

FACULTAD DE  
COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación y Periodismo

**“PERCEPCIÓN DEL PERIODISMO DIGITAL  
COMO HERRAMIENTA DE ADAPTACIÓN  
PROFESIONAL EN LOS EGRESADOS DE  
COMUNICACIONES DE UNA UNIVERSIDAD  
PRIVADA DEL DISTRITO DE COMAS, LIMA 2025”**

**Tesis para optar al título profesional de:  
Licenciada en Comunicación y Periodismo**

**Autores:**

Leslie Cristina Silvera Melgarejo  
Esthefany Noelia Velasquez Garcia

**Asesor:**

Mg. Alejandro Javier Fernandez De La Cruz  
<https://orcid.org/0000-0003-0733-1681>

Lima - Perú

2025

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	YULVITZ RAMON QUIROZ PACHECO
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	ALFIERI DIAZ ARIAS
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	ALEJANDRO JAVIER FERNANDEZ DE LA CRUZ
	Nombre y Apellidos

## Informe de Similitud






### 10% Similitud general

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

#### Filtrado desde el informe

- Bibliografía

#### Fuentes principales

- 9%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 2%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

#### Marcas de integridad

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

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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

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

## **Dedicatoria**

Dedicamos esta tesis con todo nuestro amor y gratitud a nuestras madres y hermana, por ser el pilar fundamental en nuestras vidas, por su apoyo incondicional, sus palabras de aliento y por acompañarnos en cada etapa de este camino. También dedicamos este trabajo a nuestras queridas mascotas Princesa, Fígaro y Nabi, quienes, con su compañía silenciosa pero reconfortante, estuvieron a nuestro lado durante largas jornadas y desveladas, brindándonos consuelo, alegría y fuerza en los momentos más exigentes de este proceso.

## **Agradecimiento**

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a nuestro profesor asesor, por su constante apoyo, orientación y compromiso durante todo el desarrollo de esta investigación. Su disposición, paciencia y acompañamiento permanente fueron fundamentales para avanzar con seguridad y confianza en cada etapa del proceso. Asimismo, agradecemos profundamente a nuestros compañeros egresados, quienes, con generosidad y entusiasmo, colaboraron respondiendo a nuestro instrumento de recolección de datos, contribuyendo significativamente al cumplimiento de los objetivos de este estudio.

## Tabla de contenidos

JURADO EVALUADOR .....	2
Informe de Similitud .....	3
Dedicatoria .....	4
Agradecimiento .....	5
Índice de Tablas .....	7
Índice de Figuras .....	8
Resumen .....	9
Abstract .....	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....	11
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	45
CAPÍTULO III: RESULTADOS .....	54
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	86
REFERENCIAS .....	94
ANEXOS .....	103

## Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Opiniones sobre la formación académica y su relación con el entorno digital en egresados de comunicaciones</i> .....	599
Tabla 2. <i>Opiniones sobre la preparación universitaria en plataformas periodísticas y su impacto en la adaptación profesional</i> .....	665
Tabla 3. <i>Opiniones sobre las competencias digitales y su impacto en la adaptación profesional</i> .....	69
Tabla 4. <i>Opiniones sobre la inserción laboral y su impacto en la adaptación profesional</i> ..	75
Tabla 5. <i>Opiniones sobre la exposición pública y su impacto en la adaptación profesional</i> .....	800
Tabla 6. <i>Opiniones sobre la empleabilidad en el entorno del periodismo digital</i> .....	84
Tabla 7. <i>Matriz de Categorización</i> .....	103
Tabla 8. <i>Matriz de Consistencia</i> .....	104
Tabla 9. <i>Guía de Entrevista</i> .....	105
Tabla 10. <i>Validación experto 1 – Categoría 1</i> .....	107
Tabla 11. <i>Validación experto 1 – Categoría 2</i> .....	108
Tabla 12. <i>Validación experto 2 – Categoría 1</i> .....	10109
Tabla 13. <i>Validación experto 2 – Categoría 2</i> .....	110
Tabla 14. <i>Validación experto 3 – Categoría 1</i> .....	111
Tabla 15. <i>Validación experto 3 – Categoría 2</i> .....	112

## Índice de Figuras

Figura 1 Percepción de los egresados sobre la preparación para el periodismo digital .....	58
Figura 2 Desafíos de los Graduados en Periodismo Digital .....	65
Figura 3 Comprensión de los egresados sobre los aspectos del periodismo digital.....	69
Figura 4 Desafíos de los Egresados en el Periodismo Digital .....	75
Figura 5 Brecha de habilidades en periodismo digital .....	79
Figura 6 La inestabilidad laboral impacta a los graduados en periodismo digital .....	84

## Resumen

La presente investigación aborda la percepción del periodismo digital como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025. Su objetivo general fue analizar cómo los egresados valoran dicha herramienta en su transición al ámbito laboral. La metodología empleada fue de tipo básico, diseño no experimental, enfoque cualitativo, nivel transversal y alcance descriptivo. La población estuvo compuesta por 50 egresados de la Facultad de Comunicaciones; la muestra fue de 50 egresados seleccionados mediante muestreo censal. Se utilizó como técnica la entrevista semiestructurada y como instrumento una guía de preguntas. Como principal resultado, se identificó una desconexión entre la formación académica recibida y las exigencias del entorno digital, lo que dificultó la adaptación profesional de los egresados; sin embargo, también se evidenció una actitud pasiva del estudiante ante su propia formación, lo que limitó su preparación. En conclusión, el estudio revela que la adaptación profesional no depende únicamente de los planes de estudio o de la labor docente, sino también del compromiso del estudiante por desarrollar sus competencias de manera proactiva. Se propone una estrategia formativa integral con responsabilidades compartidas entre universidad, docentes y estudiantes para lograr una preparación profesional pertinente y sostenible.

**Palabras Claves:** Periodismo digital, formación académica, plataformas periodísticas, competencias digitales, adaptación profesional.

### **Abstract**

This research explores the perception of digital journalism as a tool for professional adaptation among graduates of the Faculty of Communications at a private university in the district of Comas, Lima 2025. The general objective was to analyze how graduates perceive digital journalism in their transition to the labor market. The methodology followed a basic type, non-experimental design, qualitative approach, transversal level, and descriptive scope. The population consisted of 50 communication graduates; the sample was also 50 graduates selected through a census sampling technique. The technique used was semi-structured interviews, and the instrument was a question guide. The main finding revealed a structural gap between academic training and the demands of the digital environment, which hindered graduates' professional adaptation. However, the results also highlighted a passive attitude among students regarding their own learning process, limiting their preparation. In conclusion, the study shows that professional adaptation is not solely the responsibility of the university or its faculty, but must also involve the active engagement of students in developing their digital and professional skills. The research proposes a comprehensive training strategy that emphasizes shared responsibility between universities, professors, and students to ensure a relevant and sustainable professional formation.

**Keywords:** digital journalism, academic training, journalistic platforms, digital skills, professional adaptation

## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad problemática**

A nivel internacional, López y Córdoba (2020) señalan que el periodismo digital ejerce una influencia tanto en la práctica profesional como en la currícula de los futuros comunicadores. Este fenómeno ha llevado a que la mayoría de las universidades públicas en España integren, al menos, una asignatura dedicada al tema, lo que confirma una incorporación educativa, aunque a menudo sea insuficiente. Esto subraya la urgencia de mantener una actualización constante de los programas académicos y priorizar una capacitación tecnológica enfocada en la producción de contenido, sin abandonar los pilares humanistas de la profesión.

La continua evolución del escenario digital demanda que las instituciones formadoras en periodismo sometan a revisión y reestructuración sus planes de estudio, según Manfredi et al. (2019). Este proceso implica la necesidad de eliminar o modernizar cursos, certificar el dominio de habilidades tecnológicas y adoptar metodologías de enseñanza innovadoras. Dicha exigencia se consolida como un desafío crucial para la adaptación profesional de los egresados que deben enfrentarse a un mercado altamente especializado y en constante cambio.

Campos (2021) destaca que, dentro de la práctica del periodismo digital, el profesional debe ir más allá del mero manejo de tecnologías y la comprensión de su efecto en el trabajo diario. Es fundamental que el comunicador incorpore una perspectiva crítica sobre las condiciones sociales y comunicativas que dan origen a dichas herramientas. Esta integración es esencial para desarrollar una adaptación profesional que sea ética, responsable y que responda efectivamente a las necesidades informativas de la sociedad en entornos sumamente dinámicos.

En la región sudamericana, la migración de los medios tradicionales hacia el entorno digital ha impuesto la necesidad de que los periodistas expandan sus habilidades clásicas, integrando elementos multimedia como videos, audios, infografías y herramientas interactivas, como afirma Cuestas (2024). Este reto implica un proceso de actualización profesional ininterrumpida que desafía a los egresados a adaptarse plenamente al nuevo panorama informativo, sin que esto signifique perder la esencia y la ética del oficio.

Valbuena (2023) sostiene que la instrucción universitaria en comunicación aún exhibe debilidades significativas frente a las demandas del ecosistema digital. Esta carencia fuerza a los recién egresados a desarrollar las competencias técnicas y narrativas del periodismo digital por medio de la autoformación. Tal situación demuestra una brecha considerable entre el contenido curricular tradicional y la realidad práctica del ámbito laboral, lo que condiciona gravemente la capacidad de adaptación en un sector periodístico en plena metamorfosis.

Bernal et al. (2024) enfatizan que la mayoría de los medios informativos han optado por reforzar sus capacidades digitales y modernizar sus códigos narrativos. Esto establece un entorno profesional sumamente exigente para los egresados de comunicación, quienes deben demostrar adaptabilidad tanto a equipos de trabajo consolidados como a audiencias digitales que esperan y valoran la innovación tecnológica en los contenidos.

Específicamente en el Perú, el desarrollo acelerado del periodismo digital requiere que las universidades adecúen sus planes de formación a las nuevas necesidades tecnológicas, describe Victorio (2023). La ausencia de competencias digitales en los comunicadores funge como una barrera para su efectiva integración profesional en entornos mediáticos dinámicos, especialmente para los egresados que buscan adaptarse a un mercado laboral que se transforma continuamente.

Angulo (2019) define que el avance sostenido del periodismo digital en el Perú, impulsado por la expansión del consumo móvil, exige que los egresados de comunicación desarrollen un perfil profesional versátil que combine habilidades narrativas, técnicas y audiovisuales, lo cual representa un desafío clave en el proceso de adaptación profesional de los egresados frente a un mercado mediático marcado por la movilidad y la convergencia tecnológica.

Díaz (2020) agrega que las dificultades que enfrentan los egresados de comunicación para insertarse en el periodismo digital como opción laboral responden a una combinación de deficiencias estructurales en su formación académica, falta de actualización continua, escasa experiencia emprendedora y limitaciones del propio mercado digital, elementos que obstaculizan su adaptación profesional en un ecosistema informativo en expansión.

En el ámbito del distrito de Comas, existe un número considerable de jóvenes que ven en las universidades privadas una vía para el ascenso social a través de la educación superior. La carrera de Comunicaciones, en particular, se presenta con la promesa de una rápida inserción laboral. No obstante, una vez concluidos sus estudios, muchos egresados se encuentran con un escenario profesional altamente exigente, donde la necesidad de manejar la tecnología y las competencias digitales actuales no siempre concuerda con la preparación recibida, sobre todo en lo que respecta al ejercicio del periodismo en medios digitales.

En Lima Metropolitana, el desarrollo de la profesión periodística está cada vez más supeditado al dominio tecnológico y a la destreza para adaptarse a plataformas emergentes como YouTube, TikTok y las redes sociales de carácter informativo. Sin embargo, una porción significativa de los egresados que no recibió una formación especializada en estas áreas se ve forzada a buscar empleos fuera de su campo, lo que genera una marcada sensación de discrepancia entre los contenidos académicos y las demandas reales del mercado. Esta

desconexión formativa influye de manera directa en sus posibilidades de adaptación y permanencia en el periodismo digital.

La presente investigación cobra gran pertinencia al enfocarse en las percepciones de estos egresados, quienes lidian con retos concretos para ejercer su vocación en el ecosistema digital. Entender cómo valoran el periodismo digital en su camino hacia la adaptación profesional permitirá no solo identificar las carencias formativas y los obstáculos en la inserción laboral, sino también proponer mejoras en los procesos de enseñanza. Este enfoque, situado en un contexto distrital con características sociales y tecnológicas distintivas, aspira a contribuir al debate sobre la redefinición del rol del comunicador y la necesidad de modernizar constantemente los perfiles profesionales ante la evolución del entorno digital.

## **1.2. Antecedentes**

En los antecedentes se recopilan estudios anteriores, tanto nacionales como internacionales, que han abordado el periodismo digital y su influencia en el trabajo de los periodistas. Estos estudios dan cuenta de los principales hallazgos y enfoques que se han generado en distintos contextos, lo que nutre teórica y empíricamente la investigación actual. Cuando se analizan estos antecedentes, se encuentran puntos en común como la evolución de los perfiles profesionales, la necesidad de nuevas competencias digitales y la incapacidad de la formación educativa a la par de las necesidades del ecosistema mediático actual.

### **Antecedentes Internacionales**

Vega et al. (2023) analizaron la forma en que se configuran los imaginarios sociales del periodismo online en América Latina para reconocer los principales desafíos profesionales que enfrentan los periodistas en el mundo digital. La metodología fue cualitativa, de revisión documental exploratoria de 19 estudios de ocho países latinoamericanos, categorizados según

temas relacionados con la digitalización del periodismo, el nuevo perfil profesional y la credibilidad de los medios digitales. Entre los principales hallazgos, se encontró que aún existe una brecha entre el periodismo tradicional y el digital, sobre todo en lo que concierne a la formación profesional, el uso ético de las herramientas digitales y la adaptación del rol del periodista a las nuevas exigencias tecnológicas y las audiencias participativas. Los autores concluyen que, a pesar de que el periodismo digital se ha abierto un espacio, todavía tiene grandes desafíos por brechas formativas y tecnológicas que limitan su consolidación profesional, por lo que es necesario replantear los perfiles de egreso y la formación universitaria en comunicaciones para adaptarlos al ecosistema digital actual.

González et al. (2022) realizaron una investigación sobre los cambios del periodismo en los medios tradicionales chilenos a causa del mundo online, para conocer las principales percepciones y posturas de los periodistas ante los cambios generados por las redes sociales y las tecnologías digitales. La investigación adoptó un enfoque cualitativo, realizando 21 entrevistas en profundidad a periodistas de medios nacionales y regionales de prensa, televisión y radio.

Como principal resultado, se encontró que los periodistas ven el mundo digital como una amenaza que usurpa su papel tradicional de guardianes de la información, pero que también sirve para llegar a más personas y conectarse con nuevas audiencias. En definitiva, los autores alertan de que, a pesar de las tensiones, los principios éticos y profesionales del periodismo continúan vigentes, pero es necesario reconsiderar la función del periodista en un entorno mediático transformado por las plataformas digitales, que redefinen rutinas, identidad profesional y mecanismos de credibilidad.

Castillo y Chablay (2025) realizaron una investigación sobre la percepción del periodismo digital como nueva forma de periodismo entre los estudiantes de la Universidad de

Cuenca, para determinar cómo los futuros periodistas entienden e incorporan el mundo digital en su educación y futuras perspectivas laborales. La metodología fue cualitativa, diseño exploratorio, utilizando entrevistas en profundidad a estudiantes y revisión documental. Como principal resultado, se encontró que, aunque los estudiantes son conscientes de la relevancia del periodismo digital y tienen interés por practicarlo, señalan estar poco preparados académicamente en el uso de herramientas tecnológicas, análisis de plataformas digitales y creación de contenidos multiplataforma. En conclusión, el estudio evidencia la necesidad de reforzar los programas de capacitación periodística con la integración transversal de competencias digitales para favorecer la inserción laboral y la adaptación profesional al entorno mediático actual, cada vez más digitalizado.

Morales y Cedeño (2024) estudiaron cómo los periodistas deportivos perciben que su educación influye en su adaptación a los cambios tecnológicos de la era digital en Ecuador. El propósito fue analizar la asociación entre la formación académica y la capacidad de innovación comunicacional en el ámbito deportivo. Utilizaron un enfoque metodológico mixto, con diseño transversal no experimental, encuestando a veinte periodistas deportivos y revisando documentos. Como resultado, determinaron los factores que influyen en la creación de contenidos deportivos: la tecnología, la capacitación técnica y la preparación continua. Concluyeron que la capacitación educativa es determinante para desarrollar habilidades como la adaptabilidad, el dominio tecnológico y la capacidad de moldear historias que impulsen su desempeño profesional en los entornos digitales tan competitivos.

Valbuena (2023) abordó el desarrollo del periodismo digital en tiempos de censura, precariedad y cambio tecnológico. La metodología fue exploratoria y documental, ciñéndose a fuentes académicas y testimonios del ejercicio periodístico en Venezuela. Entre los principales hallazgos, se encontró el crecimiento exponencial del ciberperiodismo vía blogs, redes sociales

y dispositivos móviles, así como la necesidad apremiante de actualización profesional y curricular ante el avance tecnológico. Se determina que, a pesar de la censura, el escaso acceso a Internet y la educación desactualizada, el periodismo digital sigue abriéndose camino como principal vía de expresión, y las universidades deben dar una respuesta para preparar a los nuevos comunicadores.

### **Antecedentes Nacionales**

Victorio (2023) desarrolló una investigación sobre las competencias profesionales necesarias en el periodismo digital y el perfil requerido de los periodistas en el contexto actual, con el objetivo de identificar y caracterizar dichas competencias, así como analizar la transformación del periodismo hacia el entorno digital y la formación profesional que demanda. La metodología fue cualitativa, de tipo básico, con diseño de teoría fundamentada, y se aplicaron métodos heurístico y hermenéutico, incluyendo revisión bibliográfica y entrevistas a responsables del área digital en los diarios El Comercio y La República. Como principal resultado, se halló que la formación en competencias digitales ya se encuentra en marcha en los programas universitarios, aunque aún falta especialización para responder a los requerimientos del mercado laboral. Se concluyó que el perfil profesional del periodista debe actualizarse continuamente, priorizando el dominio de competencias digitales, dado que el ejercicio del periodismo hoy exige habilidades técnicas alineadas con la convergencia digital.

Coya (2024) analizó la metamorfosis del periodista peruano a influencer digital en redes sociales y cómo esto influye en la comunicación actual, identificando cómo estos nuevos profesionales cambian los modelos tradicionales de influencia, que antes se centraban en informar, opinar y compartir contenido personal. El enfoque fue cuantitativo; el instrumento para la recolección de datos fue el cuestionario. Los hallazgos mostraron que los periodistas-influencers conectan más con la audiencia al mezclar la dimensión personal en sus contenidos

sin dejar de informar y formar opinión. La investigación concluye en que esta nueva forma de los medios crea nuevos dilemas éticos y que la solución es mantener la ética periodística a través de la autenticidad y la conexión emocional con la audiencia y que son las claves para la credibilidad en el mundo digital.

Liendo (2023) analizó la imagen que los medios proyectan del ciberperiodismo en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de una universidad de Tacna para establecer si este afecta de manera favorable la manera en que entienden y valoran el periodismo digital. La investigación fue cuantitativa, de diseño no experimental, descriptivo-correlacional; se utilizó un cuestionario estructurado de 12 ítems por variable, a una muestra censal de 186 estudiantes. Entre los resultados, se encontró que, aunque con poca formación en ciberperiodismo, los estudiantes tienen una imagen favorable del ciberperiodismo y lo consideran importante para la práctica profesional actual. Se determinó que el ciberperiodismo crea una imagen positiva y que se debe fortalecer la formación académica para consolidar las habilidades digitales que exige el mercado.

Según Peralta (2020), en su investigación sobre las competencias docentes necesarias para formar ciberperiodistas, buscó determinar las competencias tecnológicas, metodológicas y sociales que necesitan los docentes universitarios para formar periodistas digitales. La investigación empleó un enfoque mixto, exploratorio-descriptivo y diseño no experimental transeccional, y recogió datos mediante cuestionarios a 74 ciberperiodistas de cinco medios peruanos y entrevistas a siete expertos en ciberperiodismo. Entre los hallazgos, se destaca que el perfil tecnológico del docente debe oscilar entre “avanzado” y “experto”, capaz de utilizar herramientas digitales no convencionales y metodologías activas de aprendizaje basadas en la práctica. La principal conclusión es que formar ciberperiodistas necesita profesores

actualizados tecnológicamente, con experiencia profesional, metodologías participativas y habilidades sociales para generar aprendizaje significativo adaptado al entorno digital.

Según Trujillo (2022), en su estudio Adaptación de los medios tradicionales a las nuevas plataformas digitales como TikTok, buscó examinar cómo la tecnología Web 2.0 ha revolucionado los medios de comunicación tradicionales, con el surgimiento de plataformas como TikTok. Empleó un enfoque metodológico cualitativo, de revisión documental y análisis de casos peruanos en la red social mencionada. Los resultados muestran que los medios tradicionales se han movido a la web para permanecer relevantes, apropiándose de formas narrativas nativas de la web para alcanzar más personas e impactar con la información. Se determina que los periodistas y medios de comunicación se han tenido que ir adaptando a los nuevos flujos y formatos de comunicación digital, siendo esencial integrarlos en sus procesos de comunicación.

La revisión de los antecedentes justifica la pertinencia de la investigación al mostrar que, aunque el periodismo digital se ha abordado desde una perspectiva técnica y formadora, aún existen lagunas sobre cómo los egresados evalúan su capacidad de adaptación profesional al mismo. Este análisis comparativo refuerza la relevancia de la investigación en el distrito de Breña, donde las realidades tecnológicas y educativas locales ameritan una investigación contextualizada. Así, los antecedentes ayudan a encuadrar el problema, justificar su estudio y guiar el marco metodológico y analítico de la investigación.

### **1.3.Bases Teóricas**

En el periodismo, el periodismo digital es la adaptación a los tiempos del cambio acelerado en que se vive la comunicación y el periodismo, como solución a las necesidades de una sociedad hiperconectada, multiformato e interactiva. Esta forma no solo transforma las prácticas profesionales existentes, sino que también requiere nuevas habilidades técnicas,

narrativas y éticas para los entornos digitales. El paso del periodista de lo analógico a lo digital requiere de un proceso de adaptación en el que influyen la formación académica, la apropiación tecnológica y la capacidad de ejercer como comunicador en un entorno virtual y competitivo.

