabla 16 presenta los resultados del análisis de correlación entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo social del gobierno, utilizando el coeficiente de Rho de Spearman. El coeficiente calculado es 0.392, lo que representa una correlación positiva baja a moderada entre ambas variables. Este hallazgo sugiere que una mayor percepción de credibilidad en la televisión nacional está asociada con un incremento en la confianza hacia la gestión social del gobierno.

El valor p obtenido es menor a 0.001, lo que confirma la significancia estadística de la correlación y permite rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ). Con un grado de libertad (gl) de 376, los resultados son sólidos y respaldan la validez del análisis.

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que existe una relación directa, positiva y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo social del gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho. Aunque la relación es baja a moderada, los resultados reflejan que la percepción de los medios de

comunicación influye en la valoración de las políticas sociales del gobierno. Este hallazgo subraya la importancia de una comunicación mediática creíble como un recurso clave para mejorar la percepción pública de la gestión social estatal.

### **3.3 Discusión de resultados**

Los resultados obtenidos en esta investigación se alinean parcialmente con estudios internacionales como el de Labarca et al. (2022), que exploraron la relación entre el consumo de medios y la confianza en las instituciones gubernamentales en América Latina. En ese estudio, se identificó que el uso de medios tradicionales, como la televisión, tiene un impacto positivo en la confianza política, mientras que las redes sociales suelen generar un efecto contrario debido a la desinformación y la polarización. Similarmente, en el presente estudio, se encontró que la credibilidad en la televisión nacional tiene una correlación positiva con la confianza en el gobierno. Sin embargo, los niveles de correlación moderada observados aquí ( $Rho$  de Spearman = 0.518) sugieren que el impacto de los medios televisivos en la confianza gubernamental no es tan fuerte como podría esperarse, lo cual podría estar influenciado por el contexto local.

Por otro lado, los hallazgos difieren del trabajo de Soengas Pérez et al. (2023), que subraya la dificultad de mantener la credibilidad y el pluralismo en los informativos de televisión pública debido a la subjetividad inherente del concepto de credibilidad. Aunque este estudio resalta la multidimensionalidad de la credibilidad, los resultados en Ayacucho apuntan a que el escepticismo hacia los medios televisivos se relaciona más con la percepción de imparcialidad y relevancia en el contenido, lo que podría ser menos evidente en contextos internacionales donde los sistemas mediáticos están más institucionalizados.

La Televisión Nacional del Perú ha jugado un rol crucial en la difusión de información y la formación de la opinión pública en el país. Como medio estatal, su misión principal es brindar un servicio público que refleje la diversidad cultural y social de la nación, promoviendo la educación, la cultura y la identidad peruana (Canales, 2015). Sin embargo, la televisión nacional ha enfrentado desafíos significativos relacionados con la percepción de imparcialidad y la independencia editorial, especialmente en contextos políticos. En la presente investigación, se muestra que las percepciones sobre la objetividad de la difusión de información de la televisión nacional están divididas, pero con una marcada tendencia hacia el escepticismo. Un porcentaje significativo de los encuestados, representado por el 48.2%, expresa desacuerdo o total desacuerdo con la afirmación de que los medios presentan la información de manera objetiva y sin sesgos. Este dato sugiere que casi la mitad de los participantes no confía en la imparcialidad de estos medios.

En el ámbito nacional, la investigación coincide con los hallazgos de Quisocala (2019), quien observó un alto nivel de neutralidad o escepticismo hacia los medios de comunicación en Arequipa, atribuido a la falta de imparcialidad y precisión en la cobertura noticiosa. En el presente estudio, las percepciones sobre la credibilidad en la televisión nacional reflejan un panorama similar, con un porcentaje considerable de encuestados mostrando desacuerdo o neutralidad frente a la objetividad de los contenidos televisivos. Estos resultados refuerzan la idea de que la credibilidad de los medios en el Perú está condicionada por la percepción de sesgo y la falta de profundidad en el tratamiento de los temas.

Asimismo, el trabajo de Mayta Huiza et al. (2023), que exploró la confianza en el Estado como un mediador en el cumplimiento tributario, coincide con el presente estudio en cuanto a la importancia de la confianza en las instituciones para fomentar actitudes positivas hacia el

gobierno. No obstante, mientras Mayta Huiza et al. observaron una relación limitada pero significativa, el presente estudio identifica una correlación positiva moderada en las dimensiones política, económica y social, sugiriendo que la televisión nacional podría tener un impacto más visible en estas áreas específicas.

