

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**CONSUMO DE PODCAST Y ANÁLISIS CRÍTICO DE SU CONTENIDO EN
ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN DE LA UNSAAC, CUSCO 2024**

PRESENTADA POR:

BR. CLAUDIA ANDREA BECERRA FLORES

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

ASESORA:

DRA. GLADYS GEORGINA CONCHA
FLORES

CUSCO – PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

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

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: Consumo de podcast y análisis crítico de su contenido en estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024

presentado por: Be. Claudia Andrea Becerra Flores con DNI Nro.: 71407781 presentado por: _____ con DNI Nro.: _____ para optar el título profesional/grado académico de Prenciado en Ciencias de la Comunicación

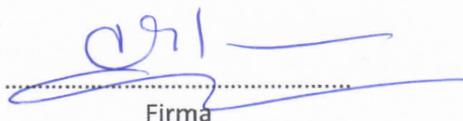
Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por una veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 3 %.

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

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

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

Cusco, 20 de noviembre de 2024



Firma

Post firma... Gladys Georgina Concha Flores

Nro. de DNI... 23004977

ORCID del Asesor... 0000_0003_1015_6597

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: **oid:** 27259:407775917

NOMBRE DEL TRABAJO

CONSUMO DE PODCAST Y ANÁLISIS CRÍTICO DE SU CONTENIDO EN ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CI

AUTOR

CLAUDIA ANDREA BECERRA FLORES

RECUENTO DE PALABRAS

36150 Words

RECUENTO DE CARACTERES

204661 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

147 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.8MB

FECHA DE ENTREGA

Nov 20, 2024 11:14 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 20, 2024 11:16 PM GMT-5

● 3% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 2% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 2% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 18 palabras)

PRESENTACIÓN

Señora:

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

Señores miembros del jurado:

De acuerdo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, ante ustedes presento el trabajo de investigación denominado: “Consumo de podcast y análisis crítico de su contenido en estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024”, para optar al Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Esta investigación tuvo como objetivo examinar la relación del consumo de podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac. En la actualidad, el podcast es utilizado no solo por los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, sino también por jóvenes en la ciudad del Cusco y, resulta importante su investigación, puesto que entender este fenómeno nos acerca más a poder utilizarlo como nuevo medio de difusión de información, siendo esa parte de nuestra tarea periodística informadora. Además, el análisis crítico es una habilidad que todos como individuos debemos tener presente para generar opiniones más informadas, más aún cuando se trata de futuros comunicadores.

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado principalmente a mis padres, Sheyla y Fernando, quienes con tanto amor forjaron mi carácter y corazón. Mis palabras no son suficientes para expresar mi gratitud.

Para mi hermana mayor, Adriana, por ser mi primera y gran compañera de vida, sueños y esperanzas. Sé que todo estará bien porque tú tomas mi mano.

Para mi familia, quienes me han amado y apoyado desde que nací y en cada paso y, sé que este no es solo un logro mío, sino que lleva el nombre de todos ustedes. Gracias Yola, Danny, Pacho, Machi, Pili, Ale y Min, por ser mi alegría más grande.

Para Pablo, por acompañarme en este largo camino llamado vida y crear juntos nuevas aventuras a diario. Gracias por sostener mi mano con firmeza cuando estoy a punto de dar un gran paso y compartir conmigo la felicidad de nuestros logros.

Para Arturo, mi más sincera e incondicional amistad. Es todo un honor que seas parte de mi vida y, aún más grande es mi dicha, al dejar que yo sea parte de la tuya. Mi eterna gratitud por tu apoyo en cada uno de mis pasos.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios, a la Virgen del Carmen y al Señor de Qoyllorit'i, por protegerme y cuidarme en todo momento.

En la culminación de este trabajo, agradezco profundamente a la Doctora Gladys Concha Flores, por asesorar mi trabajo desde la idea inicial, hasta que tomase forma y terminara en este trabajo de investigación.

Agradezco a los docentes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación que me abrieron las puertas de su clase para poder poner en práctica mi instrumento. Del mismo modo, a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación quienes me apoyaron en la realización de este proyecto.

A mis amistades, todos quienes fueron parte de este proceso, les llevo siempre conmigo y no tengo palabras para agradecer vuestro apoyo y amor sincero.