En ese sentido, la investigación que aquí se presenta trata la categoría periodismo digital como el eje de estudio, al ser una herramienta para la adaptación profesional de los graduados en comunicaciones. Se asume que el manejo de herramientas digitales no es suficiente para ejercer la profesión, por lo que es importante conocer cómo los egresados evalúan su formación, preparación técnica y oportunidades para trabajar en medios digitales. Esta parte teórica se organiza en dos grandes categorías, las cuales se subdividen en subcategorías e indicadores que permitirán conocer en detalle los conceptos, características y relaciones que envuelven al fenómeno estudiado.

Como primera categoría, se indica que el periodismo digital es una evolución del periodismo tradicional que ahora requiere de nuevas habilidades técnicas y narrativas para los medios digitales.

### **Periodismo digital**

Para Samson (2004), el periodismo online representa una mutación estructural del periodismo clásico, al sumarle características como la instantaneidad, la interactividad, la multimedialidad y la actualización permanente, que exigen del periodista las funciones de creador, organizador e intermediario de contenidos en ambientes convergentes, desarrollando nuevas funciones como editor de flujo o reportero multimedios, y habilidades técnicas específicas para satisfacer las necesidades de un público cada vez más digitalizado y un mercado laboral que exige versatilidad y actualización constante en el manejo de herramientas digitales.

De esta manera, el periodismo digital no solo implica un cambio en los formatos, sino una revolución en el papel del periodista, al que se le exige adaptarse a nuevos entornos laborales para los que muchas veces no ha sido preparado en universidades privadas como las de Comas. En ese sentido, la investigación se vuelve pertinente para hacer visible cómo este cambio estructural crea tensiones entre lo que aprenden en la universidad y lo que realmente necesitan saber hacer en el mundo digital, impactando en su empleabilidad y capacidad de adaptación profesional.

Di Palma (2010) propone una mirada inicial de lo que significan las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para el periodismo, ya que hablará del flujo permanente de información y de la transformación de los espacios de producción y participación que se generaron gracias a la masificación de Internet, lo que más tarde posibilitó que términos como ciberperiodismo y periodismo ciudadano entraran en el debate para definir y entender el periodismo digital.

En ese sentido, el boom de las TIC transformó no solo las herramientas del periodismo, sino los lugares de acción y producción de noticias, forzando a los graduados a moverse en un ecosistema donde la participación, la conectividad y la instantaneidad son vitales. En términos de esta investigación, eso llega a explicar cómo la falta de preparación en estas nuevas formas de trabajo restringe la adaptación profesional, ya que muchos egresados no fueron formados para trabajar con audiencias participativas ni para generar contenido en ambientes colaborativos digitales.

Como dice López (2015), desde el punto de vista corporativo, el periodismo digital exige que los medios de comunicación transformen su modelo de negocio teniendo como eje central la flexibilidad e integrando su inserción en la dinámica profesional en la que los periodistas manejan con autonomía sus tiempos y espacios, aunque ello implica enfrentar retos

como la precariedad laboral derivada de la multiplicidad de tareas y salarios reducidos, así como una creciente competencia, mientras que, desde la perspectiva del consumidor de la noticia, la democratización de la tecnología ha impulsado una evolución de las audiencias que obliga a los periodistas a generar y difundir contenidos de calidad.

En tal sentido, resulta clave para la presente investigación, ya que evidencia cómo la adaptación profesional de los egresados no solo depende de competencias técnicas, sino también de su capacidad para desenvolverse en un entorno laboral flexible, inestable y altamente competitivo. En este contexto, los egresados enfrentan dificultades para integrarse a un mercado donde deben autogestionarse, diversificar sus funciones y competir con creadores de contenido, sin haber sido preparados para ello desde la universidad, lo que afecta directamente su inserción y sostenibilidad profesional en el periodismo digital.

Mendieta et al. (2023) destacan que el periodismo digital es un término que responde al formato en el que operan los medios periodísticos y que surge como una respuesta a la creciente influencia de Internet y de las nuevas tecnologías aplicadas a la vida cotidiana, de modo que esta forma renovada de ejercer el periodismo integra múltiples formatos como texto, imagen, audio, video y que constituye una transformación profunda frente al modelo tradicional, lo que genera una transformación en las formas de producir, distribuir y consumir información.

En ese sentido, el periodismo digital crea un nuevo ecosistema profesional al que los egresados deben enfrentarse con flujos de trabajo multiformato y plataformas interactivas que exigen habilidades técnicas que no aprendieron en la universidad. Esta evolución estructural demuestra que, para desarrollarse profesionalmente, los comunicadores necesitan habilidades que van más allá del periodismo tradicional, y que su ausencia crea periodos de tiempo en que el perfil del egresado no se ajusta a lo que demanda el mundo laboral digital.

Como primera subcategoría y sus indicadores, se evidencia que la educación periodística en línea es un determinante para preparar a los graduados de comunicaciones para los desafíos del mundo digital. Esta subcategoría abarca desde la forma en que las universidades abordan la pedagogía, la persistencia de modelos tradicionales y la incorporación de contenidos sobre producción digital. Indicadores como periodismo clásico, periodismo aprendido y narrativas digitales pueden revelar si los programas académicos están preparando a los estudiantes para afrontar los cambios estructurales de la profesión y abrazar nuevas formas de narrar, interactuar y converger medios.

### **Formación Académica**

Como señala Segovia (2021), la capacitación académica es un proceso asociado al proyecto social que inicia con la educación superior o universitaria y finaliza con la vida profesional, por lo que la educación universitaria refuerza las competencias profesionales al integrar herramientas y estrategias generadas por el avance científico-tecnológico, las cuales pueden evidenciarse en los indicadores de colocación laboral en áreas específicas como Comunicaciones o Ciencias Económicas, demostrando que la educación superior cumple con las necesidades del mundo laboral.

Entendiendo la definición, la capacitación académica debería de preparar integralmente al egresado para enfrentarse al mercado digital, pero en esta investigación se encuentra que la preparación es vista como insuficiente, sobre todo en competencias tecnológicas. Esto evidencia una desconexión entre lo que debería ser una formación para el cambio y lo que realmente se enseñó, creando restricciones en la habilidad de los egresados para ajustarse con éxito al mundo laboral actual.

## **Periodismo tradicional**

Guarnizo et al. (2022) señalan que el periodismo siempre se ha adaptado a los procesos de aprendizaje de nuevas tecnologías y a la comprensión de nuevas audiencias cada vez más exigentes, resaltando su capacidad para reinventar rutinas productivas, modelos editoriales y permanecer como un modelo de negocio sustentable en el mundo digital.

En esta investigación el periodismo clásico se considera la principal perspectiva en la enseñanza universitaria, lo que impidió que los egresados se ajustaran a las necesidades del mundo digital. Si bien es una base, su hegemonía en la enseñanza sin conexión con las herramientas tecnológicas actuales creó una distancia entre lo que se aprendía y lo que se necesitaba, forzando a los egresados a buscar formas de autoaprendizaje para incursionar en el mundo laboral digital.

## **Conocimientos**

Como Marimon et al. (2022) ya explicitaban, hablar de conocimiento implica hablar inevitablemente de la evolución de las Tecnologías de la Información y de la necesidad de pensar en un conocimiento situado en procesos dinámicos de recogida de datos multimodales, exploración de entornos complejos de aprendizaje y búsqueda de soluciones originales que integren variedad de contextos, formatos y prácticas, y que favorezcan la agencia crítica y colaborativa en la construcción del conocimiento.

En esta investigación los conocimientos se vuelven significativos al encontrarse una falta de formación en herramientas digitales y metodologías actualizadas en la etapa universitaria. Esta carencia restringió la habilidad de los graduados para lidiar con situaciones informativas complejas y transmedia, perjudicando su adaptación profesional y forzándolos a buscar aprendizajes adicionales fuera de la universidad.

## **Narrativas digitales**

Meza y Alfaro (2024) señalan que las narrativas digitales son una forma nueva de contar historias usando multimedia y herramientas digitales que enriquecen la comunicación, permiten organizar la información en formatos accesibles y atractivos, navegar entre textos e imágenes, interactuar en plataformas audiovisuales y virtuales, convirtiéndose en una manera para fomentar la creatividad y la participación activa en los contextos educativos y culturales.

Además, las narrativas digitales son una gran competencia para hacer periodismo digital, ya que son capaces de armar historias multiformato que realmente lleguen a la gente. Pero los titulados consideran que la universidad no les proporcionó las competencias para desarrollarlas de manera práctica y que frenaron su creatividad, capacidad de adaptación y participación en los nuevos escenarios mediáticos.

Segunda subcategoría y sus indicadores: hoy en día el periodismo no se puede concebir sin el manejo de plataformas tecnológicas para generar, editar y difundir información. Esta área aborda el conocimiento y manejo de instrumentos tecnológicos, el uso de redes sociales como vías de propagación y la evaluación de la rentabilidad de proyectos periodísticos en el mundo digital. Estos indicadores evalúan qué tan preparados están los egresados para trabajar en medios periodísticos que exigen velocidad, adaptación tecnológica, creatividad y sostenibilidad económica y de audiencia

## **Plataformas Periodísticas**

Sosa (2023) señala que las plataformas periodísticas han experimentado importantes transformaciones en la era digital y, en consecuencia, son percibidas actualmente como infraestructuras informativas de las que dependen los cada vez más escasos formatos periodísticos tradicionales como la radio, la televisión o la prensa, de modo que estos espacios

que abarcan desde páginas web hasta redes sociales han consolidado su papel como moderadores de contenido no solo al difundir noticias, sino también al fortalecer el concepto de comunidad virtual y enfrentar grandes desafíos derivados de la concentración de operadores tecnológicos como Meta, Alphabet o Netflix, lo que conlleva a la disminución de fuentes de información y a la homogenización de contenidos, así como a la generación de barreras anticompetitivas frente a medios y plataformas más pequeños, muchos de ellos nativos digitales.

En esta investigación, las plataformas periodísticas se consideran como los principales hábitats para el desarrollo profesional de los egresados, al reunir la producción, distribución y consumo de noticias en línea. Pero se encontró que la educación superior no capacitó a los egresados para hacer uso estratégico de dichas plataformas ni para resolver los desafíos que genera su concentración tecnológica, limitando su incursión y permanencia en el mercado laboral digital.

### **Herramientas tecnológicas**

Espinoza (2023) se refiere a las herramientas tecnológicas como recursos digitales y plataformas interactivas que amplían la capacidad de los medios para generar, distribuir y adaptar la información a las necesidades de una audiencia conectada, siendo un indicador de modernización y competitividad en el periodismo al integrarse con redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.

En el marco de esta investigación, las herramientas tecnológicas son una necesidad para ejercer el periodismo digital, ya que posibilitan que los egresados trabajen de manera autónoma y den respuesta a las necesidades de producción multimedia. Sin embargo, los hallazgos muestran que la educación superior proporcionó poca capacitación práctica en el uso de estas

herramientas, creando una gran diferencia entre las habilidades aprendidas y las que necesita el mercado digital.

### **Redes sociales**

Giménez (2023) plantea que las redes sociales son espacios virtuales que transformaron la manera en que nos comunicamos e interactuamos, al incorporar formas más participativas y permitir a los usuarios informarse, entretenerse y compartir instantáneamente contenidos, creando nuevas prácticas culturales y modelos económicos digitales y convirtiéndose en actores principales de la sociedad actual.

Esta clasificación se considera como una de las principales en la investigación, ya que define el lugar en el cual se manifiestan y miden las variables en estudio. La investigación aborda cómo esta revolución en la manera de comunicarnos, de lo inmediato y de lo que se comparte, influye en la manera en que el público objetivo toma decisiones. Por tanto, la investigación no sólo caracteriza el ciberespacio, sino que estudia cómo la agencia colectiva de las redes sociales moldea y transforma los modos de consumo y las prácticas culturales particulares del sector estudiado.

### **Rentabilidad**

Aguirre et al. (2020) señalan que la rentabilidad es un indicador para medir la capacidad de una empresa para generar beneficios en el tiempo y fortalecer su posición financiera a través de la reinversión y capitalización continua de sus recursos, ya que permite tener una perspectiva integral del desempeño operativo, apoyar la toma de decisiones para mejorar procesos y mantener la competitividad y estabilidad en los mercados actuales, cada vez más exigentes.

La rentabilidad es lo más importante, es la métrica para medir el éxito de la estrategia digital. La habilidad de crear ganancias sustentables y mejorar la situación financiera de la

empresa, como explican Aguirre et al. (2020), dependerá de cómo influyan las redes sociales en las decisiones de consumo. Por lo cual, la investigación se basa en analizar cómo la efectividad de la comunicación en dichos ambientes se refleja en un mejor desempeño operativo y mayor competitividad económica.

Presentando la tercera subcategoría con sus indicadores, se argumenta que el periodismo digital necesita de competencias digitales, entendidas como habilidades técnicas y estratégicas para generar y distribuir información de manera efectiva. Esta subcategoría valora como indicadores la generación de contenidos digitales, la viralización informativa en distintas plataformas, y el engagement o conexión con las audiencias. Su evaluación da a conocer si los egresados tienen el perfil profesional que exige el ecosistema digital y si son capaces de elaborar propuestas comunicativas significativas, vivas y participativas.

### **Competencias digitales**

De acuerdo con Lazo et al. (2020), las competencias digitales están estrechamente vinculadas con el campo de acción y ejecución de la profesión ejercida, priorizando el comportamiento del profesional frente a un entorno cada vez más orientado a la digitalización, de manera que, en el ámbito periodístico, la gestión profesional se dirige a fortalecer habilidades técnicas en entornos digitales y a promover una optimización tecnológica que articule la formación continua con los fundamentos tradicionales del oficio, con el propósito tanto de mejorar el ejercicio informativo como de actualizar los enfoques educativos y de difusión del conocimiento.

Para los fines de esta tesis, las competencias digitales son un indicador de la calidad y efectividad del contenido que se comparte en redes sociales. La capacidad del artesano de combinar la técnica digital con la fuerza del oficio determina la confianza y el compromiso de la audiencia y, por extensión, su decisión de compra. Al perfeccionar el ejercicio noticioso a

través de la tecnología, estas habilidades fortalecerán la conexión con la audiencia y, por ende, se reflejarán en la rentabilidad de la empresa.

### **Contenidos Digitales**

Como señalan Villegas y Castañeda (2020), los contenidos digitales son información codificada en distintos formatos accesibles en el ciberespacio, susceptibles de ser interpretados, compartidos y transformados por diferentes actores (usuarios ordinarios, periodistas, marcas, influencers), los cuales fungen como mediadores en los entornos virtuales, posibilitando la circulación de mensajes, la construcción de sentido colectivo y la interacción propia de las redes sociales y plataformas digitales actuales.

Los contenidos digitales son la forma de hacer realidad la estrategia de comunicación en redes sociales y la principal manera de influir en el comportamiento de la audiencia. En esta tesis, la calidad, el formato y la capacidad de ser compartidos de estos materiales serán lo que defina su capacidad como vehículos mediadores, como señalan los autores. Debe de entenderse cómo esta información estructurada crea ese sentido colectivo y de interacción, pues la resonancia y la capacidad de transformación de la información son los canales que directamente enlazan la actividad en redes con la rentabilidad.

### **Difusión informativa**

Guarnizo et al. (2022) señalan que la capacidad del periodismo digital para propagar información de manera instantánea y masiva se apoya en la telefonía móvil y las redes sociales, lo que obliga a los medios digitales a enfocarse en fortalecer su presencia en estas plataformas y optimizar la entrega de contenidos adaptados a la interacción social y garantizar así una circulación rápida, eficiente y continua de la información a audiencias cada vez más conectadas y exigentes.

Para los propósitos de esta investigación, la disseminación de información es una capacidad rival para hacer periodismo digital, pues significa planificar la manera en que la información se distribuirá y conocer el comportamiento de las audiencias. Sin embargo, los egresados refieren que la universidad no los formó en el uso de herramientas ni en programación o análisis de contenidos, lo que ha impedido que puedan desenvolverse en entornos digitales con mucha demanda.

### **Engagement**

Zurita (2019) se refiere al engagement como la habilidad de crear relaciones fuertes con la audiencia a través de la transmisión de contenidos atractivos y emocionales, analizando a profundidad las reacciones y motivaciones del usuario para desarrollar soluciones personalizadas que fomenten la interacción, la fidelización y la construcción de comunidades digitales leales en un entorno competitivo y en constante cambio.

Para esta investigación, el engagement es una competencia del periodista digital, capaz de establecer vínculos con la audiencia a través de contenidos diseñados para generar interacciones y recordación. Pero los titulados reconocen que esta competencia no se trató en la universidad y que tuvieron que desarrollarla por su cuenta, una carencia formativa para una competencia muy demandada en el actual panorama mediático.

Como segunda categoría, se indica que la adaptación profesional es dar respuesta a un mercado laboral en constante cambio, donde la actualización e innovación son determinantes para la vigencia.

### **Adaptación profesional**

Hablar del principio de adaptabilidad profesional significa que el mundo laboral está en constante cambio y, por ello, como apunta Orteu (2017), la adaptación profesional tiene mucho

que ver con la "reformación", un proceso que va más allá de la innovación y evolución de conocimientos y habilidades, sino de reformular el valor de cada persona en el mercado de trabajo, por lo que, ante este cambio, surge también una línea de inclusión o exclusión de trabajadores según se adapten o no a una formación continua; en un mundo laboral que exige cada vez más avanzar y actualizarse.

La adaptación profesional es clave para la sostenibilidad de la estrategia digital analizada. En el mundo de las redes sociales, donde todo cambia a cada instante, esta flexibilidad hace que la marca o el profesional sigan siendo pertinentes y no queden fuera de juego. El estudio defiende que esta predisposición a la formación continua es una condición para crear contenidos digitales efectivos y para que la presencia en redes sociales no solo se mantenga, sino que evolucione, impacte al consumidor y finalmente mejore la rentabilidad.

Pérez (2024) menciona que la adaptación de los profesionales a los diferentes contextos donde trabajen, más aún si estos requieren competencias digitales en un mundo en constante avance tecnológico, y que, desde la mirada pedagógica, en la sociedad de la información y del conocimiento ha sido pertinente el estudio del entorno y las condiciones de empleabilidad, siendo la adaptabilidad a un mercado laboral cambiante la clave para tener éxito en el futuro.

Aquí la adaptabilidad se asume como una competencia transversal necesaria para que los egresados afronten los cambios permanentes del periodismo digital, ya que su formación universitaria no los preparó para anticiparse a lo que el mercado laboral demandará. Esta necesidad los llevó a reinventarse laboralmente con aprendizajes autodidactas, demostrando que la adaptabilidad es una condición para la sostenibilidad laboral en entornos digitales.

Rubió (2014) argumenta que hace 10 años las condiciones para ejercer profesiones y oficios contrastan con la realidad actual, ya que obedece a una presión económica y social, además de vivir en un mercado totalmente globalizado y los constantes cambios en el entorno

empresarial exigen una mayor capacidad de adaptación del talento humano y de los recursos organizacionales siendo la revolución tecnológica el principal motor de estas transformaciones y la globalización de los mercados su consecuencia más relevante

Este concepto justifica la imperatividad de la Adaptación Profesional y las Competencias Digitales en la tesis. La presión económica y la globalización, impulsadas por la revolución tecnológica, obligan a la empresa estudiada a depender fundamentalmente de las redes sociales para competir. La investigación asume que solo aquellas organizaciones cuyo talento humano demuestre una alta capacidad de adaptación a estos cambios constantes podrán diseñar estrategias digitales efectivas, logrando así generar la interacción y el engagement que se traducirá en la rentabilidad sostenible deseada.

Montagut (2021) indica que en el panorama cada vez más dinámico de las Ciencias de la Información, el cambio es el protagonista y exige que los profesionales actualicen constantemente sus habilidades, ya que no solo son necesarias habilidades cognitivas, sino que se necesitan habilidades en el uso de herramientas digitales para difundir contenido, por lo que los redactores que van a la vanguardia deben incorporarse con diligencia, exactitud y precisión ante los cambios drásticos que puedan ocurrir, como sucedió con la pandemia del COVID-19.

En este escrito se hace hincapié en la necesidad de las competencias digitales como parte de las competencias profesionales de la asignatura. La investigación asume esta postura para evidenciar que la efectividad de la divulgación de contenido en redes sociales, determinante para la rentabilidad, es proporcional a la actualización permanente de su personal. La habilidad del escritor a dominar instrumentos digitales con exactitud y cuidado garantiza que los mensajes esenciales de la organización alcancen al público deseado, optimizando la interacción y minimizando riesgos en situaciones de cambio acelerado.

Como primera subcategoría y sus indicadores, se evidencia que la inserción laboral del egresado necesita más que habilidades técnicas, necesita conocer el mundo laboral, las verdaderas oportunidades que tiene para trabajar y crear redes. Esta subcategoría trata temas como la inclusión laboral, el networking profesional, la falta de experiencia digital y la opinión sobre las oportunidades laborales. Estos indicadores analizan los factores que obstaculizan la incursión de los egresados al mundo del periodismo digital y la preparación institucional para ello.

### **Inserción laboral**

Como señalan Rabanal et al. (2020), la inserción laboral es un proceso que necesita la inclusión de los estudiantes en el mundo laboral, con unos niveles que pueden ser medidos a través de la empleabilidad y la ocupabilidad, y que para lograr esta inclusión profesional se necesitan estrategias como la capacitación en habilidades personales y sociales, la inclusión en la malla curricular de cursos formadores en didáctica y emprendimiento, la homologación de prácticas y la inclusión en bolsas de trabajo.

La colocación laboral es un indicador de sustentabilidad para la rentabilidad de la empresa en el mediano y largo plazos. Este proceso es fundamental para garantizar la disponibilidad permanente de talento humano con empleabilidad y competencias para administrar plataformas digitales. La capacitación estratégica de profesionales, certificando prácticas y desarrollando competencias, asegura que el equipo pueda mantener la Adaptación Profesional que las redes sociales exigen para seguir siendo competitivos.