A nivel local, los resultados se alinean con los hallazgos de Palomino (2016), quien identificó que la desconfianza en los medios de comunicación en Ayacucho está vinculada con la percepción de sesgo y la falta de independencia editorial. De manera similar, los datos actuales muestran que la credibilidad en la televisión nacional está influenciada por factores como la imparcialidad percibida y la calidad informativa, lo que afecta directamente la confianza en el gobierno. Sin embargo, mientras Palomino señaló un nivel bajo de credibilidad para los medios locales, este estudio identifica una relación más matizada entre la credibilidad en los medios nacionales y la percepción del gobierno, lo que podría indicar diferencias en las dinámicas de confianza entre los medios locales y nacionales.

La Teoría de la Dependencia del Sistema Mediático (MSDT), creada por Sandra Ball-Rokeach y Melvin De Fleur (1976). Señala que las personas como los gobiernos de turno dependen considerablemente de los medios de comunicación, para satisfacer sus necesidades de legitimación, poder. Esta dependencia se agrava en periodos de cambios, conflictos o situaciones de incertidumbre en la sociedad, se fundamenta en una interrelación entre el sistema social, los medios de comunicación y la audiencia, además de en un entorno de alta dependencia, donde las audiencias buscan mayor información en los medios, aumentando así su capacidad de influencia y los gobiernos de turno toman estos aspectos para poder influenciar en la opinión pública, de acuerdo a intereses de carácter político, económico, hasta ideológico, los resultados concluyen que existe una relación directa, positiva y significativa entre la credibilidad en la televisión

nacional y la confianza en el manejo político del gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho. Aunque la correlación es baja a moderada, los resultados evidencian que la percepción de los medios influye en cómo los jóvenes valoran las decisiones políticas del gobierno. Este hallazgo resalta la importancia de una comunicación mediática creíble como un elemento que puede contribuir, aunque en menor medida, a la percepción de legitimidad política.

Por último, los resultados contrastan parcialmente con los de Chávez (2022), quien destacó que los medios digitales ayacuchanos gozaron de una credibilidad media durante la pandemia, mientras que la televisión fue percibida como menos confiable. En el presente estudio, aunque la televisión nacional no alcanza niveles altos de credibilidad, sí muestra un impacto positivo en la confianza hacia el gobierno, lo que podría explicarse por la percepción de estos medios como una fuente más formal y estable en comparación con otros formatos digitales.

## Conclusiones

1.- Se concluye que existe una relación directa, positiva y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho. La correlación moderada ( $Rho$  de Spearman = 0.518) evidencia que la percepción de credibilidad en los medios televisivos influye en la confianza hacia las instituciones gubernamentales, resaltando la importancia de una comunicación mediática creíble para fortalecer la legitimidad del gobierno.

2.- Se determinó que la credibilidad en la televisión nacional tiene una relación significativa con la confianza en el manejo político del gobierno, en los jóvenes del distrito de Ayacucho. La correlación positiva baja a moderada ( $Rho$  de Spearman = 0.357) sugiere que, aunque la televisión tiene un impacto en la percepción de la gestión política, este no es lo suficientemente fuerte para ser determinante, posiblemente debido al escepticismo hacia las políticas públicas.

3.- Los resultados muestran una correlación significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo económico del gobierno ( $Rho$  de Spearman = 0.394). Esto indica que una percepción positiva de los medios puede contribuir a una mayor confianza en la gestión económica gubernamental, aunque este impacto también es moderado, lo que evidencia la necesidad de mejorar tanto la percepción mediática como las políticas económicas.

4.- La relación entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo social del gobierno es positiva y significativa, con una correlación baja a moderada ( $Rho$  de Spearman = 0.392). Este hallazgo resalta que la percepción mediática influye en cómo los jóvenes

valoran las políticas sociales, destacando la importancia de la televisión como un canal para generar confianza en la gestión social del Estado.

5.- Finalmente de este trabajo, considero que la televisión nacional muestra una imagen, y el gobierno proyecta realidad distinta, por ello es que la mayoría de gente que no cree en la televisión nacional, justamente es porque no confía en el estado en las 3 dimensiones que he tocado. De esto también creo que el gobierno usa a la televisión para ser juez y parte.