RESUMEN

El podcast es utilizado como herramienta digital para distribuir información variada, por otro lado, el análisis crítico es la forma en la que interpretamos la información que recibimos, para lo cual, debemos procesarla desde diferentes dimensiones. En este contexto, este estudio investiga la relación entre el consumo de podcast y el análisis crítico de su contenido en estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, pues es importante que estos estudiantes, como futuros comunicadores, sepan analizar críticamente la información que reciben, pues cuestionar de manera crítica fomenta el desarrollo del conocimiento.

El objetivo general de esta investigación fue examinar la relación del consumo de podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.

Se utilizó la metodología de investigación básica, con nivel de investigación descriptivo correlacional, enfoque cuantitativo, de método hipotético-deductivo, y diseño descriptivo no experimental. La muestra fue de 240 estudiantes matriculados en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac. La técnica utilizada fue la encuesta, mediante un cuestionario y escala de Likert.

La conclusión principal fue que el consumo de podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, además que, a medida que crece el consumo de podcasts, también incrementa el análisis crítico de su contenido.

Palabras clave: Podcast, análisis crítico, pensamiento crítico, consumo.

ABSTRACT

Podcast is used as a digital tool to distribute information, at the same time, critical analysis is the way we interpret the information we receive, for which we must process it from different dimensions. In this context, this study investigates the relationship between podcast consumption and critical analysis of its content in students of the Professional School of Communication Sciences of Unsaac, since it is important that these students, as future communicators, know how to critically analyze the information they receive, since critical questioning encourages the development of knowledge.

The principal objective of this research was to examine the relationship of podcast consumption with critical analysis of its content in students of the Professional School of Communication Sciences of Unsaac, Cusco 2024.

The methodology used was basic, with a descriptive correlational research level, quantitative approach, hypothetical-deductive method, and non-experimental descriptive design. The sample was 240 students enrolled in the Professional School of Communication Sciences of Unsaac. The technique used was a survey, using a questionnaire and a Likert scale.

The main conclusion was that podcast consumption is in fact significantly related to critical analysis of its content among students of the Professional School of Communication Sciences at Unsaac, and that, as podcast consumption grows, so does critical analysis of its content.

Keywords: Podcast, critical analysis, critical thinking, consumption.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, los podcasts se han consolidado como herramienta clave dentro del ecosistema de medios digitales, destacándose por su accesibilidad, versatilidad y la oportunidad que brindan para el acceso a contenidos educativos y formativos. Estos han ganado terreno rápidamente entre los jóvenes, especialmente los universitarios, debido a su capacidad para abordar una amplia variedad de temáticas de interés académico, profesional y personal. Su formato permite a los oyentes acceder a información valiosa de forma flexible, adaptándose a las rutinas y estilos de vida de las nuevas generaciones.

En este contexto, la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac se presenta como un escenario propicio para analizar cómo los estudiantes interactúan con esta herramienta digital, pudiendo ampliar su perspectiva sobre temáticas actuales y de formación profesional y, a su vez, desarrollen sus habilidades de análisis crítico, indispensables para su formación personal y profesional. Sin embargo, surge la interrogante, acerca de qué tan reflexivo y crítico es el consumo de este contenido en una era donde la abundancia de información puede limitar la capacidad de discernir qué es lo que se consume.

El presente estudio tiene como objetivo examinar el consumo de podcasts de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, evaluando el nivel de análisis crítico que aplican a los contenidos que consumen. Esta investigación busca aportar una comprensión integral y ofrecer recomendaciones para así poder optimizar su aprovechamiento en un entorno universitario.

Además, este estudio responde a una brecha en la literatura existente, ya que no se han encontrado investigaciones previas que midan de manera específica el consumo de podcasts en jóvenes universitarios de Cusco, lo que convierte a esta tesis en un primer antecedente en este campo.

Este trabajo no solo busca conocer el consumo de podcasts, sino también explorar la relación entre este consumo y las habilidades críticas de los estudiantes. Con este trabajo se espera contribuir al entendimiento de la interacción de los jóvenes universitarios con los podcasts y evaluando su capacidad para analizar críticamente el contenido que consumen y reflexionando sobre cómo este hábito podría enriquecer su formación académica, sentando las bases para promover un consumo más consciente y enriquecedor en su formación como futuros comunicadores.

Es así como la presente tesis se desarrolla en cinco capítulos presentados a continuación:

En el primer capítulo, titulado Planteamiento del problema, se describe el contexto y situación conflictual de la investigación, la formulación del problema, las justificaciones teóricas, práctica, metodológica y social y, los objetivos del problema.