### **Networking**

Para Alemán (2023), el networking es una forma de estrategia relacional para construir, fortalecer y aprovechar las conexiones con individuos o entidades que comparten intereses

comunes y así generar beneficios mutuos a través de conexiones fuertes y negociaciones efectivas para ampliar las oportunidades profesionales o de negocios, fortalecer una red de contactos y mejorar el crecimiento organizacional en un entorno competitivo y colaborativo.

El networking es un reflejo de la calidad de las relaciones que la empresa logra tejer estratégicamente en espacios digitales como las redes sociales. La habilidad para crear y cultivar relaciones fuertes abre puertas no solo a oportunidades de negocio, sino que amplifica la difusión y la confianza en el contenido digital. Esto permite negociaciones y colaboraciones exitosas, clave para expandir la influencia en el mercado. Por eso, hacer un buen networking es clave para convertir la presencia online en crecimiento empresarial y rentabilidad.

### **Inexperiencia digital**

Como señalan Bernal et al. (2024), la falta de experiencia digital de los egresados se manifiesta en la falta de capacitación avanzada en herramientas y entornos tecnológicos que les permitan abrirse camino en medios que requieren perfiles capaces de gestionar contenidos digitales, siendo una carencia formativa que dificulta su adaptación al mundo laboral en un sector periodístico cada vez más enfocado en plataformas interactivas y estrategias de producción multimedia.

La inexperiencia digital se identifica como la principal barrera para la adaptación profesional de los graduados, verificando el problema central de la investigación. Esta falta de capacitación superior restringe las habilidades para crear contenidos digitales efectivos y manipular los entornos tecnológicos, lo cual cierra las puertas para una inserción laboral. La investigación abordará cómo esta diferencia educativa se siente como la causa que posterga la integración al mercado laboral periodístico digital, al no poder dar respuesta a las necesidades de producción multimedia e interactiva.

## **Oportunidades laborales**

García et al. (2023) consideran las oportunidades laborales como las posibilidades que la digitalización ofrece a los egresados para dar a conocer su formación y experiencia en plataformas especializadas, generar perfiles profesionales atractivos y aumentar su visibilidad ante empleadores, siendo una estrategia para destacar en un mercado competitivo y conseguir empleos acordes a sus habilidades, intereses y objetivos profesionales en el campo de la comunicación.

Las salidas profesionales se conciben como la consecuencia directa y cuantificable de una buena adaptación profesional al mundo digital. La digitalización ha convertido la búsqueda de empleo en un ejercicio de exposición y posicionamiento de perfil en medios interactivos, por lo que el egresado debe dominar las redes sociales. Este indicador servirá para medir si la capacitación recibida realmente prepara al egresado para competir en el mercado y obtener los empleos que requiere el periodismo digital.

A continuación, se presenta la segunda subcategoría y sus indicadores, y se argumenta que, en los mundos digitales, el quehacer profesional pasa necesariamente por la exposición pública y, por ende, por los riesgos asociados a la vulnerabilidad digital, la reputación digital y la credibilidad profesional. Esta subcategoría explora cómo los egresados viven su presencia en las redes sociales, qué tan dispuestos están a convertirse en figuras visibles en el panorama de la información, y el efecto emocional o profesional que tiene estar expuesto permanentemente a un público variable y enérgico.

## **Exposición Pública**

Gómez (2022) hace una comparación entre la exposición pública y la publicidad de las cosas, siendo esta última más que mostrarlas (abstracta o concretamente), ya que lo público en

las Ciencias Sociales significa lo que está relacionado e interactúa en la esfera pública, en donde la exposición no solo se refiere a la visibilidad, sino a un acto comunicativo y social que crea significados e interacciones en un espacio común.

La presencia en línea no se limita a estar presente, sino a exponerse de manera intencional para construir reputación y credibilidad profesional. Para la tesis, esta subcategoría es el gran reto de la adaptación, pues implica que el egresado no solo sea visible, sino que participe en la construcción de significados colectivos en las redes sociales. La investigación analizará si la capacitación capacita al egresado para gestionar esta exposición como un instrumento estratégico, esencial para construir una marca profesional que le abra las puertas al mundo laboral.

### **Vulnerabilidad digital**

Arellano (2024) define la vulnerabilidad digital como la condición de desigualdad que enfrentan ciertos individuos o grupos al no contar con las capacidades ni los recursos necesarios para acceder y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación en condiciones equitativas, destacando que esta limitación no solo amplía brechas sociales existentes, sino que también restringe su participación efectiva en la economía digital, el ejercicio de sus derechos y el aprovechamiento de servicios esenciales en un entorno cada vez más interconectado.

La vulnerabilidad digital es la manifestación de la inexperiencia y la falta de capacitación en el mundo de la exposición pública, esencial para la tesis. Se asume como la barrera que enfrentan los graduados para ingresar y desenvolverse en el ecosistema de las redes sociales y, por ende, se ven excluidos del mercado periodístico. Este indicador permite conocer cómo la falta de habilidades y recursos en la formación profesional profundiza la desigualdad y limita las oportunidades laborales, obstaculizando una adaptación profesional justa y completa.

## **Reputación Digital**

Pascual (2020) se refiere a la reputación digital como la imagen que se crea en la web sobre una marca o persona, a partir de lo que publican y de cómo interactúan en las redes sociales, y que se convierte en un reflejo permanente y público de su identidad que debe ser gestionada con cuidado para generar credibilidad, coherencia y confianza en audiencias cada vez más informadas y exigentes.

La reputación digital es el principal activo intangible que el egresado debe administrar en su proceso de inserción laboral. Esta imagen virtual no es estática, sino que implica una administración de contenidos en línea a través de redes, lo que es esencial para dar una imagen de credibilidad y congruencia a los empleadores. La investigación tratará sobre si la educación universitaria te prepara para enfrentarte a esta exposición pública con cautela, ya que una buena reputación es la puerta para abrirte las puertas hacia el mundo laboral periodístico.

## **Credibilidad**

Alvarado (2022) afirma que la credibilidad del periodismo profesional se basa en el uso permanente de instrumentos propios del periodismo especializado, como la investigación, verificación y construcción de narrativas informativas, las cuales lo diferencian del periodismo ciudadano en que éste último no logra asegurar un nivel de calidad que mantenga la confianza de la gente y refuerce la función social de informar con veracidad y responsabilidad.

La credibilidad se erige como la base ética y profesional de la adaptación, lo que distingue al egresado de periodismo ciudadano no profesional de las redes sociales. Sobreentiéndase que la confianza del público —clave para la Reputación Digital— solo se gana con el uso de la investigación rigurosa y la verificación de datos. Por lo cual, la investigación establecerá si la capacitación otorga dichas herramientas específicas para que el graduado

domine la Exposición Pública y garantice una comunicación digital con la veracidad y responsabilidad que exige el mercado.

Presentando la tercera subcategoría con sus indicadores, se sostiene que la empleabilidad en el periodismo digital está condicionada por diversos factores, como la estabilidad laboral, la adaptación a los cambios tecnológicos y la inserción digital. Esta subcategoría indaga en si los egresados se sienten preparados para desarrollar una carrera en medios digitales, si encuentran oportunidades de desarrollo a futuro y si sus perfiles se ajustan a las nuevas necesidades del mundo laboral periodístico en el entorno online.

### **Empleabilidad**

Andino (2023) señala que la empleabilidad se relaciona estrechamente con la inserción laboral y con las demandas e implicancias que esta supone, entendiéndose como la capacidad de una persona para resultar útil en el mercado laboral mediante el desempeño de destrezas personales orientadas a una determinada productividad, y advierte que existe un creciente interés en el ámbito científico por investigar este concepto, especialmente al analizar diversos ecosistemas empresariales y enfocar la atención en los trabajadores, cuyas dinámicas de empleabilidad dependen del desarrollo de habilidades particularmente digitales y de la continua formación académica para el ejercicio profesional.

La empleabilidad es la subcategoría que subsume la Adaptación Profesional al mercado laboral periodístico digital y que es consecuencia de la gestión de redes sociales. Entendida como la habilidad del graduado para ser útil y efectivo en un entorno, lo que implica el desarrollo de sus habilidades digitales y el aprendizaje permanente. El cual será fundamental para la tesis, para analizar si el periodismo digital es una herramienta que realmente ayuda a desarrollar habilidades personales para conseguir el trabajo deseado.

## **Estabilidad Laboral**

Balestero (2020) señala que la estabilidad laboral es la garantía de permanencia en el trabajo que emana del principio de continuidad del Derecho Laboral, según el cual la relación de trabajo solo puede extinguirse por una justa causa, protegiendo al trabajador contra despidos injustificados, fortaleciendo los vínculos laborales y asegurando unas condiciones dignas y justas en las relaciones contractuales.

Estabilidad laboral: es el summum de la empleabilidad alcanzada por el egresado adaptado al periodismo digital. Aunque es un término jurídico, la tesis lo aplica para medir la sostenibilidad y la calidad de las oportunidades laborales en este sector. Una adaptación profesional exitosa, de la mano de las competencias digitales, no solo debe crear empleo, sino que debe garantizar relaciones laborales sostenibles y dignas. Este indicador mide si el campo laboral digital es un campo equitativo para el graduado.

## **Adaptabilidad**

Arias (2021) define la adaptabilidad como la habilidad de los empleados para ajustarse de manera proactiva a los cambios disruptivos del ambiente de trabajo, en particular los generados por nuevas formas de trabajo remoto, en línea o virtual, y por el uso intensivo de tecnologías y herramientas digitales, siendo una competencia fundamental para mejorar los procesos organizacionales, asegurar la continuidad del negocio y satisfacer las demandas de un mercado cada vez más digitalizado y cambiante.

La adaptabilidad se entiende como la capacidad de todo profesional de periodismo digital de adaptarse a cualquier circunstancia que se le presente, siendo la esencia de la Adaptación Profesional. Es la habilidad proactiva para adaptarse a nuevas maneras de trabajar, como el teletrabajo o el uso intensivo de herramientas digitales. La hipótesis plantea que sin

esta competencia el profesional no puede asegurar la continuidad y mejora de los procesos organizacionales en un mercado cambiante. Entonces, este es un buen indicador para evaluar si la formación ha logrado grabar en sus mentes la idea de la actualización permanente para la empleabilidad.

### **Inserción Digital**

Jastrzebski et al. (2024) mencionan que la inmersión digital se refiere a la adaptación al mundo tecnológico laboral, superando retos que exigen desarrollar estrategias competitivas para incursionar exitosamente en el mercado laboral, mejorando así la calidad de los servicios. En ese contexto, los autores señalan la necesidad de conocer cómo la digitalización está transformando la profesión y el papel que deben tener estudiantes y egresados para mantenerse vigentes ante las nuevas exigencias del mundo laboral actual.

La inserción digital se define como la capacidad competitiva del graduado para incursionar y permanecer en el mercado laboral del periodismo digital, un factor para la empleabilidad. Esta habilidad implica adaptarse a las tecnologías y crear estrategias competitivas para mejorar la calidad profesional. La investigación verificará si el periodismo digital como instrumento le está dando al egresado el conocimiento necesario para entender lo que urge saber sobre la digitalización, preparándolo para ser ese agente activo de actualización y adaptación que el mercado necesita.

Las categorías elaboradas dan cuenta del fenómeno estudiado desde la comprensión de que el periodismo digital no es solo una nueva forma de práctica, sino también un nuevo lugar de aprendizaje, interacción y posicionamiento profesional. Cuando se analizan las subcategorías e indicadores definidos, se pueden enlazar los factores que influyen en la percepción de los egresados sobre su proceso de adaptación y sus verdaderas oportunidades para laborar en ambientes digitales.

Además, este marco teórico proporciona la guía para desarrollar los instrumentos de recolección de datos y para el análisis de los datos. Conocer las dimensiones formadoras, tecnológicas, laborales y subjetivas por las que atraviesa el egresado ante el periodismo digital podrá reconocer ausencias institucionales, nuevas demandas del mercado y, principalmente, perspectivas que fortalezcan la formación profesional en concordancia con los tiempos del ecosistema digital.

#### **1.4.Hipótesis**

La hipótesis es una predicción sustentada teóricamente que plantea una relación esperada entre dos o más variables, estableciendo una direccionalidad que puede ser positiva o negativa, y que requiere ser contrastada empíricamente mediante técnicas estadísticas inferenciales. Según Goyanes (2023), este planteamiento responde a una lógica hipotético-deductiva propia de los estudios cuantitativos, donde se parte de teorías previas que permiten prever asociaciones entre variables, siendo indispensable la operacionalización de constructos a través de mediciones numéricas para su validación o refutación científica.

La investigación es de tipo cualitativo, no plantea hipótesis porque no pretende encontrar relaciones causales ni generalizables entre variables, sino comprender la mirada de los egresados desde sus vivencias personales y contextuales. Más que hipótesis, la investigación se guía por preguntas abiertas que exploran inductivamente el fenómeno, en coherencia con la naturaleza descriptiva y transversal del diseño no experimental. De este modo, lo que interesa es conocer el significado que los individuos le otorgan al periodismo digital y la forma en que éste los ayuda en su proceso de adaptación profesional.

## **1.5. Justificación**

### **Justificación teórica**

Desde la teoría, esta investigación contribuye al campo académico y científico de los estudios de comunicación, periodismo digital y adaptación profesional, al conocer cómo los egresados conciben y valoran el uso de plataformas digitales en el ejercicio profesional. Al abordar la mirada subjetiva de los egresados, el estudio contribuye a los debates sobre el tránsito del periodismo tradicional a la digital, evidenciando la necesidad de actualizar marcos conceptuales sobre competencias digitales, narrativa multimedia y las nuevas formas del ecosistema informativo. Esta contribución teórica es pertinente para futuras investigaciones que intenten analizar las tensiones entre educación superior y práctica profesional en entornos digitales emergentes.

### **Justificación práctica**

En términos prácticos, esta investigación es relevante en la medida que evidencia las brechas formativas y las dificultades reales que enfrentan los egresados de comunicaciones del distrito de Comas cuando intentan abrirse camino en el mercado laboral del periodismo digital. Recopilando sus opiniones, se obtienen datos para ajustar planes de estudio y diseñar estrategias institucionales que mejoren la empleabilidad en el mundo digital. Además, los resultados ayudarán a universidades, profesores y responsables académicos a adaptar mejor sus propuestas formativas a las necesidades actuales del periodismo, que cada vez más se practica en YouTube, TikTok o redes sociales.

### **Justificación metodológica**

Metodológicamente, la investigación asume un enfoque cualitativo, de tipo básica y diseño no experimental, para explorar a profundidad la mirada de los egresados sin manipular

el contexto. El uso de entrevistas semiestructuradas como método de recolección permite obtener una comprensión rica y contextualizada del fenómeno, explorando los significados que los individuos le otorgan al periodismo digital en su proceso de adaptación profesional. Este abordaje metodológico se alinea con el propósito de la investigación, el cual busca comprender más que medir variables subjetivas (como la percepción) en un contexto en constante cambio como lo es el periodismo digital.

## **1.6. Formulación del problema**

### **Problema general**

¿Cuál es la percepción sobre el periodismo digital como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones en una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025?

### **Problemas específicos**

¿Cuál es la percepción sobre la formación académica como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025?

¿Cuál es la percepción sobre las plataformas periodísticas como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025?

¿Cuál es la percepción sobre las competencias digitales como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025?

## **1.7.Objetivos**

### **Objetivo general**

Analizar sobre el periodismo digital como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025

### **Objetivos específicos**

Describir la percepción sobre la formación académica como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025

Reconocer la percepción sobre las plataformas periodísticas como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025

Explorar la percepción sobre las competencias digitales como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025

## **CAPÍTULO II: METODOLOGÍA**

### **2.1. Tipo: Aplicada**

Lozada (2014) señala que la investigación básica (o fundamental), según Lozada, es el proceso mediante el cual se genera teoría científica a partir de ideas o de la observación de fenómenos, a través de un trabajo prolongado orientado a producir nuevo conocimiento sin un fin práctico inmediato; ese conocimiento sirve luego como base para el desarrollo posterior de tecnología y de la investigación aplicada.

En coherencia con la definición de Lozada, nuestra investigación se clasifica como aplicada porque no busca generar una teoría nueva sobre periodismo digital o adaptación profesional, sino emplear marcos conceptuales ya existentes para comprender y resolver un problema concreto: la brecha entre la formación universitaria y las exigencias del mercado laboral digital en los egresados de comunicaciones de una universidad de Comas. A partir del análisis cualitativo de sus percepciones, el estudio identifica carencias específicas en formación académica, plataformas periodísticas y competencias digitales, y traduce esos hallazgos en propuestas de mejora curricular, de acompañamiento a la inserción laboral y de fortalecimiento de competencias profesionales. Es decir, el conocimiento teórico se utiliza como herramienta para intervenir en una realidad educativa y profesional determinada, ofreciendo insumos directamente aprovechables por la facultad, los docentes y los propios egresados, lo que ubica claramente el trabajo en el campo de la investigación aplicada

### **2.2. Diseño: No experimental**

De acuerdo con Sousa et al. (2007), el diseño no experimental se concibe como el proceso de observar fenómenos que realiza un investigador, sin manipular deliberadamente las variables o intervenir en el ambiente.

La elección del diseño no experimental es adecuada para nuestra investigación porque permite explorar las percepciones de los egresados respecto al periodismo digital y su proceso de adaptación profesional desde sus propias experiencias, sin alterar el contexto en el que se desenvuelven.

### **2.3. Enfoque: Cualitativo**

De acuerdo con Huamán et al. (2022), en una investigación científica el enfoque constituye la orientación metodológica que guía el proceso de estudio y define la manera en que se abordará el problema de investigación, existen enfoques como el cuantitativo, cualitativo y el mixto, cuya elección depende de la naturaleza del problema, los objetivos y el tipo de información a recolectar para garantizar coherencia y validez del estudio.

En esta investigación el enfoque cualitativo es el más adecuado porque permite comprender en profundidad las percepciones de los egresados de comunicaciones sobre el periodismo digital como herramienta de adaptación profesional captando matices experiencias y significados que no se reflejan en datos numéricos y facilitando la interpretación de la realidad desde la perspectiva de los participantes en coherencia con los objetivos del estudio.

### **2.4. Nivel: Transversal**

En la opinión de Müggenburg y Pérez (2007), los estudios transversales son aquellos en los que la recolección de datos se realiza en un único momento o tiempo específico, lo que permite obtener una visión puntual y concreta del fenómeno investigado sin necesidad de realizar un seguimiento prolongado.

En el presente estudio, optar por un nivel transversal resulta pertinente porque permite obtener una radiografía precisa y actual de las percepciones que tienen los egresados de comunicaciones sobre el periodismo digital como herramienta de adaptación profesional

permitiendo identificar tendencias y favoreciendo conclusiones acordes al contexto investigado.

### **2.5. Alcance: Descriptivo**

Según Guevara et al. (2020), la investigación descriptiva busca especificar las propiedades de un fenómeno o conjunto de fenómenos homogéneos, al utilizar criterios sistemáticos que permitan organizar y describir su estructura o comportamiento, proporcionando información exacta que sirva para el análisis de la realidad.

Para los propósitos de esta investigación, elegir un alcance descriptivo es idóneo, ya que permite describir lo que piensan los egresados de comunicaciones sobre el periodismo digital como una herramienta de adaptación profesional, clasificando la información en categorías y mostrando tendencias y patrones en un momento específico.

### **2.6. Población: 50 egresados**

Como refieren Arias et al. (2016), la población es el conjunto de casos definido, delimitado y accesible, que sirve de base para la muestra y a la cual se quieren extender los resultados de la investigación, y que satisfacen unos criterios de antemano establecidos y que posibilitan dar respuesta a los objetivos de la investigación.

En la investigación, la población la conforman 50 egresados de la carrera de Comunicación de una universidad privada ubicada en el distrito de Comas, lo que permite definir una muestra específica y homogénea y garantizar que las percepciones recopiladas reflejen la realidad estudiada y puedan contribuir a entender la función del periodismo digital como adaptación profesional en su contexto.

## **2.7. Muestra: 50 egresados**

Como lo indica López (2004), la muestra es una parte de la población que se elige para recibir información representativa y confiable que permita hacer extensivos los resultados de la investigación a toda la población.

Para la presente investigación se ha optado por un muestreo censal de 50 egresados de la carrera de Comunicación, ya que permite recopilar la percepción de todos los individuos que integran la población y obtener una visión completa del fenómeno.

## **2.8. Muestreo: Censal**

De acuerdo con Cárdenas y Yáñez (2012), dentro de los métodos de muestreo, el muestreo censal consiste en incluir a la totalidad de los elementos que conforman la población definida en un estudio, lo que permite eliminar la incertidumbre relacionada con la representatividad de la muestra, dado que no se selecciona un subconjunto, sino que se consideran todos los casos disponibles.

En el caso de esta investigación, la elección de un muestreo censal resulta pertinente porque la población de egresados de comunicaciones de la universidad privada del distrito de Comas asciende a un número accesible que permite abarcar a todos sus integrantes.

### **Criterio de inclusión**

Egresados que no ejercen en periodismo digital

- Son parte central de la muestra por no desempeñarse actualmente en el ámbito del periodismo digital.
- Su perspectiva es clave para comprender las dificultades de adaptación profesional.

- Permiten identificar vacíos en la formación académica y barreras frente al mercado digital.
- Egresados que ejercen en periodismo digital tras transición desde otras funciones
- Son aquellos que actualmente trabajan en periodismo digital, pero no iniciaron su carrera profesional en este campo.
- Su experiencia permite analizar los procesos de transición profesional hacia lo digital.
- Contribuyen al análisis sobre el desarrollo de competencias digitales adquiridas en la práctica.

La comparación entre egresados que no ejercen en el ámbito digital y aquellos que lograron insertarse en el periodismo digital tras un proceso de transición permitirá enriquecer la comprensión del fenómeno investigado, ya que posibilita analizar distintas trayectorias y estrategias de adaptación profesional. Esta contraposición de experiencias ofrece una visión más amplia sobre cómo se percibe el periodismo digital desde distintos puntos de partida, fortaleciendo así el análisis cualitativo.