## **Recomendaciones**

1.-La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH puede contribuir al fortalecimiento de la credibilidad mediática mediante la implementación de programas específicos que desarrollen en los estudiantes habilidades en periodismo crítico y producción mediática adaptada al contexto regional. Esto incluye talleres prácticos sobre investigación periodística, verificación de datos y la creación de contenidos audiovisuales que aborden problemáticas locales relevantes, como la gestión política, económica y social. Además, la escuela podría fomentar la creación de alianzas estratégicas con medios de comunicación locales y nacionales para que los estudiantes participen activamente en proyectos que mejoren la percepción de la televisión como un medio transparente y confiable en la región de Ayacucho.

2.-El gobierno de turno debe establecer canales de comunicación directa que complementen los contenidos televisivos, como transmisiones en vivo a través de plataformas digitales, donde se explique claramente la gestión en áreas clave como política, economía y social. Esto no solo reducirá la dependencia de la televisión como única fuente, sino que también mejorará la percepción de transparencia.

3.- La desconfianza hacia la gestión social detectada en este estudio evidencia la necesidad de reforzar las políticas públicas en educación y salud. Una estrategia efectiva sería aumentar la cobertura mediática de los logros alcanzados en estas áreas, destacando historias de impacto positivo que demuestren el compromiso gubernamental.

4.- Se recomienda investigar la credibilidad en otros formatos mediáticos como los medios digitales y las redes sociales, en cómo es que la credibilidad en estos influye en la confianza en el gobierno. Este enfoque complementará los hallazgos actuales y permitirá

entender mejor cómo interactúan los diferentes tipos de medios en la formación de percepciones sociales y políticas.

### Referencias bibliográficas

- AmericasBarometer. (2022). Informe sobre confianza en el gobierno en América Latina. *Vanderbilt University*.
- Babbie, E. (2016). Fundamentos de la investigación social. *Publicaciones CIEP - Academia.edu*.  
[https://www.academia.edu/11882925/Babbie\\_Fundamentos\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_social](https://www.academia.edu/11882925/Babbie_Fundamentos_de_la_investigaci%C3%B3n_social)
- Bonus, J. A. (2025). Educational television and children's topic exploration: A research brief. *Journal of Media Education*, 10(1), 12-25.  
<https://doi.org/10.1080/17482798.2024.2424835>
- Briones, G. (2016). *Metodología de la investigación: Estrategias en la verificación de teorías*.  
<https://metodoinvestigacion.wordpress.com/wp-content/uploads/2008/02/metodologia-de-la-investigacion-guillermo-briones.pdf>.
- Canales, A. (2015). *La televisión pública en el Perú: Retos y oportunidades*. Fondo Editorial PUCP.
- Carrillo, E. (2017). *Confianza en las instituciones en América Latina: Un enfoque desde la teoría de la legitimidad*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Córdova, R. (2020). *Medios y poder: El rol de la televisión en la política peruana*. Editorial Apoyo.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th, Ed.). SAGE Publications.
- Easton, D. (1975). A Re-Assessment of the Concept of Political Support. *British Journal of Political Science*, 5(4), 435-457.

- Erikson, E. H. (1982). *The life cycle completed*. W. W. Norton & Company.
- Fernández, M. (2018). *La televisión pública como herramienta de cohesión social en Perú*.  
Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Garcés, J. (2020). El entretenimiento en la televisión pública: Una necesidad para la audiencia peruana. *Revista de Comunicación*, 12(3), 88-102.
- Gaziano, C., & McGrath, K. (1986). Measuring the concept of credibility. *Journalism Quarterly*, 63(3), 451-462.
- Gonzales, P. (2021). Consumo de medios en jóvenes peruanos: El declive de la televisión tradicional. *Universidad de Lima*.
- Hermida, A. (2010). Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308.
- Hernández Sampieri R, F. C. C., Baptista Lucio P. (2025). Metodología de la investigación. 7a ed. México: McGraw-Hill; 2022.
- Hernandez-Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (6ta edición, Vol. 1).  
<https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- Jones, M., Salazar, E. (2019). *Medios de comunicación y construcción de la realidad social en Perú*.
- Labarca, C., Valenzuela, S., Bachmann, I., & Grassau, D. (2022). Medios de comunicación y confianza política en América Latina: Análisis individual y contextual del rol de las

- noticias en la confianza en el gobierno y el Estado. *Revista Internacional de Sociología*, 80(4), Article 4. <https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.4.M22-01>
- Levitsky, S., Cameron, M. (2018). *Política y corrupción en el Perú: Un análisis histórico*. Fondo de Cultura Económica.
- Mayta Huiza, D. A., Guevara Gómez, H. E., Pineda Yucra, W., & Torres Marrón, F. J. (2023). Confianza en el estado y cumplimiento tributario en egresados universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(103), 1327-1345. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9000848>
- McCombs, M., Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Mendoza, R. (2020). Economía informal y confianza en el estado: El caso peruano. *Revista de Economía y Sociedad*, 25(2), 85-102.
- Norris, P. (2011). *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*. Cambridge University Press.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill.
- Ñaupas, A., Pérez, J. ., Sánchez, M. (2013). *Desigualdades sociales y políticas públicas en Perú*. Fondo Editorial PUCP.
- Papalia, D. E., & Martorell, G. (2017). *Desarrollo humano*. McGraw-Hill Education.
- Quisocala Lipa, M. M. (2019). *Actitud que tiene la población arequipeña hacia la credibilidad de los medios de comunicación masiva durante el proceso de producción noticiosa en Arequipa, durante el primer semestre del año 2018*.
- Rodrigo-Alsina, M. (2001). *Los modelos de la comunicación*. Ariel.
- Soengas Pérez, X., Rodríguez Castro, M., & Campos Freire, F. (2023). La credibilidad de los informativos de la televisión pública en España. *Comunicar: Revista Científica de*

*Comunicación y Educación*, 76, 73-84.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8947688>

Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55. <https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>

Vosoughi, S., Roy, D. ., Aral, S. (2018). The Spread of True and False News Online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.

## **ANEXOS**

### Anexo 1. Matriz de consistencia

**TÍTULO:** “Credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno de los jóvenes del distrito de Ayacucho, 2024”

| PROBLEMAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | OBJETIVOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | HIPÓTESIS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | DIMENSIÓN                                                                                                                                                                                                                                                             | METODOLOGÍA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>General</b><br>¿Cuál es la relación entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho en el año 2024? <b>Específicos</b><br>a) ¿Cuál es el nivel de credibilidad en la televisión nacional percibido por los jóvenes del distrito de Ayacucho? | <b>General</b><br>Correlacionar la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho durante el año 2024. <b>Específicos</b><br>a) Medir el nivel de credibilidad en la televisión nacional percibido por los jóvenes del distrito de Ayacucho. | <b>General</b><br>Existe una relación significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho. <b>Específicos</b><br>Existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo político del | <b>Variable (X):</b><br>Credibilidad en la televisión nacional<br><br><b>Dimensiones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informativa</li> <li>• Educativa y Cultural</li> <li>• Entretenimiento</li> </ul> <b>Variable (Y):</b><br>Confianza en el gobierno | <b>Tipo de investigación:</b><br>Básica<br><br><b>Nivel de investigación:</b><br>Correlacional deductivo<br><br><b>Diseño de investigación:</b><br>No experimental.<br><br><b>Población y muestra</b><br>Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó el muestreo probabilístico para poblaciones finitas, donde la totalidad de jóvenes del distrito de |

|                                                                                                                                                  |                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                     |                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| b) ¿Cuál es el nivel de confianza en el gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho?                                               | b) Medir el nivel de confianza en el gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho.            | gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho.                                                                                                                                       | <b>Dimensiones:</b>                                                                                 | Ayacucho con edades de entre 18 a 30 años suman N= 24,548 con un grado de confianza de 95% y un margen de error de 5.0%. |
| c) ¿Existe una relación significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno nacional en dicha población? | c) Analizar la relación estadística entre ambas variables mediante técnicas de correlación no paramétrica. | Existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo económico del gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho. |                                                                                                     |                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                  |                                                                                                            | Existe una relación directa y significativa entre la credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el manejo social del gobierno nacional en los jóvenes del distrito de Ayacucho..   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Política</li> <li>• Económica</li> <li>• Social</li> </ul> | Se tiene la muestra de <b>n = 378.</b>                                                                                   |
|                                                                                                                                                  |                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                     | <b>Instrumentos:</b><br>Encuesta                                                                                         |

---

---

## Anexo 2. Cuestionarios



### FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**Ayacucho - Perú**

Estimado ciudadano (a):

Este cuestionario tiene como objetivo conocer su percepción sobre la credibilidad en la televisión nacional, considerando aspectos informativos, educativos y culturales, y de entretenimiento. Sus respuestas serán tratadas con total confidencialidad y se utilizarán exclusivamente con fines de investigación académica.