## **2.9. Método: Deductivo**

En el artículo de Prieto (2017), el método de investigación deductivo se concibe como un razonamiento que parte de principios generales ya validados para llegar a hechos particulares, es decir, se analizan primero marcos teóricos o reglas generales y luego se aplican a casos específicos con el fin de tomar decisiones o extraer conclusiones empíricas.

En nuestro estudio sobre la percepción del periodismo digital como herramienta de adaptación profesional en egresados de comunicaciones, el razonamiento es esencialmente deductivo porque partimos de un marco teórico general, periodismo digital, formación

académica, plataformas periodísticas, competencias digitales, inserción laboral y empleabilidad, del que se derivan categorías, subcategorías e indicadores previamente definidos; a partir de esos principios teóricos se construyó la guía de entrevista y luego se analizaron las respuestas de los 50 egresados como casos particulares, con el propósito de confirmar, matizar o cuestionar lo que la teoría propone sobre la adaptación profesional en entornos digitales, de modo que no se genera una teoría nueva desde los datos, sino que se aplican y contrastan marcos conceptuales existentes en una realidad específica.

### **2.10. Técnica: Entrevista**

Como expresa Medina et al., 2015: al (2023), la entrevista es una técnica de recolección de datos que implica una conversación directa entre el investigador y el entrevistado para explorar en detalle sus experiencias, opiniones o conocimientos sobre el objeto de estudio, guiándose por una guía estructurada o semiestructurada que garantice cubrir los temas necesarios y obtener la información relevante.

En la investigación, la técnica de la entrevista es esencial para recoger información porque la interacción permite resolver dudas en el momento y explorar cuestiones que en herramientas más estructuradas no emergerían, garantizando que las respuestas se ajusten al contexto y la necesidad de la investigación.

### **2.11. Instrumentos: Guía de entrevista semiestructurada**

Según Villarreal y Cid (2022), la entrevista semiestructurada es una técnica cualitativa flexible y rica que permite crear un espacio de conversación en profundidad con el entrevistado para comprender sus perspectivas, pensamientos y significados desde su propia experiencia.

En la investigación, la guía de entrevista es la herramienta, ya que permite conocer a detalle experiencias, opiniones y valoraciones que no podrían ser conocidas por medio de otras

técnicas, asegurando un marco estructurado y flexible para profundizar en temas emergentes que puedan surgir en el transcurso de la entrevista, enriqueciendo la comprensión del fenómeno estudiado.

## 2.12. Procedimiento

El proceso se llevó a cabo tal como lo planificó la investigación, una vez que la guía de entrevista semiestructurada fue elaborada, validada y adaptada a las categorías del marco teórico. La recolección de datos se llevó a cabo en dos momentos: la conformación de la muestra y la aplicación del instrumento.

Para el muestreo se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, contactando en un inicio a compañeros de promoción conocidos. Este primer acercamiento sirvió para conseguir la referencia de otros egresados/colegas de la carrera, incluyendo estratégicamente a colegas que, aunque son comunicadores, no ejercen directamente el periodismo digital, ampliando la perspectiva de adaptabilidad.

El instrumento se administró de forma mixta (virtual y presencial), primando la flexibilidad en el tiempo del egresado, pero asegurando la estandarización de la guía de entrevista en todos los casos:

1. **Coordinación y Contacto:** El principal canal de comunicación fue WhatsApp, a través del cual se envió la invitación formal y se coordinó la forma de la entrevista.
2. **Aplicación Virtual:** Para la recolección, se utilizaron llamadas telefónicas o videollamadas (sincrónicas) en las que las investigadoras administraron el instrumento en tiempo real. En otros casos, el instrumento fue contestado por el egresado a través de audios enviados por WhatsApp (forma asincrónica), garantizando que todas las respuestas fueran capturadas.

- 3. Aplicación Presencial:** En casos específicos, se realizaron visitas programadas donde se aplicó la entrevista presencial.

Esta forma minuciosa y adaptable de aplicación del instrumento dio como resultado el poder conseguir respuestas ricas y contextualizadas del instrumento, garantizando la trazabilidad y cobertura de la muestra en el contexto de la investigación.

### **2.13. Validez y confiabilidad de la información**

De acuerdo con Arias y Sireci (2021), la validez en una investigación científica se refiere al grado en que un instrumento o procedimiento logra medir de manera precisa aquello que pretende evaluar, garantizando que los resultados obtenidos representen fielmente la realidad del fenómeno estudiado y no se vean distorsionados por errores sistemáticos o sesgos metodológicos, lo cual es fundamental para sustentar la credibilidad y la pertinencia de las conclusiones.

Según Corral (2022), la confiabilidad en una investigación científica se refiere a la capacidad de un instrumento para producir resultados consistentes y estables al ser aplicado repetidamente a la misma muestra, debe generar datos muy semejantes.

Por consiguiente, la validez del instrumento de recolección de datos, en este caso la guía de entrevista semi estructurada, se establecerá mediante el juicio de expertos, lo cual resulta pertinente dentro del enfoque cualitativo adoptado en la presente investigación. Esta validación permitirá asegurar que las preguntas formuladas sean coherentes con los objetivos de estudio, pertinentes respecto a las categorías analizadas y comprensibles para los participantes.

#### **2.14. Análisis de la información**

El análisis de la información se desarrolló a partir de los datos obtenidos mediante la técnica de entrevista y utilizando como herramienta la guía de entrevista previamente diseñada, lo que permitió organizar y estructurar las respuestas en correspondencia con los objetivos planteados en la investigación; en este proceso, se transcribieron de forma íntegra las intervenciones de los participantes, se codificaron las respuestas conforme a las categorías y subcategorías definidas en el marco teórico y se aplicó un análisis cualitativo que posibilitó reconocer patrones, similitudes y diferencias en las percepciones de los egresados de comunicaciones respecto al periodismo digital como herramienta de adaptación profesional, asegurando así un tratamiento metodológico riguroso y respaldado por fundamentos teóricos.

#### **2.15. Aspectos éticos de la investigación**

En la presente investigación, los aspectos éticos se fundamentan en el respeto, la integridad y la transparencia durante todo el proceso de recolección y análisis de datos, garantizando que la información proporcionada por los egresados de comunicaciones sea tratada con absoluta confidencialidad y utilizada únicamente para fines académicos, asegurando además el consentimiento informado de los participantes mediante la explicación clara de los objetivos del estudio, la naturaleza voluntaria de su participación y el derecho a retirarse en cualquier momento sin repercusiones, evitando cualquier tipo de sesgo o manipulación de resultados y procurando que las conclusiones reflejen fielmente las percepciones y experiencias manifestadas por los encuestados y entrevistados con el propósito de mantener la veracidad y el rigor científico de la investigación. Asimismo, esta investigación se encuentra alineada a la Resolución Rectoral N.º 026-2023-UPN, donde se especifican las líneas y sub líneas de investigación para la Facultad de Comunicaciones con especialidad en Periodismo.

## **CAPÍTULO III: RESULTADOS**

### **3.1. Análisis de resultados de la primera categoría: Periodismo digital**

El análisis conjunto de las subcategorías Formación Académica, Plataformas Periodísticas y Competencias Digitales muestra que la categoría Periodismo Digital es una de las mayores deficiencias en la formación profesional de los egresados. Hay una desconexión estructural entre lo que se enseña en la universidad y lo que se necesita para trabajar en ambientes digitales. La capacitación quedó estancada en modelos tradicionales, sin actualizar el currículo con herramientas tecnológicas, producción multimedia, estrategias para difundir en redes ni sostenibilidad digital. Esta carencia formativa no solo restringió la capacidad técnica de los egresados, sino que también vulneró su seguridad laboral, disminuyó sus opciones de colocación y los forzó a procesos autodidactas. Y aunque se aprecian ciertos principios éticos y narrativos, son insuficientes sin una aplicación concreta a las prácticas del ecosistema mediático actual. Por lo tanto, el periodismo digital era más una ambición autodidacta que un camino educativo institucionalizado, una manifestación de la falta de previsión pedagógica sobre las necesidades del nuevo perfil profesional. "Esta realidad exige una transformación urgente de los planes de estudio de comunicaciones, con foco en habilidades digitales, innovación periodística y adaptabilidad tecnológica desde los primeros ciclos formativos".

#### **3.1.1. Análisis de resultados de la primera subcategoría: Formación Académica**

En la subcategoría Formación Académica se observa que los egresados se muestran insatisfechos con la preparación que recibieron en la universidad para enfrentarse al mundo digital. En el indicador periodismo tradicional, una capacitación enfocada en formatos tradicionales que limitó su adaptación profesional; en el indicador conocimientos, se evidencia la falta de herramientas digitales esenciales para el ejercicio periodístico actual; y en el

indicador narrativas digitales, aunque reconocen las bases teóricas, los egresados perciben falta de contextualización con los nuevos formatos. En suma, esta subcategoría evidencia una gran brecha educativa de lo aprendido a lo que el mercado laboral digital requiere, y esto se refuerza con lo expresado por el Egresado 2 (E2): "Nos dieron una buena base, pero no nos prepararon para las formas de producción y consumo de información digital, pero tenemos que ajustarnos".

### **3.1.1.1. Análisis del Indicador 1: Periodismo tradicional**

Los egresados coinciden ampliamente en que la formación recibida en la universidad tuvo un enfoque marcadamente tradicional, centrado en medios impresos, prensa escrita y formatos convencionales, lo cual generó una percepción de desactualización frente a las exigencias del mercado laboral digital. La mayoría señala que no se contemplaron herramientas digitales, plataformas sociales ni estrategias de contenido online, y que los cursos estuvieron enfocados en la redacción clásica sin considerar la adaptación al entorno digital. Esto provocó que, al egresar, muchos se sintieran limitados, inseguros o incluso frustrados por no contar con los conocimientos necesarios para desempeñarse en entornos digitales. El análisis se complementa con lo dicho por el Egresado 3 (E3), quien sostuvo: "*Tuvimos un buen curso de periodismo, pero, no se dedicaba tanto a redes sociales o plataformas digitales. Nos enseñaron a escribir notas para periódico, pero nunca para TikTok o Instagram.*" Algunos comentan que la universidad no promovió la experimentación con nuevos formatos como reels, podcasts o transmisiones en vivo, y que hubo resistencia por parte de algunos docentes a reconocer a las redes sociales como espacios válidos para el ejercicio periodístico. Pese a que se valoran aspectos como la ética y la estructura narrativa aprendida, los egresados reconocen que esa base fue insuficiente si no se articuló con la realidad tecnológica y las nuevas formas de consumo informativo. Esta brecha entre lo aprendido y lo exigido en la práctica ha obligado a muchos a capacitarse por su cuenta. Por ello, se concluye que la predominancia del periodismo

tradicional en la formación académica generó una percepción de desajuste profesional, al no preparar integralmente a los egresados para el ejercicio del periodismo digital contemporáneo.

### **3.1.1.2. Análisis del Indicador 2: Conocimientos**

Las respuestas muestran que la mayoría de los graduados piensa que la universidad no integró de forma suficiente ni estratégica las cuestiones digitales. Muchos relatos coinciden en que los contenidos digitales se abordaron como un tema complementario, nombrado en algunas asignaturas, pero sin profundizar ni aplicarse. Pero la malla curricular no se adaptó a la velocidad de los cambios del mundo de la información, creando una distancia entre lo que se aprendía y lo que se necesitaba en el mundo laboral. Los titulados señalan que no aprendieron a manejar herramientas como CMS, software de edición multimedia o plataformas de analítica de métricas, esenciales en el mundo digital. Esta crítica se suma a lo expresado por el Egresado 18 (E18): "Salí sin saber qué era un CMS, sin saber leer métricas de redes sociales. "Tuve que aprenderlo todo en mi primer trabajo, con la presión de hacerlo bien". Pero también la falta de acciones en redes sociales, narrativas interactivas o SEO se sintió como una ausencia importante. Por ello, algunos participantes señalan que su formación en competencias digitales ha sido autodidacta o a través de formaciones externas a la universidad. Esta carencia de preparación crea sentimientos de inferioridad con otros profesionales formados en ambientes más actualizados. En definitiva, existe la sensación generalizada de que lo que aprendieron en la universidad no los preparó para el nuevo ecosistema periodístico, minando la confianza en su capacidad para adaptarse al mundo laboral.

### **3.1.1.3. Análisis del Indicador 3: Narrativas digitales**

El estudio muestra una polarización entre aquellos que han conseguido poner en práctica los conocimientos sobre narrativa adquiridos en la carrera y aquellos que no han conseguido adaptarlos al mundo digital por falta de una formación específica. Un buen número

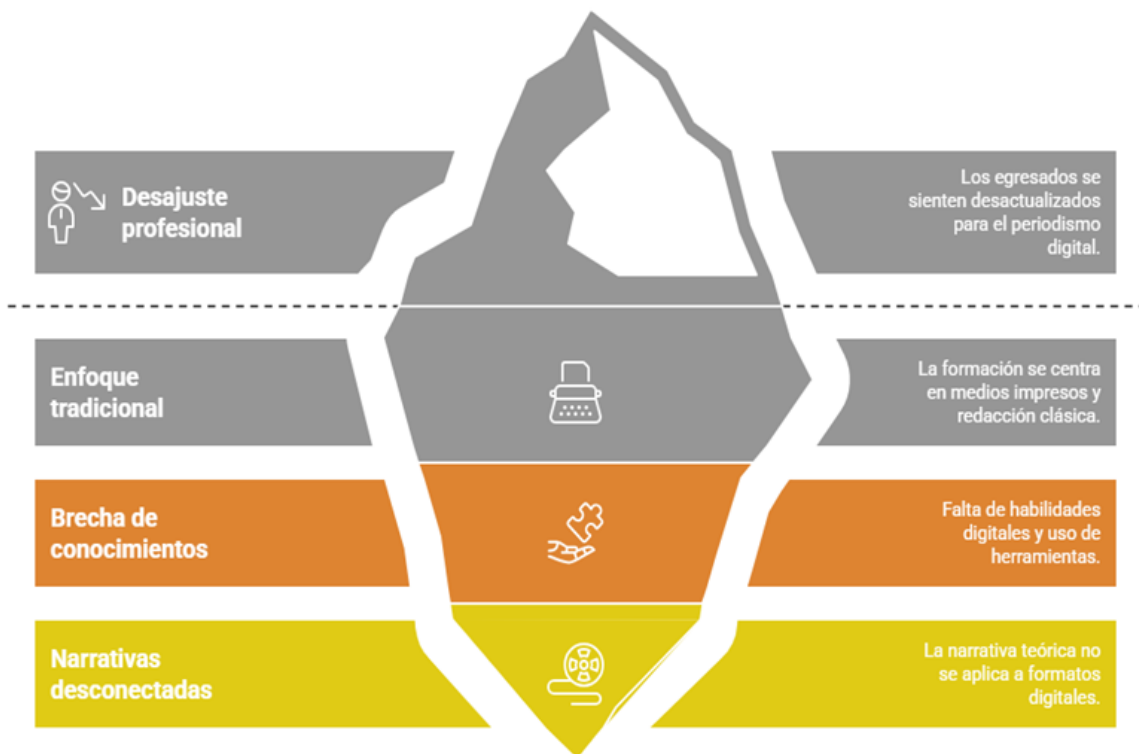
de egresados sí que han aplicado estos conocimientos a proyectos en redes sociales, podcasts, campañas corporativas, blogs o vídeos cortos, usando estructuras narrativas clásicas adaptadas a los nuevos medios. Pero otros señalan que los cursos de narrativa se quedaron en modelos tradicionales (cine, tele, prensa escrita) sin aterrizar en formatos emergentes, imposibilitando su aplicación práctica en plataformas como TikTok, Instagram o YouTube. Esta mirada crítica se suma a lo expresado por el Egresado 42 (E42): "Sentí que lo que aprendimos en la universidad se quedaba corto con lo que hoy se necesita en la producción narrativa digital para aventurarnos a contar noticias en redes sociales". Algunos graduados señalan incluso que, si bien reconocen la importancia de la narrativa, nunca se les llegó a enseñar cómo combinarla con herramientas tecnológicas ni con recursos de narrativa visual o crossmedia. Y esto ha llevado a muchos a pensar que tienen que "reaprender" o que no tienen las habilidades para desarrollar contenido narrativo que resuene con el público digital. Por lo tanto, la capacitación narrativa se consideró rica en teoría, pero descontextualizada de las prácticas actuales del periodismo digital, limitando su aplicabilidad al mundo laboral actual.

También se reconocen deficiencias en el dominio de instrumentos aliados como Canva, CapCut, Meta Business Suite o programas de calendarización, que disminuyen la productividad del trabajo periodístico en el entorno digital. También se evidencia falta de criterio estético, inseguridad ante las cámaras y desconocimiento sobre ética digital y gestión de crisis informativas en redes. El análisis se refuerza con lo expresado por el Egresado 22 (E22): "Lo elemental lo sabemos, pero falta lo estratégico; no nos enseñaron a edificar comunidad ni a reaccionar ante una crisis informativa en tiempo real". Estas falencias, de acuerdo con los graduados, no solo impactan la calidad del material, sino también la habilidad para crear marca personal como periodistas digitales. La improvisación, el miedo a equivocarse y la falta de práctica en directo o en formatos como podcasts o lives también contribuyen a esta

sensación de insuficiencia formativa. En ese sentido, la mayoría opina que la universidad no trató el tema de las redes sociales en la práctica periodística actual. Si bien reconocen su utilización diaria, señalan que no fueron abordadas con el rigor académico para transformarlas en herramientas profesionales de investigación, divulgación y posicionamiento. Muchos graduados señalan que la falta de capacitación en este campo los dejó en desventaja para competir en el mercado laboral y para desenvolverse en el nuevo ecosistema mediático, regido por la lógica de las plataformas. El análisis revela que la carencia de competencias para manejar redes sociales con fines periodísticos es una limitante en la adaptación profesional de los egresados.

**Figura 1**

*Percepción de los egresados sobre la preparación para el periodismo digital*



**Tabla 1.**

*Opiniones sobre la formación académica y su relación con el entorno digital en egresados de comunicaciones*

Opiniones	Formación Académica	Opiniones sobre el enfoque del periodismo tradicional	Opiniones sobre los conocimientos adquiridos	Opiniones sobre las narrativas digitales aplicadas
Percepción positiva	La formación recibida en la universidad fue teóricamente sólida en aspectos éticos y narrativos.	Un grupo reducido de egresados considera que el enfoque tradicional fue útil como base para estructurar ideas	Una minoría opina que los conocimientos generales aportaron fundamentos importantes	Algunos egresados consideran que pudieron adaptar lo aprendido en narrativa a proyectos digitales.
Percepción negativa	La universidad no incorporó herramientas digitales ni actualizó su malla curricular de acuerdo al entorno.	Cerca de la mitad percibe que la enseñanza fue desactualizada y poco alineada con el mercado.	La mayoría señala que los conocimientos no respondieron al ecosistema informativo digital.	Una proporción importante opina que la narrativa enseñada no se contextualizó con los nuevos formatos.
Tendencia Crítica	La formación resultó desarticulada de la práctica profesional en entornos digitales.	Una parte de los egresados afirma que la universidad ignoró por completo las dinámicas del entorno digital.	Otro grupo señala una ausencia casi total de formación en herramientas, plataformas o métricas.	Varios egresados manifiestan que tuvieron que reaprender por su cuenta para adaptarse profesionalmente.

*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación:** La tabla evidencia que, aunque algunos egresados valoran la formación ética y narrativa recibida, la mayoría percibe un enfoque tradicional desactualizado, con contenidos poco alineados al entorno digital, lo que generó una brecha significativa entre lo aprendido y las competencias necesarias para afrontar los desafíos del periodismo contemporáneo, situación que los obligó a recurrir a procesos de autoformación para poder adaptarse profesionalmente.

### 3.1.2. Análisis de resultado de la segunda subcategoría: Plataformas Periodísticas

El análisis de la subcategoría Plataformas Periodísticas evidencia que los egresados perciben una marcada deficiencia en su formación universitaria para enfrentar el entorno digital. En el indicador herramientas tecnológicas, se destaca la falta de preparación práctica

para manejar softwares y plataformas necesarias en el ejercicio del periodismo contemporáneo; en redes sociales, se identifica una ausencia de estrategias profesionales para utilizarlas como medios de difusión, análisis e interacción informativa; y en rentabilidad, se observa la carencia total de conocimientos sobre modelos de negocio y sostenibilidad económica del periodismo digital. En conjunto, esta subcategoría revela que la formación recibida no preparó a los egresados para desenvolverse autónomamente en medios digitales, limitando su adaptación profesional, su competitividad y su capacidad de generar proyectos periodísticos sostenibles. El análisis se complementa con lo dicho por el Egresado 8 (E8), quien resumió la situación afirmando que el desfase entre lo enseñado y lo que se usa en los medios *"es abismal y genera mucha frustración al inicio, pero ya con el pasar de meses uno tiene que aprender a dominarlas"*.

### **3.1.2.1. Análisis del Indicador 1: Herramientas tecnológicas**

El análisis de las respuestas evidencia un consenso claro entre los egresados en cuanto a la insuficiente formación práctica sobre herramientas tecnológicas aplicadas al periodismo digital. La mayoría manifestó que, al egresar, se enfrentaron a un entorno laboral que demandaba el dominio de programas y plataformas específicas como Adobe Premiere, Canva, OBS, WordPress, Trello, CapCut, entre otros, que no fueron abordados en profundidad durante la carrera. Esta carencia se complementa con lo dicho por el Egresado 3 (E3), quien sostuvo: *"Cuando postulé a un medio digital me pidieron saber manejar OBS, After Effects y métricas de redes sociales, pero nunca lo aprendí formalmente, o sea, en la universidad fue teórico pero hubiera sido interesante que se refuerce más."*

Aunque los egresados destacan que recibieron una sólida base teórica en comunicación, señalan que esta formación resultó insuficiente para adaptarse a las exigencias del ecosistema digital actual, donde se espera que un periodista sea capaz de editar, diseñar, programar y

difundir contenido de forma autónoma. Además, varios testimonios indican que tuvieron que invertir tiempo y recursos en capacitación posterior a su egreso, mediante cursos autodidactas o talleres externos, para adquirir habilidades que consideran debieron haber sido parte del currículo universitario. El análisis se complementa con lo dicho por el Egresado 5 (E5), quien mencionó: *"Incluso en prácticas me di cuenta de que usaban herramientas que jamás habíamos tocado en clase, como Trello, Notion, Meta Business Suite y software de edición de audio, si teníamos un laboratorio de edición, pero más se usaba para los de publicidad."* Esta situación generó no solo una pérdida de oportunidades laborales al inicio de su carrera, sino también una sensación de dependencia de otros profesionales técnicos para tareas básicas del entorno digital.