**¡Gracias por su valiosa colaboración!**

Investigación: “La credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho, 2024”

Edad:

F  M Genero:

**INSTRUCCIONES:** Lea cuidadosamente las siguientes preguntas y conteste con sinceridad, eligiendo una sola opción y marcando con una equis (X) en el cuadro que contenga la respuesta seleccionada según la siguiente escala:

| Escala valorativa | Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Neutral | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|-------------------|--------------------------|---------------|---------|------------|-----------------------|
|                   | 1                        | 2             | 3       | 4          | 5                     |

| Variable X: Credibilidad en la televisión nacional |                                                                                                    |   |   |   |   |   |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| N°                                                 | Ítems                                                                                              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>Dimensión 1: Informativa</b>                    |                                                                                                    |   |   |   |   |   |
| 1                                                  | Los noticieros de la televisión nacional presentan la información de manera objetiva y sin sesgos. |   |   |   |   |   |
| 2                                                  | Confío en la veracidad de las noticias transmitidas por los canales de televisión nacional.        |   |   |   |   |   |

|                                          |                                                                                                                             |  |  |  |  |  |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 3                                        | Creo que los programas informativos de la televisión nacional incluyen una amplia diversidad de perspectivas.               |  |  |  |  |  |
| 4                                        | Pienso que los noticieros de la televisión nacional son imparciales en su cobertura de temas políticos.                     |  |  |  |  |  |
| <b>Dimensión 2: Educativa y cultural</b> |                                                                                                                             |  |  |  |  |  |
| 5                                        | Los programas educativos de la televisión nacional contribuyen al aprendizaje de temas relevantes para la sociedad.         |  |  |  |  |  |
| 6                                        | Considero que la televisión nacional promueve adecuadamente la cultura peruana en su programación.                          |  |  |  |  |  |
| 7                                        | Confío en que los contenidos culturales transmitidos en la televisión nacional son de calidad y representativos.            |  |  |  |  |  |
| 8                                        | Pienso que la televisión nacional fomenta el respeto por la diversidad cultural del Perú.                                   |  |  |  |  |  |
| <b>Dimensión 3: Entretenimiento</b>      |                                                                                                                             |  |  |  |  |  |
| 9                                        | Los programas de entretenimiento en la televisión nacional presentan contenido original y de calidad.                       |  |  |  |  |  |
| 10                                       | Considero que la televisión nacional se esfuerza por producir programas de entretenimiento libres de sensacionalismo.       |  |  |  |  |  |
| 11                                       | Pienso que los programas de entretenimiento en la televisión nacional son inclusivos y reflejan los valores de la sociedad. |  |  |  |  |  |
| 12                                       | Confío en que la televisión nacional respeta normas éticas en la producción de                                              |  |  |  |  |  |

|  |                                   |  |  |  |  |  |
|--|-----------------------------------|--|--|--|--|--|
|  | sus programas de entretenimiento. |  |  |  |  |  |
|--|-----------------------------------|--|--|--|--|--|



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**



**Ayacucho - Perú**

Estimado ciudadano (a):

Este cuestionario forma parte de una investigación académica sobre la confianza en el Estado peruano. Su propósito es recoger percepciones relacionadas con las dimensiones política, económica y social de las instituciones del gobierno.

La información proporcionada será confidencial y utilizada exclusivamente con fines académicos. Le agradecemos responder con sinceridad a cada afirmación, seleccionando la opción que mejor refleje su opinión.

**¡Gracias por su valiosa colaboración!**

Investigación: “La credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho, 2024”

Edad:

F  M Genero:

**INSTRUCCIONES:** Lea cuidadosamente las siguientes preguntas y conteste con sinceridad, eligiendo una sola opción y marcando con una equis (X) en el cuadro que contenga la respuesta seleccionada según la siguiente escala:

| Escala valorativa | Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Neutral | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|-------------------|--------------------------|---------------|---------|------------|-----------------------|
|                   | 1                        | 2             | 3       | 4          | 5                     |

| Variable Y: Confianza en el gobierno |                                                         |   |   |   |   |   |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| N°                                   | Ítems                                                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Dimensión 1: Política                |                                                         |   |   |   |   |   |
| 1                                    | Confío en que las decisiones políticas del gobierno son |   |   |   |   |   |

|                               |                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|                               | tomadas pensando en el bienestar ciudadano.                                                                        |  |  |  |  |  |
| 2                             | Considero que las instituciones políticas del Estado son transparentes en su gestión.                              |  |  |  |  |  |
| 3                             | Pienso que el gobierno respeta las normas democráticas en sus acciones.                                            |  |  |  |  |  |
| 4                             | Creo que los representantes políticos toman decisiones justas y equitativas.                                       |  |  |  |  |  |
| 5                             | Confío en que los procesos electorales son organizados de manera transparente y confiable.                         |  |  |  |  |  |
| <b>Dimensión 2: Económica</b> |                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
| 6                             | Confío en que el gobierno administra adecuadamente los recursos públicos.                                          |  |  |  |  |  |
| 7                             | Creo que las políticas económicas del Estado buscan reducir la desigualdad en la población.                        |  |  |  |  |  |
| 8                             | Considero que el gobierno implementa medidas eficaces para promover el empleo formal.                              |  |  |  |  |  |
| 9                             | Pienso que las instituciones encargadas de la economía trabajan para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. |  |  |  |  |  |
| 10                            | Percibo que el gobierno actúa con integridad en la gestión de los presupuestos nacionales.                         |  |  |  |  |  |
| <b>Dimensión 3: Social</b>    |                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
| 11                            | Confío en que el gobierno garantiza el acceso equitativo a servicios públicos como la educación y la salud.        |  |  |  |  |  |
| 12                            | Creo que el Estado promueve la cohesión social                                                                     |  |  |  |  |  |

|    |                                                                                                      |  |  |  |  |  |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|    | y la reducción de las brechas sociales.                                                              |  |  |  |  |  |
| 13 | Considero que las políticas públicas responden a las necesidades de los sectores más vulnerables.    |  |  |  |  |  |
| 14 | Pienso que las instituciones sociales son eficientes en la implementación de programas de bienestar. |  |  |  |  |  |
| 15 | Percibo que el gobierno respeta los derechos humanos en sus políticas sociales.                      |  |  |  |  |  |

### Anexo 3. Alpha de Cronbach de cada variable

#### Instrumento 1 : Credibilidad en la televisión nacional

| Estadísticas de fiabilidad |                |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach           | N de elementos |
| ,89                        | 12             |

#### Estadísticas del total de los elementos

| Ítem   | Media de escala si el ítem se ha suprimido | Varianza de escala si el ítem se ha suprimido | Correlación total corregida | Alfa de Cronbach si se elimina |
|--------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| CRED01 | 42,70                                      | 13,21                                         | 0,82                        | 0,87                           |
| CRED02 | 42,60                                      | 13,45                                         | 0,80                        | 0,87                           |
| CRED03 | 42,90                                      | 12,99                                         | 0,76                        | 0,88                           |
| CRED04 | 43,10                                      | 12,84                                         | 0,74                        | 0,88                           |

|        |       |       |      |      |
|--------|-------|-------|------|------|
| CRED05 | 42,80 | 13,32 | 0,71 | 0,88 |
| CRED06 | 43,00 | 13,05 | 0,68 | 0,88 |
| CRED07 | 43,20 | 12,76 | 0,69 | 0,88 |
| CRED08 | 42,90 | 13,10 | 0,70 | 0,88 |
| CRED09 | 43,10 | 12,98 | 0,72 | 0,88 |
| CRED10 | 43,00 | 13,04 | 0,75 | 0,88 |
| CRED11 | 42,80 | 13,15 | 0,78 | 0,87 |
| CRED12 | 42,60 | 13,27 | 0,80 | 0,87 |

## Instrumento 2: Confianza en el gobierno

| Estadísticas de fiabilidad |                |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach           | N de elementos |
| ,91                        | 15             |

## Estadísticas del total de los elementos

| Ítem  | Media de escala si el ítem se ha suprimido | Varianza de escala si el ítem se ha suprimido | Correlación total corregida | Alfa de Cronbach si se elimina |
|-------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| GOB01 | 52,10                                      | 18,23                                         | 0,84                        | 0,90                           |
| GOB02 | 52,30                                      | 17,85                                         | 0,82                        | 0,90                           |
| GOB03 | 52,00                                      | 18,55                                         | 0,81                        | 0,90                           |
| GOB04 | 52,40                                      | 17,40                                         | 0,79                        | 0,91                           |