Se menciona que incluso en prácticas profesionales se enfrentaron a herramientas nunca vistas antes, lo cual refuerza la percepción de brecha entre la academia y la realidad del mercado. La mayoría coincide en que la formación debió estar más alineada con las competencias técnicas necesarias para desenvolverse en medios digitales con eficiencia, creatividad y autonomía. Asimismo, el análisis revela que muchos egresados atribuyen esta limitación al enfoque tradicional con el que se diseñó la malla curricular, más orientada a la teoría clásica del periodismo que a las exigencias prácticas del entorno digital contemporáneo. El desfase generacional entre los docentes y las herramientas emergentes es otro factor señalado por los participantes, quienes reconocen que esta situación los obligó a reinventarse profesionalmente desde cero. Este indicador permite concluir que la carencia de formación en herramientas tecnológicas no solo dificultó la inserción laboral inmediata de los egresados, sino que también impactó en su auto percepción de competencia y competitividad dentro del campo del periodismo digital.

### 3.1.2.2. Análisis del Indicador 2: Redes sociales

Respecto al uso de redes sociales como herramienta periodística, las respuestas evidencian múltiples carencias formativas. Los egresados reconocen que poseen habilidades básicas para publicar en redes, pero carecen de formación estratégica en temas como interpretación de métricas, storytelling visual, construcción de comunidad, planificación de coberturas y adaptación de contenido a diferentes plataformas. Esta ausencia de conocimientos específicos impide que puedan utilizar las redes sociales de manera profesional y eficaz como canales de difusión informativa. Muchos mencionan que no saben cómo medir el impacto real de sus publicaciones, generar interacción significativa o adaptar el lenguaje periodístico a las características narrativas de cada red social. Esta carencia se complementa con lo dicho por el Egresado 14 (E14), quien expresó: *"Nos enseñaron a usarlas para publicar, pero nunca cómo medir el impacto de una noticia o cómo adaptarla al formato de un reel o un live, pero, preparados para conducir un programa si estábamos, ahora, es muy distinto hacerlo en una televisora que hacerlo en redes sociales porque las opiniones son muy diversas y hasta distractoras."*

Asimismo, se identifican limitaciones en el manejo de herramientas complementarias como Canva, CapCut, Meta Business Suite o programas de calendarización, lo que reduce la productividad y eficiencia del trabajo periodístico en entornos digitales. También se señala una falta de criterio visual, inseguridad frente a cámara y desconocimiento sobre ética digital y gestión de crisis informativas en redes. El análisis se complementa con lo dicho por el Egresado 22 (E22), quien señaló: *"Lo básico lo sabemos, pero falta lo estratégico; no nos enseñaron a construir una comunidad ni a responder a una crisis informativa en tiempo real."* Estas carencias, según los egresados, no solo afectan la calidad del contenido, sino también su capacidad para construir una marca personal sólida como periodistas digitales. La

improvisación, el temor al error y la poca experiencia en cobertura en tiempo real o en formatos como podcasts y lives, refuerzan esta percepción de insuficiencia formativa. En tal sentido, la mayoría considera que la universidad no abordó adecuadamente el rol de las redes sociales en el ejercicio periodístico contemporáneo. Aunque reconocen su uso cotidiano, enfatizan que no se trató con la rigurosidad académica necesaria para convertirlas en herramientas profesionales de investigación, difusión y posicionamiento. Muchos egresados expresan que la falta de formación en este aspecto limitó su competitividad laboral y su capacidad de adaptarse al nuevo ecosistema mediático, dominado por la lógica de las plataformas. El análisis permite afirmar que la falta de habilidades específicas para gestionar redes sociales de manera periodística representa un obstáculo significativo en el proceso de adaptación profesional de los egresados.

### **3.1.2.3. Análisis del Indicador 3: Rentabilidad**

Las respuestas sobre la rentabilidad en entornos digitales muestran un panorama ampliamente negativo y homogéneo. Los 50 egresados coincidieron en que la universidad no les brindó herramientas, conocimientos ni orientación para generar ingresos mediante el periodismo digital. Se menciona que durante la carrera no se abordaron modelos de negocio digitales, plataformas de monetización, estrategias de marketing de contenidos, ni conceptos como branding personal, crowdfunding, suscripciones, ni gestión financiera de proyectos digitales. Esta omisión se complementa con lo dicho por el Egresado 44 (E44), quien manifestó: *"Es una de las razones por las que cambié de rumbo profesional, pues el periodismo digital no me ofrecía un camino económico claro, me quedé como redactor, pero, quisiera haber aprendido sobre negocios digitales que se pueden emprender desde el periodismo, algo así como lo hace Fernando Llanos."*

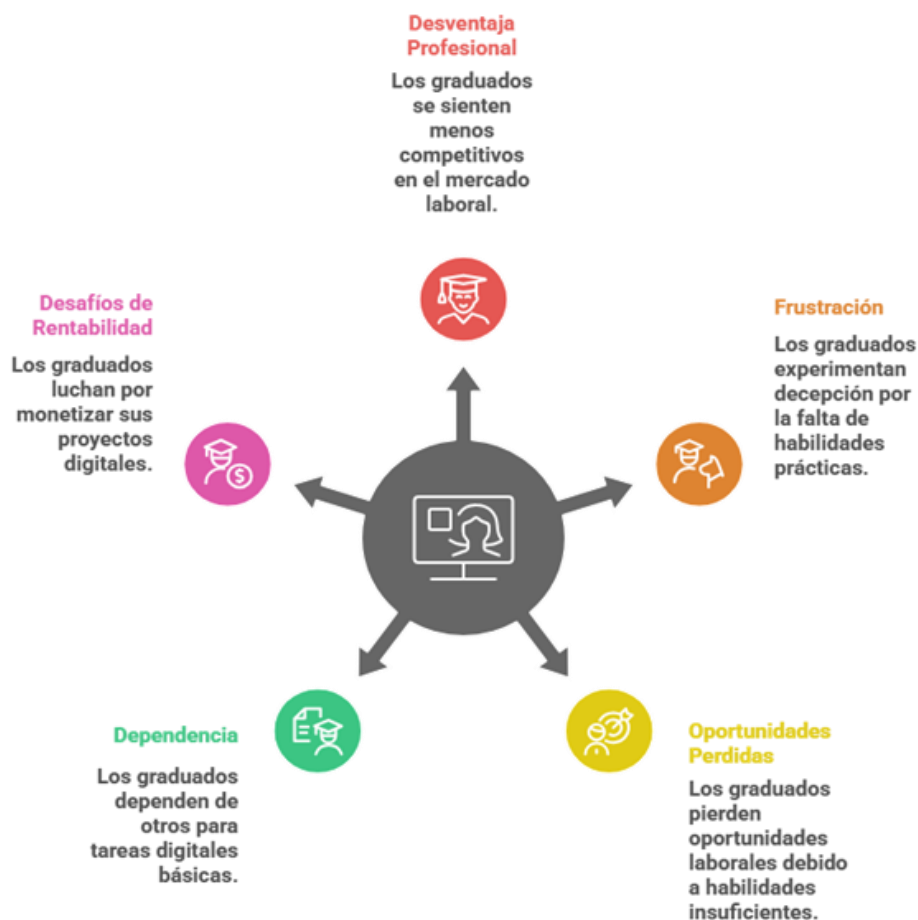
Esta omisión en la formación académica ha tenido un fuerte impacto en la viabilidad de emprender como periodistas independientes en plataformas como YouTube, Substack, Patreon

o redes sociales. Muchos egresados relatan que su incursión en medios digitales se ha visto limitada por no saber cómo convertir sus ideas o proyectos en emprendimientos sostenibles. Algunos han intentado lanzar podcasts, blogs o canales informativos, pero sin saber cómo rentabilizarlos. El análisis se complementa con lo dicho por el Egresado 48 (E48), quien sostuvo: *"La formación fue muy vocacional, pero en lo práctico no se nos enseñó a valorar ni a cobrar nuestro trabajo digital."* Esta situación los ha llevado a migrar a áreas como el marketing digital o la creación de contenido comercial, alejándose del periodismo por falta de perspectivas económicas. También se evidencian sentimientos de frustración, inseguridad y desmotivación, ya que muchos consideran que esta omisión los dejó en desventaja frente a colegas de otras disciplinas o egresados de instituciones con enfoques más actualizados y prácticos.

En resumen, este indicador revela que la ausencia de formación en rentabilidad digital ha impedido que los egresados conciban el periodismo digital como un camino profesional sostenible. Si bien reconocen que la formación académica los preparó desde una perspectiva ética y vocacional, no recibieron las herramientas necesarias para desarrollar proyectos propios, negociar con marcas o gestionar financieramente su trabajo digital. La falta de una visión emprendedora en la carrera limita las oportunidades laborales en un entorno mediático donde la independencia y la autogestión son cada vez más comunes. Este hallazgo refuerza la necesidad de actualizar las mallas curriculares e incorporar contenidos sobre sostenibilidad económica en el ejercicio periodístico digital.

**Figura 2**

*Desafíos de los Graduados en Periodismo Digital*



**Tabla 2.**

*Opiniones sobre la preparación universitaria en plataformas periodísticas y su impacto en la adaptación profesional*

Opiniones	Plataformas Periodísticas	Opiniones sobre la formación en herramientas tecnológicas	Opiniones sobre la gestión de redes sociales como herramientas periodísticas	Opiniones sobre la preparación en modelos de rentabilidad digital
Percepción positiva	Se reconoce una base teórica general, aunque sin aplicación práctica suficiente en el entorno digital.	Solo un grupo reducido de egresados considera que la formación ofreció nociones útiles sobre programas o edición básica.	Una minoría opina que se brindó alguna orientación inicial sobre el uso funcional de redes sociales.	Muy pocos egresados identifican que se mencionaron tangencialmente temas de sostenibilidad o monetización.
Percepción	La formación fue	Más de la mitad	La mayoría señala	Alrededor de la mitad

negativa	percibida como desconectada del ejercicio práctico en plataformas y redes actuales.	afirma que no recibió capacitación técnica para operar con herramientas periodísticas reales.	que no aprendieron a adaptar contenidos ni a interpretar métricas ni calendarizar.	indica que la rentabilidad jamás fue abordada en el proceso de formación universitaria.
Tendencia Crítica	La falta de formación técnica y estratégica limitó la capacidad de emprender y adaptarse profesionalmente al entorno digital.	Una proporción relevante refiere que egresaron sin conocer ningún software profesional ni plataforma de gestión.	Cerca de un tercio considera que nunca se abordó la comunicación estratégica ni la marca personal en redes.	Un sector importante considera que la carencia de visión emprendedora impidió ver el periodismo digital como proyecto sostenible.

*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación:** La tabla muestra que, aunque algunos egresados reconocen una base teórica general, predomina la percepción de una formación universitaria desactualizada, sin capacitación práctica ni estrategias en plataformas digitales, redes sociales o modelos de monetización, lo cual limitó su adaptación profesional y su capacidad para emprender proyectos periodísticos sostenibles en el entorno digital actual.

### 3.1.3. Análisis de resultados de la tercera subcategoría: Competencias digitales

El análisis de la subcategoría Competencias digitales revela una percepción crítica generalizada entre los egresados sobre su formación universitaria. En contenidos digitales, se evidencia una clara brecha práctica en el manejo de herramientas y formatos multimedia; en difusión informativa, se destaca la falta de preparación en estrategias de planificación, programación y análisis de audiencias; y en engagement, aunque se comprende su relevancia profesional, los egresados señalan que aprendieron sobre este aspecto fuera del ámbito académico. En conjunto, los tres indicadores reflejan una formación teórica desarticulada de las demandas del periodismo digital, lo que ha afectado su inserción y adaptación profesional. Esta conclusión se complementa con lo dicho por el Egresado 7 (E7), quien lamentó: *"La universidad me brindó una buena base teórica, pero en la práctica sentí que no estaba listo para producir contenido de calidad en entornos digitales."*

### **3.1.3.1. Análisis del Indicador 1: Contenidos digitales**

También existe una falta de capacitación técnica para transformar ideas en productos multiplataforma efectivos y medibles. Muchos graduados informan haber gastado en cursos extracurriculares o en aprendizaje autodidacta para llenar estos vacíos. El análisis se complementa con el testimonio del Egresado 2 (E2), quien afirmó: "Creo que la universidad sí me dio bases, pero muy enfocadas en escritura, dejando a un lado la creación audiovisual y las herramientas para sobresalir en el mundo digital". A pesar de las limitaciones, algunos egresados aprovecharon el carácter teórico de la redacción. Por otro lado, el Egresado 5 (E5) refirió: "Sí, pero poco. "Aprendí a escribir y estructurar noticias, pero no nos enseñaron a transformarlo en lenguaje digital". Como resultado, existe una brecha formativa que perjudica la competitividad de los egresados con las necesidades del mundo digital actual, creando inseguridad laboral y retraso en la inserción laboral.

### **3.1.3.2. Análisis del Indicador 2: Difusión informativa**

Las respuestas sobre capacitación en planificación de difusión digital muestran insatisfacción. Los 50 graduados coinciden en que en la universidad no se tocaron temas esenciales como la programación de contenidos, las herramientas para gestionar redes (Meta Business Suite, Buffer, Hootsuite), la segmentación de audiencias, las métricas o los algoritmos. Esta ausencia se suma a lo expresado por el Egresado 11 (E11), quien recalcó: "Salí sin saber qué era SEO, cómo funcionaba el algoritmo de Instagram o cómo leer métricas para saber si mi noticia estaba llegando a las personas adecuadas porque eso lo sabían en publicidad".

Esta ausencia ha afectado la incursión de los egresados al mundo digital, quienes señalan haber tenido dificultades para posicionar sus contenidos y medir su alcance al comenzar su trayectoria. El análisis se refuerza con lo expresado por el Egresado 28 (E28), al

mencionar que la ausencia de métricas y análisis de audiencias es una gran carencia: "Nos enseñaron a investigar, pero no a viralizar o a llegar a las personas que queremos". Algunos incluso señalan que esta falta de preparación influyó en su decisión de dejar el periodismo digital. La crítica también fue para los profesores, como lo manifestó el Egresado 34 (E34): "Muchos de nuestros profesores no estaban actualizados en estrategias digitales, lo que amplió la brecha entre lo que enseñaban y lo que se necesitaba en el mundo laboral". La planificación estratégica de la difusión digital fue considerada un punto débil que impactó en la efectividad de sus proyectos personales e institucionales, impidiendo su adaptación.

### **3.1.3.3. Análisis del Indicador 3: Engagement**

A diferencia de los indicadores anteriores, el término engagement fue entendido y apreciado por todos los entrevistados. Los graduados coincidieron en que el engagement es la principal métrica de un contenido digital, más allá de las vistas. Esta percepción se alinea con lo que el E43 verificó: "Sí, he notado que cuando el contenido genera likes, comentarios o se guarda, su vida en redes se extiende". "Sienten que el engagement del público en forma de comentarios, shares y reacciones es una señal de que se están conectando verdaderamente con el periodismo". También señalan que los algoritmos de las plataformas dan prioridad a los contenidos con más interacciones, lo que afecta a su alcance. Y eso se reitera con lo que expresa el E48: "Más allá de la calidad del contenido, sin interacción no se logra el efecto multiplicador de las redes y más si pretendes llegar a audiencias que deseen conocer un periodismo serio". Pero este conocimiento se adquirió principalmente en el campo laboral o de manera autodidacta, no en la universidad. Esta falta de formación específica se suma a la queja del Egresado 46 (E46): "Sí, y creo que es una de las competencias que más se deberían enseñar en la universidad, pero que se dejan de lado". Aun así, los egresados reconocen en carne propia que la habilidad de generar participación es un factor de adaptabilidad y crecimiento

profesional en los medios digitales.

**Figura 3**

*Comprensión de los egresados sobre los aspectos del periodismo digital*



**Tabla 3.**

*Opiniones sobre las competencias digitales y su impacto en la adaptación profesional*

Opiniones	Competencias Digitales	Opiniones sobre la creación de contenidos digitales	Opiniones sobre la difusión informativa en entornos digitales	Opiniones sobre la comprensión y uso del engagement
Percepción positiva	Se reconoce la importancia de las competencias digitales, aunque no fueron desarrolladas plenamente durante la formación.	Una pequeña parte de los egresados considera que recibió nociones básicas de producción digital, aunque sin práctica real.	Solo unos pocos perciben que se mencionaron conceptos generales sobre difusión, pero sin aplicabilidad técnica.	Un grupo reducido afirma que llegó a comprender el concepto de <i>engagement</i> , aunque aprendieron a aplicarlo fuera de la universidad.
Percepción negativa	La mayoría percibe que las competencias digitales enseñadas no respondieron a las exigencias del	Más de la mitad opina que no aprendió a usar herramientas como Canva, Premiere o CapCut durante la	La mayoría señala que no recibió formación en programación de contenido, análisis	Una proporción importante manifiesta que la universidad no enseñó cómo generar, medir o interpretar el

	mercado.	carrera.	de métricas ni segmentación de audiencias.	<i>engagement</i> .
Tendencia Crítica	Se evidenció una desconexión total entre la teoría impartida y el ecosistema digital actual.	Un sector significativo considera que no recibió ninguna preparación para crear contenidos multiplataforma o multimedia.	Cerca de un tercio indica que la ausencia de entrenamiento en gestión de plataformas afectó gravemente su inserción laboral.	Un número considerable señala que el desconocimiento del <i>engagement</i> los dejó en desventaja competitiva al iniciar su actividad profesional.

*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación:** La tabla evidencia que la mayoría de los egresados considera que las competencias digitales no fueron abordadas de manera práctica ni estratégica durante su formación, ya que no aprendieron a crear contenidos multiplataforma ni a difundirlos eficazmente, además de que el concepto de engagement fue comprendido y aplicado recién fuera del entorno académico, generando así una desventaja inicial en su proceso de adaptación profesional.

### 3.2. Análisis de resultados de la segunda variable: Adaptación profesional

La categoría Adaptación Profesional evidencia la desconexión entre la formación universitaria y el mundo laboral digital, llevando a los egresados a transformar obligatoriamente sus perfiles. Las subcategorías analizadas evidencian que, ante la falta de preparación técnica, los contactos personales (networking) se transformaron en canales informales de acceso al trabajo, desplazando la meritocracia por los contactos sociales. Asimismo, la carencia de capacitación en manejo de la exposición pública y reputación digital ha dejado a los egresados expuestos ante crisis comunicacionales sin herramientas ni protocolos para proteger su imagen profesional. Esta vulnerabilidad se agrava con las condiciones laborales precarias del periodismo online, que han llevado a muchos a emigrar a otros sectores o a convertirse en periodistas multitarea. La necesidad de capacitarse, de aprender sobre la marcha, de reinventarse laboralmente son señales de una adaptación que la

academia no fomentó, pero que la vida exigió. Por lo tanto, la adaptación profesional no ha sido un proceso planificado y acompañado, sino una reacción a un contexto hostil, demandante y en constante cambio. Esta realidad exige cambios curriculares inmediatos para formar egresados capaces de integrarse, permanecer y progresar en el ecosistema digital.

### **3.2.1. Análisis de resultados de la primera subcategoría: Inserción laboral**

El análisis de la subcategoría Inserción laboral muestra que los titulados consideran el networking más importante que las habilidades técnicas para conseguir trabajo en el mundo digital, pero a la vez reconocen una gran inexperiencia digital al graduarse debido a una formación universitaria deficiente y desactualizada. Además, aunque hay trabajo en periodismo digital, se considera precario, competitivo y para perfiles multitarea, lo que ha llevado a muchos egresados a capacitarse por su cuenta o emprender. En conjunto, los tres indicadores muestran que existe una desconexión entre la formación y el mundo laboral digital, lo que repercute en la inserción laboral. El análisis se refuerza con lo expresado por el Egresado 10 (E10), al manifestar que la universidad "otorga el título, pero los contactos y la autoformación te dan el trabajo digital; además, es chévere en ciertos casos porque al tener un buen celular con internet puedes transmitir desde cualquier parte y no desde un canal".

#### **3.2.1.1. Análisis del Indicador 1: Networking**

El análisis de las 50 respuestas respecto a la importancia del networking revela una alta coincidencia entre los egresados en torno a su papel decisivo para la adaptación profesional al entorno digital. La mayoría de los participantes atribuyen su inserción laboral a contactos previos, ya sean compañeros de promoción, docentes o profesionales conocidos, lo cual sugiere que el capital social supera incluso a las habilidades técnicas en los primeros pasos del ejercicio profesional. Esta tendencia se complementa con lo dicho por el Egresado 1 (E1), quien afirmó: "*Cuando egresé fue una excompañera la que me ayudó a insertarme en un medio digital, sin*

*ese contacto no habría sido posible y aunque no me pagan voy ahí aprendiendo y me quedaré hasta dominar el tema y luego ya me abro."*

Además, se resalta que las oportunidades no siempre se encuentran en convocatorias abiertas, sino que circulan en espacios informales como grupos de WhatsApp o recomendaciones personales. El análisis se complementa con lo dicho por el Egresado 4 (E4), quien sostuvo que el networking es clave: *"El networking fue esencial para conocer a colegas que ya estaban desarrollando proyectos digitales y que luego me invitaron a colaborar, algunos están bien colocados y ya depende de la habilidad de uno para solicitar apoyo"*. Varios egresados señalan que el networking no solo facilita acceso a empleos, sino también al aprendizaje continuo, mentorías y actualización de tendencias digitales. Esto refleja que el entorno digital, lejos de ser solo una plataforma tecnológica, está profundamente influenciado por dinámicas sociales colaborativas y redes de confianza. Incluso quienes valoran la formación reconocen la primacía del contacto, como el Egresado 6 (E6) que comentó: *"Gracias a docentes y exalumnos con experiencia pude encontrar talleres, pasantías y espacios donde aplicar lo aprendido, lo cual fue clave para adaptarme."* Por consiguiente, el testimonio reiterado de que los vínculos personales han sido más efectivos que la postulación formal refuerza la necesidad de fortalecer competencias blandas y espacios de vinculación desde la etapa universitaria.