|       |       |       |      |      |
|-------|-------|-------|------|------|
| GOB05 | 52,50 | 17,11 | 0,77 | 0,91 |
| GOB06 | 52,60 | 17,22 | 0,76 | 0,91 |
| GOB07 | 52,70 | 16,90 | 0,78 | 0,91 |
| GOB08 | 52,10 | 17,75 | 0,80 | 0,90 |
| GOB09 | 52,30 | 17,30 | 0,83 | 0,90 |
| GOB10 | 52,00 | 18,10 | 0,84 | 0,90 |
| GOB11 | 52,60 | 16,85 | 0,82 | 0,90 |
| GOB12 | 52,50 | 17,20 | 0,81 | 0,90 |
| GOB13 | 52,40 | 17,50 | 0,79 | 0,91 |
| GOB14 | 52,70 | 16,70 | 0,80 | 0,90 |
| GOB15 | 52,60 | 17,05 | 0,83 | 0,90 |

---

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Ayacucho, siendo las dieciséis horas con cuarenta minutos (16: 40) del viernes 04 de setiembre de 2026, se reúnen en la sala de sesiones del Consejo de Facultad los miembros del jurado evaluador de la tesis, bajo la presidencia del Dr. Oscar Juan Roque Sigwas (Presidente), e integrado por los docentes: Dr. Urbano Muñoz Ruiz (Miembro), Mg. Richard Edgar Guardia Yupanqui (Miembro) y Mtra. Yanibel Hurtado Vargas (Asesora) y el secretario docente Mg. Juan Teófilo Cáceres Curo, encargados de la recepción, calificación y sustentación de la tesis presentada Bachiller en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales, **NELYDA QUISPE TAYPE,,** titulada: **"CREDIBILIDAD EN LA TELEVISIÓN NACIONAL Y LA CONFIANZA EN EL GOBIERNO EN LOS JÓVENES DEL DISTRITO DE AYACUCHO – 2024"**; mediante la cual aspira optar al título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Verificado el quórum reglamentario, el presidente del jurado solicita al secretario docente dar lectura a la RESOLUCIÓN DECANAL No 169 – 2026 -UNSCH-FCS/D, emitida conforme al Reglamento General de Grados Académicos y Títulos Profesionales de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, aprobado mediante Resolución de Consejo Universitario N.º 3403-2024-UNSCH-CU, de fecha 20 de agosto de 2024. Culminada la lectura, el presidente de la comisión autoriza a la bachiller iniciar la sustentación, disponiendo de un tiempo de treinta (30) minutos. La exposición da inicio a las dieciséis horas con cuarenta y tres minutos (16:43).

A las diecisiete horas con diez minutos (17: 10), la bachiller concluye la exposición de su tesis y se da inicio a la ronda de preguntas por parte de los jurados, en el orden siguiente: Dr. Oscar Juan Roque Sigwas, Mg. Richard Edgar Guardia Yupanqui, Dr. Urbano Muñoz Ruiz y Mtra. Yanibel Hurtado Vargas en su condición de jurado y asesora, quien realiza algunas aclaraciones sobre puntos no esclarecidos por la sustentante.

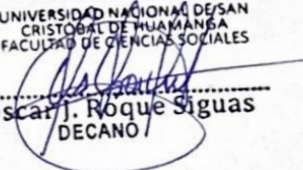
Acto seguido, el Mg. Juan Teófilo Cáceres Curo (secretario docente) consolida la hoja de calificación, cuyos resultados se detallan a continuación:

| Nombre del jurado evaluador        | Contenido de la tesis | Exposición y claridad | Respuestas a las preguntas | Promedio |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|----------|
| Dr. Urbano Muñoz Ruiz              | 12                    | 12                    | 11                         | 12       |
| Mg. Richard Edgar Guardia Yupanqui | 14                    | 13                    | 14                         | 14       |
| Mtra. Yanibel Hurtado Vargas       | 14                    | 14                    | 12                         | 13       |

El promedio final obtenido es de trece (13).

Finalmente, el presidente del jurado comunica a la sustentante el resultado de la calificación y le hace extensivas las felicitaciones correspondientes.

El acto académico concluye a las diecisiete horas con treinta minutos (17: 30), firmando en señal de conformidad el presidente y el secretario docente.