### **3.2.1.2. Análisis del Indicador 2: Inexperiencia digital**

Respecto a la percepción de preparación al egresar, las 50 respuestas evidencian un patrón de insatisfacción generalizada con la formación recibida frente a las demandas del periodismo digital. Los egresados mencionan sentirse poco o nada preparados para enfrentar un mercado dominado por herramientas y formatos digitales, manifestando que su formación fue predominantemente teórica, centrada en medios tradicionales como la prensa escrita. Esta

percepción crítica se complementa con lo dicho por el Egresado 11 (E11): "*Al egresar no me sentía preparado para el entorno digital. Mi formación fue muy tradicional; salí sin saber usar un CMS ni hacer edición básica de video.*" Las habilidades requeridas en la actualidad, edición de video, manejo de redes sociales, analítica web, storytelling visual, monetización digital, gestión de comunidades, entre otros, fueron sí abordadas durante la carrera, según relatan, pero, no para proyectarnos a contextos laborales. El análisis se complementa con lo dicho por el Egresado 14 (E14), quien expresó: "*Me sentía completamente en desventaja con otros profesionales que sí sabían de métricas o de SEO. Tuve que capacitarme de forma autodidacta.*" Muchos participantes indican que tuvieron que capacitarse de forma autodidacta en plataformas externas, lo cual implicó un esfuerzo adicional y una adaptación tardía. El desfase entre lo enseñado en la universidad y lo requerido por el mercado digital fue fuente de frustración, inseguridad y sensación de desventaja frente a otros profesionales. Pese a la crítica, algunos reconocen la base ética, como el Egresado 16 (E16) que señaló: "*Si bien la universidad me dio una buena base teórica y ética, en la parte digital me dejó muy corto para lo que exige el mercado.*" Esta falta de alineación entre currículo y realidad profesional resalta la urgencia de reformular los programas académicos para integrar de manera sistemática competencias digitales aplicadas, priorizando talleres prácticos, actualización docente y vínculo con entornos laborales reales.

### **3.2.1.3. Análisis del Indicador 3: Oportunidades laborales**

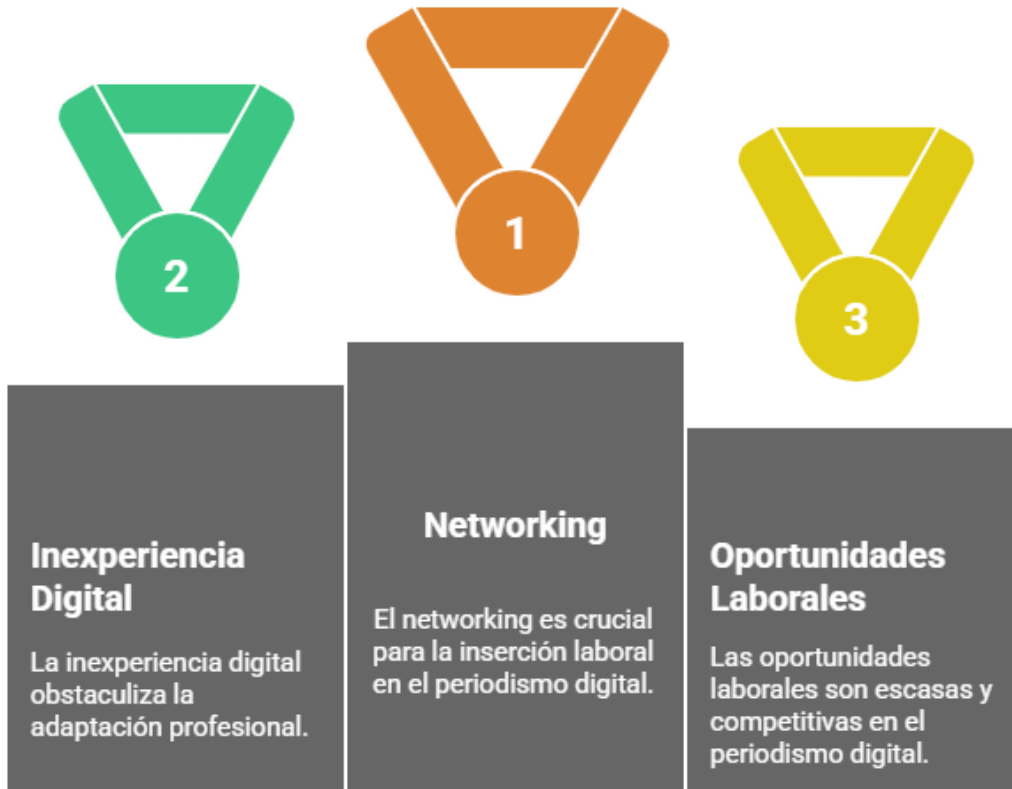
En cuanto al acceso al mercado laboral en periodismo digital, las respuestas reflejan una visión crítica y realista. Si bien algunos egresados reconocen que existen oportunidades, estas son percibidas como escasas, poco estables o condicionadas a factores como experiencia previa, portafolio digital o presencia en redes sociales. Esta percepción se complementa con lo dicho por el Egresado 45 (E45): "*Considero que hay oportunidades, pero la competencia es*

*altísima, y muchas veces no depende solo de la formación, sino de la exposición digital que uno tenga como periodista."*

Para la mayoría, el mercado es competitivo y excluyente con quienes no dominan herramientas digitales específicas o no tienen visibilidad como creadores de contenido. Además, se señala que muchas de las plazas disponibles priorizan perfiles multitarea o con orientación comercial, lo que genera confusión sobre el rol del periodista digital frente a otros perfiles comunicacionales. El análisis se complementa con lo dicho por el Egresado 48 (E48), quien sostuvo: *"El mercado está cada vez más segmentado y se orienta más hacia los periodistas que también son creadores de contenido, lo cual cambia completamente el perfil profesional esperado."* También se identifican barreras como la informalidad laboral, baja remuneración, y desvalorización del perfil periodístico frente a influencers o autodidactas. No obstante, se reconocen casos de éxito basados en la habilidad digital, como el Egresado 47 (E47) que comentó: *"En mi caso logré ingresar a un medio digital porque sabía editar videos y manejar redes. A otros colegas les costó más porque no contaban con esas habilidades técnicas."* Esta tendencia sugiere un proceso de autoempleo forzado más que una inserción estructurada. En resumen, si bien el entorno digital abre nuevas posibilidades, estas no están necesariamente diseñadas para egresados sin experiencia o formación técnica sólida, lo cual refuerza la percepción de un mercado segmentado, exigente y con altos niveles de autoexigencia para los jóvenes profesionales.

**Figura 4**

*Desafíos de los Egresados en el Periodismo Digital*



**Tabla 4.**

*Opiniones sobre la inserción laboral y su impacto en la adaptación profesional*

Opiniones	Inserción Laboral	Opiniones sobre el networking profesional	Opiniones sobre la inexperiencia digital al egresar	Opiniones sobre las oportunidades laborales en el entorno digital
Percepción positiva	Se reconoce la existencia de espacios de inserción, aunque limitados a quienes cuentan con redes o experiencia previa.	Una parte de los egresados considera que su red de contactos facilitó el acceso a empleos iniciales y mentorías en entornos digitales.	Un grupo muy reducido afirma haber tenido apenas un acercamiento básico a herramientas digitales durante la formación.	Algunos egresados valoran que existen oportunidades para periodistas digitales con portafolio visible y experiencia en redes.
Percepción negativa	Se percibe una desconexión entre la formación	Más de la mitad sostiene que el <i>networking</i> fue más determinante que las	La mayoría expresa que su preparación académica fue	Aproximadamente la mitad señala que el mercado laboral digital

Tendencia Crítica	<p>La mayoría coincide en que la universidad no los preparó para insertarse en un entorno laboral digital.</p>	<p>habilidades técnicas para conseguir empleo, mientras que un sector menor indica que no tuvo acceso a espacios de vinculación ni estímulos para construir redes profesionales durante la carrera.</p> <p>Desde una perspectiva crítica, varios egresados consideran que la universidad no promovió espacios sistemáticos de <i>networking</i> ni convenios con medios digitales, lo que los obligó a depender de contactos informales o de su propio esfuerzo para construir redes profesionales.</p>	<p>teórica y desfasada frente a los desafíos digitales, y cerca de un tercio refiere que nunca usaron herramientas digitales en sus cursos ni realizaron prácticas reales.</p> <p>Asimismo, se evidencia que muchos iniciaron su vida laboral con una fuerte sensación de inexperiencia digital, debiendo aprender por ensayo y error y asumiendo que la brecha entre formación y práctica condicionó sus primeras oportunidades.</p>	<p>favorece perfiles multitarea o con competencias ajenas al periodismo tradicional, y un número importante considera que las condiciones laborales en el entorno digital son precarias, informales y excluyentes.</p> <p>En la misma línea, se percibe que las oportunidades laborales en el entorno digital se configuran más como desafíos que como garantías, pues los egresados sienten que solo quienes logran autoformarse y demostrar resultados en plataformas concretas pueden sostenerse profesionalmente.</p>
-------------------	--	---	---	---

*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación:** La tabla muestra que la inserción laboral en el entorno digital se vio más influenciada por el *networking* que por las competencias técnicas adquiridas en la universidad, ya que la mayoría de los egresados señaló inexperiencia digital al egresar y consideró que las oportunidades laborales actuales son precarias, informales y demandan perfiles multitarea, lo que refleja una profunda desconexión entre la formación académica y la realidad profesional.

### 3.2.2. Análisis de resultados de la segunda subcategoría: Exposición Pública

El análisis de la subcategoría Exposición Pública revela que los egresados perciben importantes vacíos formativos en temas esenciales para el periodismo digital contemporáneo, como la vulnerabilidad digital, la reputación profesional online y la gestión de crisis de credibilidad. Si bien reconocen haber recibido nociones éticas generales, no contaron con herramientas prácticas ni estrategias específicas para afrontar los desafíos de exposición en redes. Esta conclusión se complementa con lo dicho por el Egresado 7 (E7), quien manifestó: "*Tomé conciencia de los riesgos de la exposición pública y la seguridad digital recién cuando*

*empecé a trabajar, en las aulas no avisaban sobre la situación, pero, también dependía de uno saber lidiar con el tema."* La carencia o la poca exposición pública ha generado inseguridad, desprotección y aprendizajes tardíos por ensayo y error, evidenciando una desconexión entre la formación universitaria y las exigencias del entorno digital actual.

### **3.2.2.1. Análisis del Indicador 1: Vulnerabilidad digital**

La mayoría de los egresados manifestó que su formación académica no abordó de manera efectiva los riesgos asociados a la exposición digital ni la seguridad en entornos virtuales. Si bien algunos mencionan breves menciones en cursos aislados como ética o informática básica, no hubo un tratamiento sistemático ni práctico sobre cómo afrontar el ciberacoso, la usurpación de identidad o el manejo de la privacidad. El análisis se complementa con lo dicho por el Egresado 2 (E2), quien sostuvo: *"Solo en un curso de ética se mencionó la importancia de cuidar la información, pero no hubo capacitación específica sobre ciberseguridad o manejo de la exposición pública como periodistas."*

Muchos coincidieron en que tomaron conciencia de estos riesgos recién al enfrentarse al mercado laboral o tras experiencias negativas propias o de colegas. Esta inseguridad se complementa con el testimonio del Egresado 4 (E4): *"Me hubiera gustado aprender más sobre cómo proteger mi identidad en redes, sobre todo porque muchas veces uno publica noticias que generan reacciones agresivas."* Esta carencia formativa generó sentimientos de desprotección e inseguridad, sobre todo ante el hecho de que el periodista digital, al igual que una figura pública, está permanentemente expuesto. Un ejemplo de esta omisión lo da el Egresado 1 (E1), al afirmar: *"Durante toda la carrera no recuerdo que se nos haya hablado sobre seguridad digital, mucho menos sobre cómo proteger nuestra imagen en redes, lo cual considero un vacío muy serio."* Los egresados consideran que estos temas debieron ser tratados como contenidos obligatorios dentro del plan curricular, dada la creciente hostilidad del entorno digital. Por

tanto, se evidencia una necesidad urgente de incluir formación sólida y aplicada sobre ciberseguridad y gestión de exposición pública en los programas académicos de periodismo.

### 3.2.2.2. Análisis del Indicador 2: Reputación digital

Respecto a la formación sobre marca personal o reputación digital, los egresados expresaron que este aspecto fue prácticamente inexistente en su formación profesional. Muchos afirmaron no haber recibido orientación para construir una identidad profesional sólida en plataformas digitales como LinkedIn o TikTok, ni para gestionar su imagen pública como comunicadores. Esta falta de guía se complementa con lo dicho por el Egresado 10 (E10), quien señaló: *"Lo aprendí y lo reforcé por mi cuenta. La universidad nos brindó orientación, sí, pero más sobre cómo gestionar la reputación digital, lo que es vital para conseguir trabajos hoy en día."*

Solo algunos mencionaron aproximaciones superficiales, sin profundidad ni estrategias aplicadas. Esta ausencia los llevó a enfrentar el mercado laboral sin herramientas claras para diferenciarse, manejar crisis de imagen o posicionarse adecuadamente ante empleadores o audiencias. El análisis se complementa con lo dicho por el Egresado 12 (E12), quien relató: *"Nos dieron herramientas claras para diferenciar mi perfil, pero, tuve que ir probando estrategias de marca personal por ensayo y error después de egresar."* Varios resaltaron que la reputación digital hoy en día es un activo profesional indispensable, y que esta formación debería impartirse desde los primeros ciclos. Pese a la omisión, el Egresado 14 (E14) reconoció que: *"Sí se mencionó la importancia de la marca personal, pero solo de pasada. Nos faltó una materia dedicada a cómo construir y proteger esa imagen en línea."* Asimismo, se mencionó la desconexión entre la enseñanza centrada en medios tradicionales y la actual exigencia de visibilidad digital estratégica. En síntesis, los testimonios reflejan una brecha crítica entre la

formación universitaria y las competencias requeridas para gestionar la reputación personal y profesional en un ecosistema mediático altamente expuesto y competitivo.

### 3.2.2.3. Análisis del Indicador 3: Credibilidad

Sobre las herramientas para afrontar crisis de credibilidad, la mayoría de los graduados coincidió en que su preparación universitaria fue insuficiente. Si bien se abordaron conceptos éticos y técnicos elementales como verificación de fuentes o redacción responsable, no se entregaron herramientas para enfrentar crisis comunicacionales personales ni para defenderse ante ataques o preguntas en el mundo online. El estudio se alinea con lo expresado por el E43, quien ejemplificó: "Nos enseñaron a comparar fuentes, a verificar datos, pero no a pedir perdón públicamente, no a manejar la prensa cuando tu nombre está en juego".

#### Figura 5

*Brecha de habilidades en periodismo digital*



**Tabla 5.**

*Opiniones sobre la exposición pública y su impacto en la adaptación profesional*

Opiniones	Exposición Pública	Opiniones sobre la vulnerabilidad digital	Opiniones sobre la reputación profesional digital	Opiniones sobre la credibilidad y gestión de crisis
Percepción positiva	Algunos egresados reconocen una base ética que permitió desarrollar criterios básicos, aunque insuficientes.	Solo una pequeña parte de los egresados recuerda haber recibido breves menciones sobre seguridad digital en cursos generales como ética.	Una proporción muy reducida afirma haber recibido alguna orientación inicial sobre imagen pública o uso profesional de LinkedIn.	De manera igualmente limitada, pocos egresados valoran que se haya tratado el tema de veracidad de las fuentes, aunque reconocen que se abordó de forma muy general y sin énfasis en crisis digitales.
Percepción negativa	Se evidencia una desconexión entre la formación universitaria y los desafíos actuales de visibilidad en redes.	La mayoría señala que nunca aprendió a afrontar ciberacoso, exposición o amenazas en línea durante la carrera.	Un amplio grupo manifiesta que no recibió formación para gestionar su marca personal ni su posicionamiento en entornos digitales.	Del mismo modo, gran parte considera que no adquirió herramientas para manejar crisis reputacionales o ataques en redes.
Tendencia Crítica	La mayoría se sintió desprotegida ante la exposición digital y tuvo que aprender por ensayo y error.	Un sector significativo indica que tomó verdadera conciencia de la vulnerabilidad digital recién al sufrir o presenciar casos críticos en redes sociales.	Otra parte de los egresados refiere que la falta de enfoque en reputación digital terminó afectando su empleabilidad e identidad profesional.	Asimismo, varios relatan haber enfrentado situaciones de crítica pública sin contar con preparación emocional ni profesional adecuada para responder.

*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación:** La tabla evidencia que la mayoría de los egresados percibe una profunda carencia en su formación universitaria respecto a vulnerabilidad, reputación y gestión de crisis en entornos digitales, pues muchos señalan no haber aprendido a enfrentar amenazas en línea, posicionarse profesionalmente ni manejar situaciones críticas. Esta ausencia de preparación específica se traduce en sentimientos de desprotección, inseguridad y temor frente a la exposición pública, de modo que las respuestas enfatizan que las estrategias para responder a ataques reputacionales han sido producto de la experiencia propia y de la improvisación más que del acompañamiento académico.

### 3.2.3. Análisis de resultados de la tercera subcategoría: Empleabilidad

El análisis de la subcategoría Empleabilidad evidencia una percepción crítica sobre la preparación universitaria frente a las exigencias del mercado digital. Los egresados consideran que el periodismo digital ofrece condiciones laborales poco sostenibles, lo cual ha generado migración profesional hacia otras áreas. Asimismo, han tenido que reinventarse y adquirir múltiples competencias para adaptarse a nuevos formatos y funciones. De este modo, enfrentaron una inserción digital difícil, pues debieron aprender por su cuenta herramientas y procesos técnicos que la universidad no abordó, lo cual generó inseguridad y necesidad de actualización constante. Esta percepción se complementa con lo dicho por el Egresado 12 (E12), quien resumió: *"La empleabilidad existe, pero está condicionada a ser un perfil multitasking y a sacrificar la estabilidad laboral tradicional."*

#### 3.2.3.1. Análisis del Indicador 1: Estabilidad Laboral

Las respuestas evidencian una percepción crítica generalizada sobre la sostenibilidad laboral en el campo del periodismo digital. La mayoría de los egresados expresa que las condiciones laborales son inestables, informales y poco sostenibles, predominando trabajos por proyecto, sin beneficios, contratos formales o seguridad social. Esta situación se complementa con lo dicho por el Egresado 1 (E1), quien señaló: *"Sinceramente, no. El periodismo digital parece más una carrera de fondo que una opción estable. Los contratos son escasos, muchas veces informales, y la rotación es altísima."*

Si bien algunos casos aislados mencionan experiencias de estabilidad, estas suelen ser excepciones y producto de años de esfuerzo o emprendimiento propio. Un ejemplo de esta inestabilidad lo da el Egresado 7 (E7), al relatar: *"El campo digital ofrece trabajo, pero la mayoría es por proyecto o sin beneficios. Muy pocos pueden vivir exclusivamente de eso sin complementar con otros trabajos."* Existe una fuerte preocupación por la sobreoferta de

comunicadores y la tendencia de los medios digitales a priorizar la rotación de personal y el contenido rápido, lo que impide el crecimiento sostenido o la consolidación de una carrera a largo plazo. Esta falta de condiciones formales ha provocado que muchos migren, como lo explica el Egresado 6 (E6): "*Muchos colegas terminan migrando a marketing o redes sociales de empresas porque el periodismo digital no les garantiza continuidad. Eso dice mucho del panorama.*" La percepción dominante es que el periodismo digital, aunque lleno de posibilidades expresivas y tecnológicas, no garantiza condiciones laborales sostenibles para la mayoría de los egresados.

### **3.2.3.2. Análisis del Indicador 2: Adaptabilidad**

Un rasgo transversal en los testimonios es la necesidad urgente de reinventarse profesionalmente para mantenerse vigentes en el ecosistema digital. La gran mayoría de egresados ha debido adquirir nuevas competencias, como edición de video, manejo de redes sociales, marketing digital, SEO, diseño gráfico y uso de herramientas multiplataforma. Esta reinención se complementa con lo dicho por el Egresado 20 (E20), quien comentó: "*He tenido que reinventarme totalmente. Pasé de querer hacer prensa escrita a ser creador de contenido y community manager para poder tener ingresos.*"

Este proceso de reinención no ha sido opcional, sino una estrategia de supervivencia profesional en un entorno cambiante y altamente competitivo. Muchos relatan cómo pasaron del periodismo tradicional a convertirse en creadores de contenido, Community managers, podcasts, y gestores de medios digitales propios. El análisis se complementa con lo dicho por el Egresado 22 (E22): "*Tuve que aprender de edición de video, SEO y analítica de redes. Si no te adaptas y no aprendes esas cosas, el mercado te saca.*" Si bien algunos egresados ven esta evolución como una oportunidad para fortalecer su marca personal y ampliar sus horizontes laborales, otros lo consideran un proceso forzado ante la falta de oportunidades formales. El

aspecto positivo de esta adaptabilidad se refleja en el Egresado 25 (E25): "*Es un proceso constante, pero también una gran oportunidad. Ser multitasking me ha permitido tener mi propio emprendimiento periodístico.*" Lo cierto es que, tanto por iniciativa como por necesidad, los egresados han debido salir de su zona de confort y construir nuevas formas de ejercer el periodismo, adaptándose a formatos, plataformas y lenguajes emergentes.

### **3.2.3.3. Análisis del Indicador 3: Inserción Digital**

El ingreso a medios digitales ha representado un reto técnico importante para los egresados. La totalidad de los entrevistados manifiesta que, al insertarse laboralmente, tuvo que aprender nuevas herramientas, plataformas y procesos digitales que no fueron abordados suficientemente en la formación universitaria. Esta necesidad de autoaprendizaje se complementa con lo dicho por el Egresado 36 (E36): "*Sí, al empezar en un medio digital, el jefe asumía que sabías usar Trello, gestores de contenido y SEO, pero yo nunca lo había visto con esa profundidad en la universidad.*"

Entre las más mencionadas figuran gestores de contenido como WordPress, plataformas de edición audiovisual, herramientas de automatización, analítica web, redes colaborativas como Slack o Trello, y conocimientos de SEO, algoritmos, y engagement. El análisis se complementa con el testimonio del Egresado 40 (E40), quien señaló: "*Mi primer trabajo en un medio digital me obligó a familiarizarme con los dashboards de analítica web y redes sociales, algo que no vi en profundidad en la universidad.*" Esta necesidad de aprendizaje acelerado ha generado sentimientos de inseguridad, frustración y desventaja competitiva en los primeros meses de inserción. A pesar de la frustración, el Egresado 49 (E49) demostró resiliencia: "*Sí, sin duda. Aprendí sobre copyright digital, formatos de publicación y cómo adaptar contenido para SEO y algoritmos de redes sociales. Fue difícil, pero necesario para mantenerme vigente.*" Este desfase entre teoría y práctica ha obligado a muchos a capacitarse continuamente

fuera del aula para mantenerse vigentes, lo que refuerza la percepción de que la empleabilidad en el periodismo digital requiere una constante actualización tecnológica.

**Figura 6**

*La inestabilidad laboral impacta a los graduados en periodismo digital*



**Tabla 6.**

*Opiniones sobre la empleabilidad en el entorno del periodismo digital*

Opiniones	Empleabilidad	Opiniones sobre la estabilidad laboral	Opiniones sobre la adaptabilidad profesional	Opiniones sobre la inserción digital
Percepción positiva	Algunos egresados valoran la evolución profesional como una oportunidad para diversificarse.	Solo una minoría considera que ha logrado cierta estabilidad laboral gracias a emprendimientos propios o alianzas que se han mantenido en el tiempo.	Un grupo reducido reconoce que su capacidad de adaptarse les ha permitido fortalecer su marca personal y abrir algunas oportunidades de crecimiento profesional.	Apenas algunos egresados afirman que pudieron insertarse en medios digitales apoyados en iniciativas internas de capacitación o en el acompañamiento de colegas más experimentados.

Percepción negativa	La mayoría de egresados ha debido aprender por su cuenta a enfrentar las demandas del entorno digital.	La mayoría señala que el mercado del periodismo digital ofrece empleos precarios, rotativos y sin beneficios formales, lo que dificulta proyectarse a largo plazo.	Una gran parte siente que tuvo que reinventarse sin guía institucional, situación que generó confusión, sobrecarga y una constante sensación de inestabilidad profesional.	De igual modo, la mayor parte manifiesta que ingresó al entorno digital sin la preparación técnica necesaria, lo que complicó su inserción laboral en medios digitales.
Tendencia Crítica	El desfase entre universidad y mercado ha obligado a los egresados a una constante autoformación.	Un sector importante de egresados afirma haber migrado a otros rubros debido a la dificultad de consolidar una carrera sostenible en el periodismo digital.	También se identifica un grupo que reconoce haber asumido funciones alejadas de su perfil profesional, principalmente por necesidad económica y falta de alternativas estables.	También, varios egresados reportan haber enfrentado errores frecuentes, frustración y desventaja competitiva al inicio de su carrera por no dominar herramientas digitales clave.

*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación:** La tabla muestra que los egresados perciben que la empleabilidad en el periodismo digital se caracteriza por una marcada inestabilidad laboral, con experiencias frecuentes de precariedad, rotación y ausencia de beneficios formales, lo que dificulta proyectar una carrera sostenible en este campo. Si bien algunos señalan que la adaptabilidad y la diversificación les han permitido abrir oportunidades de crecimiento, la mayoría reconoce que ha tenido que reinventarse sin una guía institucional clara, asumiendo funciones alejadas de su perfil profesional o migrando a otros rubros por necesidad económica. Además, varios egresados relatan que ingresaron a medios digitales sin contar con la preparación técnica necesaria, enfrentando errores, frustración y desventaja competitiva frente a colegas con mayor dominio de herramientas digitales. En conjunto, la tabla evidencia un desfase persistente entre la formación universitaria y las exigencias del mercado digital, lo que obliga a los egresados a recurrir a la autoformación continua para poder mantenerse y sobrevivir profesionalmente.

## **CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

El presente capítulo desarrolla la discusión e interpretación crítica de los hallazgos obtenidos a partir del análisis de las entrevistas realizadas a egresados de comunicaciones, articulando los resultados con las preguntas de investigación, los antecedentes y las bases teóricas del estudio. Esta discusión se organiza en función de las cuatro preguntas específicas que guiaron el proceso investigativo, permitiendo examinar las percepciones sobre el periodismo digital como herramienta de adaptación profesional desde una perspectiva integral. En ese marco, se aborda comparativamente la relación entre las dos categorías centrales del estudio, periodismo digital y adaptación profesional, a partir de sus respectivas subcategorías: formación académica, plataformas periodísticas y competencias digitales. Asimismo, se presentan las implicancias teóricas, pedagógicas e institucionales de los hallazgos, así como las principales limitaciones del estudio. Por último, se formulan las conclusiones y recomendaciones orientadas a contribuir con la mejora de los procesos formativos universitarios y al fortalecimiento de las capacidades de inserción profesional en el ecosistema digital.

### **4.1. Interpretación comparativa**

La evidencia revela que, si bien los graduados aprecian algunos conocimientos teóricos y éticos, reconocen la falta de contenidos prácticos relacionados con herramientas tecnológicas, plataformas periodísticas, producción multimedia y estrategias digitales, lo que impactó en su inserción, seguridad y desempeño en medios digitales. Esta idea concuerda con lo que señalan Vega et al. (2023) sobre la brecha que aún existe entre el perfil del periodista tradicional y lo que el mundo digital necesita en Latinoamérica, y con lo que indican Castillo y Chablay (2025) sobre la falta de preparación tecnológica en los programas universitarios. Además, desde la teoría, autores como Samson (2004) y Mendieta et al. (2023) señalan que el periodismo digital

necesita habilidades técnicas, multimediales y de actualización continua para trabajar en ambientes convergentes, mientras que López (2015) advierte que la precarización laboral y la competencia obligan al periodista a adaptarse con flexibilidad y dominio digital. En esa línea, el debate puede afirmar que el periodismo digital no ha logrado establecerse como una herramienta formadora y profesionalizante, sino que es un área descuidada por los programas académicos, dejando a los egresados en una situación vulnerable que los obliga a procesos de autoaprendizaje para sobrevivir en un ecosistema mediático en constante evolución.

En cuanto a la pregunta específica 1: ¿Qué opinión tienen sobre la formación académica como mecanismo de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada ubicada en el distrito de Comas, Lima 2025? Los resultados muestran que la formación académica que recibieron los egresados no fue suficiente para dar respuesta a las necesidades del mundo digital actual, creando una brecha formativa que afectó su proceso de adaptación al mundo laboral. Se encontró una formación orientada al periodismo tradicional y con poca incursión de herramientas digitales, contenidos interactivos y modelos pedagógicos actualizados. Esta opinión coincide con lo que indican Morales y Cedeño (2024), al descubrir que los periodistas graduados necesitan una capacitación continua para adquirir habilidades adaptativas y tecnológicas, y con Castillo y Chablay (2025), quienes demuestran la falta de producción multiplataforma en la educación superior. Desde la teoría, Segovia (2021) señala que la formación académica debe actualizarse con los nuevos desarrollos científicos y tecnológicos para mejorar la inserción laboral, pero los indicadores estudiados (periodismo tradicional, conocimientos y narrativas digitales) muestran una desconexión entre teoría y práctica, lo que fue confirmado por los testimonios de los egresados. En esto, la universidad no llegó a ser formadora de competencias digitales ajustadas al mercado laboral, sino que siguió enseñando con modelos descontextualizados. Esto apoya lo planteado por Mendieta et al.

(2023) de que el periodismo hoy necesita una transformación curricular hacia la convergencia de medios, la multimedialidad y la creatividad digital. Por lo tanto, la educación superior no sirvió como un medio de adaptación profesional, sino como una restricción que obligó a los egresados a buscar aprendizajes externos e informales.

En cuanto a la pregunta específica 2: ¿Qué opinión tienen las plataformas periodísticas como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada ubicada en el distrito de Comas, Lima 2025? Los titulados consideran que su formación universitaria en herramientas periodísticas fue escasa y que les impidió ajustarse profesionalmente al periodismo digital. La falta de capacitación en tecnologías, redes sociales y modelos de monetización digital dejó en evidencia una gran brecha entre lo aprendido y lo que se necesita en el mundo laboral. Esta idea concuerda con lo que encontraron Castillo y Chablay (2025), quienes evidenciaron la falta de formación académica en producción multiplataforma, y con Valbuena (2023), quien alertó sobre la necesidad de actualizar el currículo ante el avance tecnológico. Desde la teoría, Sosa (2023) y Espinoza (2023) señalan que las plataformas digitales se han establecido como infraestructuras para generar y distribuir noticias, lo que requiere habilidades técnicas y estratégicas. Pero los titulados entrevistados consideran que su formación fue muy teórica y desconectada de las herramientas propias del entorno digital. Esta falta ha afectado su competitividad, autonomía y capacidad para generar proyectos sustentables en medios digitales. Como indica Giménez (2023), las redes sociales son espacios nucleares de interacción y difusión, y Aguirre et al. (2020) destacan la necesidad de conocer la rentabilidad como factor de sostenibilidad profesional, algo que no aprendieron en su formación. Por lo tanto, las redacciones periodísticas, en vez de ser una fortaleza, se transformaron en una debilidad para la adaptación profesional de los egresados, lo que demostró la necesidad de transformar los currículos para incorporar competencias prácticas,

sostenibilidad digital y espíritu emprendedor desde la universidad.

En cuanto a la pregunta específica 3: ¿Qué opinión tienen sobre las competencias digitales como mecanismo de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada ubicada en el distrito de Comas, Lima 2025? Los titulados consideran que la formación recibida en competencias digitales fue insuficiente y poco contextualizada, limitando su capacidad para ajustarse profesionalmente a las necesidades del periodismo digital. Muestran una clara carencia en la elaboración de material multimedia, en la planificación de su difusión y en la comprensión del engagement como forma de conectar con las audiencias. Esta idea coincide con lo que señalan Morales y Cedeño (2024) sobre la preparación continua para fortalecer la innovación comunicacional. Además, Lazo et al. (2020) señalan que las competencias digitales se deben de ligar a la práctica profesional, actualizándose continuamente. Desde la teoría, autores como Villegas y Castañeda (2020) y Guarnizo et al. (2022) señalan que la creación de contenidos digitales se debe planificar, aprovechando la naturaleza interactiva y de velocidad de las plataformas actuales. Sin embargo, los egresados entrevistados señalan que la universidad no trató estas competencias con suficiente profundidad, obligándolos a aprender por prueba y error una vez que se encontraban en el mundo laboral. Además, aunque reconocen su importancia (Zurita, 2019), señalan que lo aprendieron por empirismo más que por estudio. Esta distancia entre teoría y práctica refuerza la necesidad de incorporar desde los primeros ciclos universitarios una malla curricular enfocada en la producción digital, el análisis de audiencias y el desarrollo de habilidades interactivas como herramientas necesarias para la empleabilidad en el ecosistema mediático digital.

#### **4.2. Implicancias de la investigación**

Desde la teoría y la metodología, este estudio contribuye al campo académico de la comunicación y el periodismo digital, al explorar cómo los egresados viven su proceso de adaptación profesional a entornos digitales. Al centrarse en las comprensiones subjetivas de los actores, se actualizan los marcos conceptuales sobre competencias digitales, narrativa multimedia y transmedia. Esta mirada, abordada desde la metodología cualitativa, de tipo básica y diseño no experimental, usando la entrevista semiestructurada como técnica, posibilita comprender en profundidad y en contexto los significados que los egresados le otorgan a su formación universitaria y desempeño laboral.

Desde un punto de vista práctico, los resultados muestran lagunas específicas en la formación de los futuros comunicadores, dejando en evidencia carencias en el uso de herramientas digitales, planificación de contenidos y conocimiento del contexto laboral actual. Esta información sirve para reformular planes de estudio, actualizar mallas curriculares y desarrollar estrategias pedagógicas más acordes con las necesidades del ecosistema digital. Además, implica reformular el perfil de egreso de las facultades de comunicación, desarrollando una formación que integre competencias técnicas, habilidades blandas, criterios éticos y capacidades de autogestión para ser empleable en los nuevos medios digitales, como redes sociales, plataformas audiovisuales y entornos colaborativos.

Asimismo, esta investigación es una oportunidad para que universidades, docentes, gestores académicos, medios de comunicación y hacedores de políticas educativas identifiquen el desajuste entre la formación universitaria y el mercado laboral. En esa línea, los hallazgos pueden servir de base para fortalecer los nexos entre la academia y el sector productivo, desarrollar estrategias de colocación profesional sostenibles y crear ecosistemas formativos más relevantes para las necesidades del mundo laboral actual. De este modo, se pretende

mejorar la empleabilidad de los egresados, pero también su sostenibilidad en el mundo laboral periodístico, cada vez más digitalizado, competitivo y exigente.

#### **4.3. Limitaciones de la investigación**

Entre sus principales limitaciones se halla la limitación geográfica, ya que el estudio se limitó a graduados de una universidad privada ubicada en el distrito de Comas, lo cual podría no ser representativo de otras universidades públicas o privadas del país. Además, el enfoque cualitativo utilizado no pretende generalizar los resultados, sino comprender las perspectivas de los egresados, por lo que otras investigaciones pueden encontrar resultados diferentes en otros contextos y metodologías. Otra limitación se relaciona con la subjetividad de las respuestas, ya que las opiniones de los encuestados pueden verse influenciadas por experiencias personales particulares y por el año en que egresaron. En consecuencia, el uso de entrevistas semiestructuradas como única técnica de recolección pudo sesgar la triangulación con otras fuentes de información.

#### **4.4. Conclusiones**

En lo que respecta al periodismo digital y la adaptación profesional, la literatura científica muestra que hay una desconexión estructural entre la formación universitaria de periodismo digital y el proceso real de adaptación profesional de los egresados a un mercado laboral exigente y muy digitalizado sin las herramientas y competencias requeridas. Esta distancia ha producido trayectorias caracterizadas por la autoformación, la improvisación y la precariedad laboral, en las que la adaptación no es fomentada por la institución, sino exigida por un contexto en permanente transformación.

En términos de capacitación y reconversión profesional, la investigación muestra que la capacitación académica de los egresados se quedó en modelos tradicionales del periodismo, sin desarrollar habilidades digitales ni metodologías activas propias del mundo laboral actual.

Esta realidad ha mermado la habilidad de los egresados para incursionar exitosamente en el mercado laboral digital, viéndose en la necesidad de adquirir tardíamente y de manera autodidacta habilidades esenciales para su adaptación profesional, tales como networking, gestión del cambio o el nuevo rol del periodista.

En lo que respecta a las plataformas periodísticas y adaptación profesional, la investigación muestra que la falta de capacitación práctica en el uso de herramientas tecnológicas, redes sociales y modelos de monetización digital impidió que los egresados desarrollaran las habilidades para trabajar de manera independiente en plataformas periodísticas actuales. Esto ha impactado en su desarrollo profesional, al enfrentarse a espacios laborales que exigen dominio técnico, versatilidad y la capacidad de crear proyectos sustentables, habilidades que no desarrollaron durante su formación.

Sobre las competencias digitales y la adaptación profesional, la investigación muestra que la falta de capacitación formal en competencias digitales como creación de contenido, divulgación de información y generación de engagement ha impedido formar perfiles profesionales competitivos. La mayoría de los graduados consideran que estas habilidades se aprendieron fuera de la universidad, lo que influyó en su incursión y adaptación al mercado digital. Esto evidencia una construcción fragmentada de la realidad profesional y la necesidad de transformar el currículo para desarrollar una adaptación planificada y sostenible.

#### **4.5. Recomendaciones**

Para el periodismo online y la adaptación profesional, las universidades deberían integrar en el currículo un enfoque transversal que integre el desarrollo de competencias digitales con procesos de orientación para la adaptación profesional. Esto implica no sólo actualizar los contenidos académicos, sino estimular la reflexión crítica sobre el ejercicio del periodismo digital, desarrollando resiliencia, versatilidad profesional y gestión de la reputación

digital como habilidades formativas desde los primeros ciclos.

Para la capacitación académica y la inserción laboral se recomienda reformular los planes de estudio con materias enfocadas en el mundo laboral actual, potenciando metodologías activas, simulaciones y alianzas con medios digitales. Además, es preciso reforzar el pilar de empleabilidad con tutorías profesionales, cursos de inserción laboral y habilidades blandas que mejoren la adaptabilidad a nuevos contextos y trabajos.

Para las redacciones periodísticas y la formación profesional se propone incorporar al currículo formativo módulos prácticos de gestión de plataformas, software periodístico, monetización digital y uso estratégico de redes sociales. Estas herramientas capacitarán a los egresados para crear y gestionar proyectos comunicacionales de alto impacto y económicamente viables, facilitando su incursión y permanencia en el campo digital.

Para las competencias digitales y la adaptación profesional es conveniente crear un sistema permanente de actualización y certificación en competencias digitales, enlazado con prácticas preprofesionales que permitan a los estudiantes vivir la realidad del periodismo en la era digital. Esto hará que desarrollen su perfil adaptativo y salgan con las competencias para gestionar audiencias, construir comunidades digitales y crear contenidos en entornos virtuales.

## REFERENCIAS

- Aguirre, C., Barona, C. y Dávila, G. (2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial. *Revista De Investigación Valor Contable*, 7(1), 50–64.  
[https://rivc.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_vc/article/view/1396/1750](https://rivc.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1396/1750)
- Alemán, E. (2023). El Networking y su aplicación a las Relaciones Públicas. *Revista Contacto*, 2(3), 60–76.  
<https://revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/article/download/3572/3084/5838>
- Alvarado, C. (2022). *El periodismo ciudadano en los medios digitales y la credibilidad en el periodismo profesional*. [Tesis de bachiller, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <http://hdl.handle.net/10757/660771>
- Andino, P. (2023). Estudio Bibliométrico sobre empleabilidad. *Revista Ad-Gnosis*, 12(12), 1-25. <https://doi.org/10.21803/adgnosis.12.12.605>
- Angulo, M. (2019). Cambios y continuidades en la transformación digital de los medios de comunicación peruanos. Análisis de las tesis peruanas sobre periodismo digital. *Revista Emprende y Transforma*, 1(1), 11–20.  
[https://www.researchgate.net/publication/345450339\\_Cambios\\_y\\_continuidades\\_en\\_la\\_transformacion\\_digital\\_de\\_los\\_medios\\_de\\_comunicacion\\_peruanos\\_Analisis\\_de\\_las\\_tesis\\_peruanas\\_sobre\\_periodismo\\_digital](https://www.researchgate.net/publication/345450339_Cambios_y_continuidades_en_la_transformacion_digital_de_los_medios_de_comunicacion_peruanos_Analisis_de_las_tesis_peruanas_sobre_periodismo_digital)
- Arellano, P. (2024). Vulnerabilidad digital: un análisis de la contratación telemática y la brecha digital en Ecuador. *Revista Lex*, 7(26), 916–929.  
<https://doi.org/10.33996/revistalex.v7i26.221>

- Arias, A. y Sireci, S. (2021). Validez y Validación para Pruebas Educativas y Psicológicas: Teoría y Recomendaciones. *Revista Iberoamericana de Psicología*, 14(1), 11-22.  
<https://doi.org/10.33881/2027-1786.rip.14102>
- Arias, J. (2021). Adaptabilidad a las tecnologías de la información, comunicación y procrastinación laboral en colaboradores del sector público en Arequipa. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 83–96. <https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.348>
- Arias, J., Villasís, M. y Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.  
<https://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/181>
- Balestero, M. (2020). ¿Qué es el derecho a la estabilidad laboral tecnológica?. *Revista de Derecho*, 21, 118–148. <https://doi.org/10.22235/rd.vi21.2100>
- Bernal, J., López, D., Trotti, R. y Ruiz, H. (2024). Estado de la transformación digital del periodismo en América Latina pos-pandemia: Análisis con corte al año 2022. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, (156), 37–52.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9684341>
- Campos, E. (2021). Más allá de la innovación tecnológica. Esbozo de las dimensiones sociales y estructurales del periodismo digital. *Revista Investigaciones Históricas. Época Moderna y Contemporánea*, (Extraordinario I), 711–730.  
<https://doi.org/10.24197/ihemc.0.2021.711-730>
- Cárdenas, M. y Yáñez, S. (2012). Nuevas formas de muestreo para minorías y poblaciones ocultas: muestras por encuestado conducido en una población de inmigrantes sudamericanos. *Revista Universitas Psicológica*, 11(2), 571-578.

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-29672012000200018&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-29672012000200018&script=sci_arttext)

Castillo, V. y Chablay, J. (2025). *Determinación de las características de los nuevos perfiles periodísticos multimedia en la era digital en Cuenca* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Cuenca]. Repositorio institucional - DSpace Universidad de Cuenca.

<https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/0d544bab-e1ae-4c6c-a043-3d21d10f5cdf>

Corral, Y. (2022). Validez y confiabilidad en instrumento de investigación: una mirada teórica. *Revista Ciencias de la Educación*, 32(60), 562-586.

<https://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/60/art06.pdf>

Coya, H. (2024). *Transformación de periodistas peruanos en influencers y su impacto en la comunicación mediática* [Tesis de Maestría, Universidad Bausate y Meza]. Repositorio institucional – UJBM. <https://hdl.handle.net/20.500.14229/360>

Cuestas, A. (2024). De los medios tradicionales a las redes sociales: Preferencia del consumo de noticias en los jóvenes. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(4), 10501–10519. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i4.13189](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.13189)

Di Palma, G. (2010). *Introducción al periodismo. Internet y Tecnología digital, prensa gráfica, Radio y TV*. Brujas.

<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/78047>

Díaz, J. (2020). *Estudio del periodismo digital como opción laboral para los egresados de la especialidad de periodismo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Institucional UNSA.