  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN  
CRISTÓBAL DE HUAMANGA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
  
Dr. Oscar J. Roque Sigwas  
DECANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
UNSCH  
  
Juan T. Cáceres Curo  
DNI. 41978228  
SECRETARIO DOCENTE



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA  
(Segunda Universidad Fundada en el Perú)  
Av. Independencia s/n- Ciudad Universitaria

### CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

N° 0260/EPCC/FCS/UNSCH

1. Apellidos y nombres del investigador: Quispe Taype, Nelyda  
DNI: 70856816 Código: 23162128
2. Escuela Profesional/Unidad de investigación: E.P. de Ciencias de la Comunicación
3. Facultad: Ciencias Sociales.
4. Tipo de trabajo académico evaluado: Tesis para optar título profesional
5. Título del trabajo académico: "Credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho – 2024"
6. Software de similitud: TURNITIN
7. Fecha de recepción: 24 de setiembre de 2026
8. Fecha de evaluación: 30 de setiembre de 2026
9. Porcentaje de similitudes: 13 %
10. Evaluación de originalidad.

| Porcentaje de originalidad | Resultado   |
|----------------------------|-------------|
| * 13 %                     | ** APROBADO |

\*Consignar el porcentaje de similitud

\*\*Consignar APROBADO si se encuentra dentro del rango de porcentaje establecido, Levantar observaciones o DESAPROBADO si excede el porcentaje permisible de similitud.

Ayacucho, 30 de setiembre de 2026

  
Lic. Rafael Martín Naveros Castro  
Docente-Instructor-EPCC  
D. A. de Ciencias Histórico Sociales

# “Credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho – 2024”

*por* Nelyda Quispe Taype

“Credibilidad en la televisión nacional y la confianza en el gobierno en los jóvenes del distrito de Ayacucho – 2024”

INFORME DE ORIGINALIDAD

|                     |                     |               |                         |
|---------------------|---------------------|---------------|-------------------------|
| 13%                 | 12%                 | 6%            | 8%                      |
| INDICE DE SIMILITUD | FUENTES DE INTERNET | PUBLICACIONES | TRABAJOS DEL ESTUDIANTE |

FUENTES PRIMARIAS

|    |                                                                |     |
|----|----------------------------------------------------------------|-----|
| 1  | Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga | 4%  |
|    | Trabajo del estudiante                                         |     |
| 2  | repositorio.unsch.edu.pe                                       | 1%  |
|    | Fuente de Internet                                             |     |
| 3  | dspace.unach.edu.ec                                            | 1%  |
|    | Fuente de Internet                                             |     |
| 4  | repositorio.undac.edu.pe                                       | 1%  |
|    | Fuente de Internet                                             |     |
| 5  | Submitted to Universidad Tecnologica del Peru                  | 1%  |
|    | Trabajo del estudiante                                         |     |
| 6  | api-repositorio.unapiquitos.edu.pe                             | 1%  |
|    | Fuente de Internet                                             |     |
| 7  | doi.org                                                        | <1% |
|    | Fuente de Internet                                             |     |
| 8  | revintsociologia.revistas.csic.es                              | <1% |
|    | Fuente de Internet                                             |     |
| 9  | Submitted to Universitat de Barcelona                          | <1% |
|    | Trabajo del estudiante                                         |     |
| 10 | Submitted to Universidad Autonoma de Chile                     | <1% |
|    | Trabajo del estudiante                                         |     |
| 11 | repositorio.unfv.edu.pe                                        | <1% |
|    | Fuente de Internet                                             |     |
| 12 | es.scribd.com                                                  | <1% |
|    | Fuente de Internet                                             |     |
| 13 | Submitted to uncedu                                            | <1% |
|    | Trabajo del estudiante                                         |     |
| 14 | repositorio.unjbg.edu.pe                                       | <1% |
|    | Fuente de Internet                                             |     |

repositorio.unamba.edu.pe

|    |                                                    |      |
|----|----------------------------------------------------|------|
| 15 | Fuente de Internet                                 | <1 % |
| 16 | hdl.handle.net<br>Fuente de Internet               | <1 % |
| 17 | repositorio.utea.edu.pe<br>Fuente de Internet      | <1 % |
| 18 | repositorio.ucv.edu.pe<br>Fuente de Internet       | <1 % |
| 19 | repositorio.unsa.edu.pe<br>Fuente de Internet      | <1 % |
| 20 | repositorio.untumbes.edu.pe<br>Fuente de Internet  | <1 % |
| 21 | repositorio.unsaac.edu.pe<br>Fuente de Internet    | <1 % |
| 22 | repositorio.upeu.edu.pe:8080<br>Fuente de Internet | <1 % |

Excluir citas  
Excluir bibliografía

Activo  
Activo

Excluir coincidencias

< 30 words