<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10498>

- Espinoza, D. (2023). *Análisis de las herramientas tecnológicas de comunicación utilizadas por los profesionales del periodismo de la empresa “OQ Radio” del cantón Quevedo, año 2022* [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo]. Repositorio Institucional UTB. <https://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/14593>
- García, M., García, B. y Martínez, M. (2023). *Digitalización, mercado de trabajo y formación. Oportunidades y vulnerabilidades de los graduados en Comunicación*. *Quaderns del CAC*, (49), 37–46. <https://doi.org/10.34810/qcac49id420934>
- Giménez, S. (2023). *Redes Sociales, estado actual y tendencias 2023*. OBS Business School. <https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informe%20OBS%20Tendencias%20Redes%20Sociales%202023.pdf>
- Gómez, A. (2022). Precisiones para el estudio de lo público a partir del significado de público y la publicidad de las cosas. *Revista Signo y Pensamiento*, 40(79). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp40-79.peps>
- González, R., Olate, C. y Grassau, D. (2022). Impacto del entorno digital en los medios tradicionales chilenos: percepciones y actitudes predominantes de sus protagonistas. *Revista Palabra Clave*, 25(4), 1-35. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.4.7>
- Goyanes, M. (2023). Planteamiento de preguntas de investigación e hipótesis en estudios cuantitativos y cualitativos: clarificación de su uso y aplicación. *Revista Infonomy*, 1(1), 1-8. <https://infonomy.scimagoepi.com/index.php/infonomy/article/view/1/27>
- Guarnizo, J., Villarroel, D. y Romero, K. (2022). Transformación del periodismo hacia las plataformas digitales. *Revista RECIAMUC*, 6(3), 359-366. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(3\).julio.2022.359-366](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.359-366)

- Guevara, G., Verdesoto, A. y Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 4(3), 163-173. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7591592>
- Huamán, J., Treviños, L. y Medina, W. (2022). Epistemología de las investigaciones cuantitativas y cualitativas. *Revista Horizonte De La Ciencia*, 12(23), 27-47. <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2022.23.1462>
- Jastrzebski, C., Aseloni, C., Cisneros, D., Cohen, N. y Quiroga, F. (2024). *Percepción estudiantil sobre la importancia de las competencias tecnológicas para la inserción laboral en la carrera de Contador Público*. [Documento de Trabajo de Investigación, Universidad Nacional de Córdoba]. Repositorio UNC. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/DTI/article/view/46396/46735>
- Lazo, C., Rodríguez, J. y Peñalva, S. (2020). Competencias digitales en periodismo. Revisión sistemática de la literatura científica sobre nuevos perfiles profesionales del periodista. *Revista Latina De Comunicación Social*, (75), 53-68. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1416>
- Liendo, A. (2023). *Ciberperiodismo y la percepción mediática de los estudiantes de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada de Tacna, 2023* [Tesis de Bachiller, Universidad Privada de Tacna]. Repositorios Latinoamericanos. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/9480775>
- López, A. y Córdoba, A. (2020). Características y competencias de la enseñanza del periodismo digital en el grado de Periodismo en las universidades públicas españolas. *Revista Dixit*, 33, 61-73. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7664323.pdf>

López, G. (2015). *Periodismo digital. Redes, audiencias y modelos de negocio*. Comunicación Social.

[https://www.researchgate.net/publication/303805399\\_Periodismo\\_digital\\_redes\\_audiencias\\_y\\_modelos\\_de\\_negocio](https://www.researchgate.net/publication/303805399_Periodismo_digital_redes_audiencias_y_modelos_de_negocio)

López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Revista Punto cero*, 9(8), 69-74.

[http://www.scielo.org.bo/scielo.phpscript=sci\\_arttext&pid=S18150276200400012](http://www.scielo.org.bo/scielo.phpscript=sci_arttext&pid=S18150276200400012)

Manfredi, J., Ufarte, M. y Herranz, J. (2019). Innovación periodística y sociedad digital: Una adaptación de los estudios de Periodismo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1633–1654. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1402>

Marimon, M., Cabero, J., Castañeda, L., Coll, C., Minelli, J. y Rodríguez, M. (2022). Construir el conocimiento en la era digital: retos y reflexiones. *Revista de Educación a Distancia*, 22(69), 1-32. <https://doi.org/10.6018/red.505661>

Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C. y Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumento de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>

Mendieta, A., Estrada, J. y Pérez, K. (2023). *Periodismo en la era digital*. La Biblioteca. <https://repositorioinstitucional.buap.mx/server/api/core/bitstreams/d6608437-ad51-4bb5-92ea-b68390c4d87f/content>

Meza, R. y Alfaro, C. (2024). Narrativas digitales: una herramienta pedagógica para desarrollar competencias comunicativas. *Revista Entretexos*, 18(34), 219–235. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10472729>

Montagut, A. (2021). *Reset: Cómo concluir la revolución digital del periodismo*. Galaxia Gutenberg.

- Morales, R. y Cedeño, M. (2024). El periodismo deportivo y rol de la formación académica en la era digital en Ecuador. *Revista San Gregorio*, 1(57), 73-88.  
<https://doi.org/10.36097/rsan.v1i57.2549>
- Muggenburg, M. y Pérez, I. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Revista Enfermería Universitaria*, 4(1), 35-38.  
<https://doi.org/10.22201/eneo.23958421e.2007.1.469>
- Orteu, X. (2017). *Desafíos en un mercado laboral en transformación*. Editorial UOC.  
<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/116012/>
- Pascual, M. (2020). *Reputación digital en redes sociales. La adecuación y corrección lingüística como factor determinante de la imagen de marca*. [Trabajo de máster, Universitat Oberta de Catalunya]. UOC Open Access.  
<https://openaccess.uoc.edu/items/82548cc1-7acc-4a3c-a654-2265bb01783f?locale=es>
- Peralta, V. (2020). Competencias del docente universitario para la formación de ciberperiodistas. *Revista Catedra Villareal*, 8(2), 147-156.  
<http://dx.doi.org/10.24039/cv202082964>
- Pérez, M. (2024). *Habilidades y herramientas para la mejora profesional*. Editorial ICB.  
<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/283927/>
- Prieto, B. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de Contabilidad*, 18(46), 1-27. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-46.umdi>
- Rabanal, R., Huamán, C., Murga, N. y Chauca, P. (2020). Desarrollo de competencias personales y sociales para la inserción laboral de egresados universitarios. *Revista de*



<https://publicaciones.anahuac.mx/index.php/sintaxis/article/download/2104/2081/745>

8

Victorio, K. (2023). *Las competencias profesionales en el periodismo digital de los periodistas en los principales diarios de Lima* [Tesis de posgrado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle]. Repositorio UNE.

<https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/9356>

Villareal, J. y Cid, M. (2022) *La Aplicación de Entrevistas Semiestructuradas en Distintas Modalidades Durante el Contexto de la Pandemia*. *Revista Científica Hallazgos21*, 7(1), 52- 60. <http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/>

Villegas, M. y Castañeda, W. (2020). Contenidos digitales: aporte a la definición del concepto. *Revista Kepes*, 17(22), 87–106.

<https://revistasojs.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/2609>

Zurita, J. (2019). El “engagement” y las nuevas narrativas en el diseño de la comunicación digital. *Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 1249–1261.

<https://doi.org/10.5209/esmp.64836>

## ANEXOS

**Tabla 7.**

*Matriz de Categorización*

### MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

TÍTULO: Percepción del periodismo digital como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada de Comas, Lima 2025					
CATEGORÍA	DEFINICION CONCEPTUAL	SUBCATEGORÍA	INDICADORES		
<b>Periodismo digital</b>	<p>Soto y Martínez (2022) sostienen que el periodismo en su formato digital ha permitido que los medios tradicionales evolucionen hacia entornos multimediales, facilitando así una difusión veloz y precisa de noticias relevantes incluso en zonas alejadas, y consolidándose como una herramienta clave para impulsar causas sociales, políticas, económicas y culturales a nivel global durante los últimos años.</p>	<p><b>Formación académica.</b> Segovia (2021) explica que la educación universitaria representa una etapa formativa esencial en el desarrollo profesional, ya que integra recursos científicos y tecnológicos para fortalecer habilidades especializadas, lo cual se ve reflejado en la inserción efectiva de los egresados en áreas como Comunicaciones o Ciencias Económicas, lo que evidencia una respuesta alineada entre formación académica y requerimientos laborales actuales.</p>	<p>Periodismo tradicional</p> <p>Conocimientos</p> <p>Narrativas digitales</p>		
		<p><b>Plataformas periodísticas.</b> Sosa (2023) indica que las plataformas digitales han transformado profundamente el periodismo, posicionándose como estructuras informativas centrales desde las cuales se distribuye contenido y se fomenta el sentido de comunidad, enfrentando al mismo tiempo la concentración de poder de grandes empresas tecnológicas, lo que genera una reducción en la diversidad de fuentes y plantea retos para los medios pequeños.</p>	<p>Herramientas tecnológicas</p> <p>Redes sociales</p> <p>Rentabilidad</p>		
		<p><b>Competencias digitales.</b> Lazo et al. (2020) argumentan que el desarrollo de habilidades digitales es indispensable para el ejercicio profesional actual, sobre todo en el ámbito periodístico donde se requiere combinar conocimientos técnicos con herramientas digitales, promoviendo así una evolución del oficio hacia entornos tecnológicos que valoren tanto la formación continua como la preservación de principios informativos tradicionales.</p>	<p>Contenidos digitales</p> <p>Difusión informativa</p> <p>Engagement</p>		
		<b>Adaptación profesional</b>	<p>Pérez (2024) plantea que adaptarse profesionalmente implica la capacidad de responder de forma efectiva a escenarios laborales que cambian constantemente, en especial cuando exigen dominio de competencias digitales, lo cual demanda una evaluación del entorno y de las oportunidades de empleo como base para consolidar un desempeño exitoso en la era del conocimiento.</p>	<p><b>Inserción laboral.</b> Rabanal et al. (2020) entienden la inserción laboral como un proceso que demanda integrar a los estudiantes al mercado de trabajo a través de herramientas como el fortalecimiento de habilidades personales y sociales, la inclusión de cursos prácticos y de emprendimiento, así como la conexión con redes de empleabilidad que faciliten una transición efectiva del ámbito académico al profesional.</p>	<p>Networking</p> <p>Inexperiencia digital</p> <p>Oportunidades laborales</p>
				<p><b>Exposición Pública.</b> Gómez (2022) explica que lo público, más allá de la mera exposición visual, constituye una dimensión comunicativa en la que los individuos interactúan y construyen significados compartidos dentro del espacio social, transformando cualquier forma de visibilidad en un acto de conexión colectiva que enriquece los intercambios simbólicos en las Ciencias Sociales.</p>	<p>Vulnerabilidad digital</p> <p>Reputación Digital</p> <p>Credibilidad</p>
				<p><b>Empleabilidad.</b> Andino (2023) afirma que la empleabilidad está íntimamente ligada a la capacidad de insertarse y mantenerse en el mercado laboral, y que ello requiere no solo habilidades personales orientadas a la productividad, sino también un compromiso con la formación continua, sobre todo en aspectos digitales, debido a que las exigencias empresariales actuales dependen de la preparación profesional constante.</p>	<p>Estabilidad Laboral</p> <p>Adaptabilidad</p> <p>Inserción digital</p>

**Tabla 8.**

*Matriz de Consistencia*

<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA</b>						
<b>TÍTULO:</b> Percepción del periodismo digital como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025.						
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>SUB CATEGORIAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ITEM'S</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
<p>¿Cuál es la percepción sobre el periodismo digital como herramienta de adaptación profesional de los egresados de comunicaciones en una universidad privada de Comas, Lima 2025?</p> <p style="text-align: center;"><b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b></p> <p>¿Cuál es la percepción sobre la formación académica como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025?</p> <p>¿Cuál es la percepción sobre las plataformas periodísticas como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025?</p> <p>¿Cuál es la percepción sobre las competencias digitales como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025?</p>	<p>Análisis sobre el periodismo digital como herramienta de adaptación profesional de los egresados de comunicaciones en una universidad privada de Comas, Lima 2025</p> <p style="text-align: center;"><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b></p> <p>Analizar la percepción sobre la formación académica como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025</p>	Periodismo digital	Formación Académica	Periodismo tradicional	1	<p><b>TIPO:</b> Aplicada</p> <p><b>DISEÑO:</b> No experimental</p> <p><b>ENFOQUE:</b> Cualitativo</p> <p><b>NIVEL:</b> Transversal</p> <p><b>ALCANCE:</b> Descriptivo</p> <p><b>MÉTODO:</b> Deductivo</p> <p><b>POBLACIÓN:</b> 50 Egresados de la carrera de Comunicación de una Universidad Privada del distrito de Comas</p> <p><b>MUESTRA:</b> 50 egresados mediante un muestreo censal</p> <p><b>TECNICA:</b> Entrevistas semiestructuradas</p> <p><b>INTRUMENTO:</b> Guía de entrevista</p>
				Conocimientos	2	
				Narrativas digitales	3	
			Plataformas Periodísticas	Herramientas tecnológicas	4	
				Redes sociales	5	
				Rentabilidad	6	
	Competencias digitales	Contenidos digitales	7			
		Difusión informativa	8			
		Engagement	9			
	Adaptación profesional	Analizar la percepción sobre las plataformas periodísticas como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada del distrito de Comas, Lima 2025	Inserción laboral	Networking	10	
				Inexperiencia digital	11	
				Oportunidades laborales	12	
		Exposición Pública	Vulnerabilidad digital	13		
			Reputación Digital	14		
			Credibilidad	15		
		Empleabilidad	Estabilidad Laboral	16		
			Adaptabilidad	17		
			Inserción digital	18		

**Tabla 9.**

*Guía de Entrevista*

INSTRUMENTO	
N°	<b>GUIA DE PREGUNTAS DE ENTREVISTA</b>
	CATEGORIA 1: Periodismo digital
	SUBCATEGORIA 1: Formación Académica
	I1: Periodismo tradicional
1	¿Crees que la enseñanza del periodismo tradicional limitó tu visión del entorno digital?
	I2: Conocimientos
2	¿Crees que la universidad abordó suficientemente las temáticas relacionadas con lo digital?
	I3: Narrativas digitales
3	¿Has aplicado conocimientos de narrativa en proyectos personales o laborales?
	SUBCATEGORIA 2: Plataformas Periodísticas
	I1: Herramientas tecnológicas
4	¿Has sentido que te faltan herramientas para insertarte en medios digitales?
	I2. Redes sociales
5	¿Qué habilidades te faltan para aprovechar mejor las redes como herramienta periodística?
	I3. Rentabilidad
6	¿Consideras que la universidad te brindó herramientas para generar ingresos en entornos digitales?
	SUBCATEGORIA 3: Competencias digitales
	I1. Contenidos digitales
7	¿Crees que tu formación te dio herramientas suficientes para crear contenido?
	I2. Difusión informativa
8	¿Has recibido formación sobre planificación de difusión en medios digitales?
	I3. Engagement
9	¿Crees que el engagement define el éxito de un contenido digital?


	CATEGORIA 2: Adaptación profesional
	SUBCATEGORIA 1: Inserción laboral
	I1: Networking
10	¿Crees que contar con una red de contactos facilita la adaptación profesional al entorno digital?
	I2: Inexperiencia digital
11	¿Qué tan preparado sentías que estabas para el mercado digital al egresar?
	I3: Oportunidades laborales
12	¿Consideras que el mercado laboral en periodismo digital es accesible para egresados?
	SUBCATEGORIA 2: Exposición Pública
	I1: Vulnerabilidad digital
13	¿Tu formación incluyó temas sobre seguridad digital o exposición pública?
	I2. Reputación Digital
14	¿Tu universidad brindó orientación sobre marca personal o reputación digital?
	I3. Credibilidad
15	¿Tu formación te brindó herramientas para manejar crisis de credibilidad?
	SUBCATEGORIA 3: Empleabilidad
	I1. Estabilidad Laboral
16	¿Consideras que este campo ofrece condiciones laborales sostenibles para egresados?
	I2. Adaptabilidad
17	¿Has tenido que reinventarte profesionalmente para mantenerte vigente?
	I3. Inserción digital
18	¿Tuviste que aprender herramientas o procesos nuevos al ingresar a un medio digital?

**Tabla 10.**

*Validación experto 1 – Categoría 1*

<b>MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS</b>					
<b>Título de la investigación:</b> "Percepción del periodismo digital como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada de Comas, Lima 2025"					
<b>Línea de investigación:</b> Desarrollo sostenible y Gestión empresarial					
<b>Apellidos y nombres del experto:</b> Ramírez Banda Iván Cruz					
<b>Años de experiencia profesional:</b>		7	<b>Grado académico:</b>		Magister
<b>Área de formación académica:</b>		Clínica	Social	Educativa	X
<b>El instrumento de medición pertenece a la categoría:</b>			Periodismo Digital		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.					
ITEM'S	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES	
		SI	NO		
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X			
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X			
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables o categorías de investigación?	X			
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X			
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables o categorías de estudio?	X			
6	¿La redacción de las preguntas o ítems tienen un sentido coherente y no están sesgadas?		X	Algunas preguntas señaladas deben ser reformuladas.	
7	¿Cada una de las preguntas o ítems del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X			
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X			
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X			
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X			
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X			
<b>SUGERENCIAS:</b> Las preguntas que he señalado deberían ser reformuladas para que el encuestado no sea insinuado a responder negativamente.					
 <b>Ramírez Banda Iván Cruz</b> <b>DNI: 41348469</b>					


**Tabla 11.**
**Validación experto 1 – Categoría 2**

<b>MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS</b>					
<b>Título de la investigación:</b> "Percepción del periodismo digital como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada de Comas, Lima 2025"					
<b>Línea de investigación:</b> Desarrollo sostenible y Gestión empresarial					
<b>Apellidos y nombres del experto:</b> Ramírez Banda Iván Cruz					
<b>Años de experiencia profesional:</b>		7	<b>Grado académico:</b>		Magíster
<b>Área de formación académica:</b>		Clínica	Social	Educativa	X
<b>El instrumento de medición pertenece a la categoría:</b>			Adaptación Profesional		
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>					
ITEM'S	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES	
		SI	NO		
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X			
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X			
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables o categorías de investigación?	X			
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X			
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables o categorías de estudio?	X			
6	¿La redacción de las preguntas o ítems tienen un sentido coherente y no están sesgadas?		X	Algunas preguntas señaladas deben ser reformuladas.	
7	¿Cada una de las preguntas o ítems del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X			
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X			
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X			
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X			
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X			
<p><b>SUGERENCIAS:</b> Las preguntas que he señalado deberían ser reformuladas para que el encuestado no sea insinuado a responder negativamente.</p>					
 <b>Ramírez Banda Iván Cruz</b> <b>DNI: 41348469</b>					

**Tabla 12.**
*Validación experto 2 – Categoría 1*

<b>MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS</b>					
Título de la investigación: "Percepción del periodismo digital como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada de Comas, Lima 2025"					
Línea de investigación: Desarrollo sostenible y Gestión empresarial					
Apellidos y nombres del experto: SANCHEZ RASMUSSEN, KEYLA					
Años de experiencia profesional:	12	Grado académico:	MAGISTER EN EDUCACIÓN SUPERIOR		
Área de formación académica:	Clínica	Social	Educativa	X	
El instrumento de medición pertenece a la categoría:			Periodismo Digital		

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

ITEM'S	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables o categorías de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables o categorías de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas o ítems tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas o ítems del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
<b>SUGERENCIAS:</b>				
<div style="text-align: center;">   <b>KEYLA SANCHEZ RASMUSSEN</b>  <b>DNI: 41254601</b> </div>				

**Tabla 13.**
*Validación experto 2 – Categoría 2*

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS					
Título de la investigación: "Percepción del periodismo digital como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada de Comas, Lima 2025"					
Línea de investigación: Desarrollo sostenible y Gestión empresarial					
Apellidos y nombres del experto: SANCHEZ RASMUSSEN, KEYLA					
Años de experiencia profesional:		12	Grado académico:		MAGISTER EN EDUCACIÓN SUPERIOR
Área de formación académica:		Clinica	Social	Educativa	X
El instrumento de medición pertenece a la categoría:			Adaptación Profesional		

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.


ITEM'S	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables o categorías de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables o categorías de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas o ítems tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas o ítems del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

**SUGERENCIAS:**

**KEYLA SANCHEZ RASMUSSEN**  
**DNI: 41254601**

**Tabla 14.**

*Validación experto 3 – Categoría 1*

<b>MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS</b>				
Título de la investigación: "Percepción del periodismo digital como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada de Comas, Lima 2025"				
Linea de investigación: Desarrollo sostenible y Gestión empresarial				
Apellidos y nombres del experto: <b>Cerna Moyano María Elba</b>				
Años de experiencia profesional:	10	Grado académico:	Maestra	
Area de formación académica:	Clínica	Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Educativa
El instrumento de medición pertenece a la categoría:		Periodismo Digital		
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
ITEM'S	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables o categorías de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables o categorías de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas o ítems tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas o ítems del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
<p><b>SUGERENCIAS:</b>                      Considerar las opciones de otras alternativas en las preguntas resaltadas</p>				
 María Elba Cerna Moyano DNI: 40320440				

**Tabla 15.**
*Validación experto 3 – Categoría 2*
**MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Título de la investigación: "Percepción del periodismo digital como herramienta de adaptación profesional en los egresados de comunicaciones de una universidad privada de Comas, Lima 2025"			
Línea de investigación: Desarrollo sostenible y Gestión empresarial			
Apellidos y nombres del experto: <b>Cerna Moyano María Elba</b>			
Años de experiencia profesional:	10	Grado académico:	Maestra
Area de formación académica:	Clinica	Social	<input checked="" type="checkbox"/> Educativa
El instrumento de medición pertenece a la categoría:		Adaptación profesional	

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

ITEM'S	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables o categorías de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables o categorías de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas o ítems tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas o ítems del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

**SUGERENCIAS:**

Considerar las opciones de otras alternativas en las preguntas resaltadas


  
 Maria Elba Cerna Moyano

DNI: 40320440

Aplicación de instrumento con autorización de uso de imagen