En el ámbito del Marco Teórico Conceptual, se describen las bases teóricas de la investigación, el marco conceptual y los antecedentes empíricos de la investigación, tanto internacionales, nacionales y locales.

En el capítulo titulado Hipótesis y Variables, se identifican y describen la hipótesis general y específicas a desarrollar, además de la identificación de variables e indicadores, y la operacionalización de las mismas.

Dentro de la Metodología de la investigación, se hace una descripción del ámbito de estudio y localización, el tipo y nivel de investigación, la unidad de análisis, población y muestra, las técnicas para la recolección de datos y, las técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis.

Finalmente, en los Resultados y Discusión, se encuentran los resultados después de haber aplicado el instrumento de recolección de datos para esta investigación. Se detalla, a través de cuadros y figuras los resultados obtenidos.

De manera complementaria, se presentan las conclusiones, las recomendaciones, las referencias y los anexos, que aportaron en el desarrollo de esta investigación.

ÍNDICE GENERAL

PRESENTACIÓN	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT	vi
INTRODUCCIÓN	vii
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Situación Problemática.....	1
1.2. Formulación del Problema	5
a. Problema General.....	5
b. Problemas Específicos.....	5
1.3. Justificación de la investigación.....	6
1.3.1. Justificación Teórica.....	6
1.3.2. Justificación Práctica.....	6
1.3.3. Justificación Metodológica	7
1.3.4. Justificación Social.....	7
1.4. Objetivos de la Investigación	8
a. Objetivo General	8
b. Objetivos Específicos.....	8

CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	9
2.1. Contexto Geográfico	9
2.2. Bases Teóricas	9
2.2.1. Podcast	9
2.2.2. Análisis crítico.....	18
2.3. Marco Conceptual	25
2.4. Antecedentes empíricos de la investigación (estado del arte).....	27
2.4.1. Antecedentes Internacionales.....	27
2.4.2. Antecedentes Nacionales.....	29
2.4.3. Antecedentes locales	32
CAPÍTULO III.....	35
HIPÓTESIS Y VARIABLES	35
3.1. Hipótesis.....	35
A. Hipótesis General.....	35
B. Hipótesis específicas	35
3.2. Identificación de variables e indicadores	35
3.3. Operacionalización de variables.....	35
CAPÍTULO IV.....	37
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	37
4.1. Ámbito de estudio	37
4.1.1. Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.....	37
4.1.2. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco	37
4.2. Tipo y nivel de investigación	38

4.2.1. Tipo de investigación	38
4.2.2. Nivel de investigación.....	39
4.2.3. Enfoque de la investigación	39
4.2.4. Método de investigación	40
4.2.5. Diseño de la investigación.....	40
4.3. Unidad de análisis	41
4.4. Población de estudio.....	41
4.5. Tamaño de muestra.....	41
4.6. Técnicas de selección de muestra.....	42
4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	43
4.7.1. Técnicas.....	43
4.7.2. Instrumentos.....	43
4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información.....	44
CAPÍTULO V	45
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	45
5.1. Análisis de fiabilidad.....	45
5.2. Resultados descriptivos de la investigación.....	46
5.2.1. Resultados de la variable consumo de podcast	46
5.2.2. Resultados de la variable análisis crítico del contenido.....	67
5.3. Prueba de hipótesis.....	80
5.3.1. Prueba de hipótesis general.....	80
5.3.2. Prueba de hipótesis específica.....	83
5.4. Discusión de resultados.....	94
CONCLUSIONES	99

RECOMENDACIONES	101
REFERENCIAS	102
ANEXOS.....	110
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACIÓN	110
ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	112
ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	115
ANEXO 4: TRÁMITE DOCUMENTARIO PARA CONOCER LA POBLACIÓN.....	119
ANEXO 5: LISTA DE ALUMNOS MATRICULADOS.....	120
ANEXO 6: REGISTRO FOTOGRÁFICO	136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variables	36
Tabla 2. Análisis de fiabilidad con Alfa de Cronbach.	45
Tabla 3. Resultados del cruce entre si consume podcast y el semestre académico del estudiante.....	46
Tabla 4. Resultados del cruce entre consumo de podcast y semestre académico del estudiante.....	48
Tabla 5. Resultados del cruce entre contenido del podcast y semestre académico del estudiante.....	50
Tabla 6. Resultados del cruce entre el tipo de contenido de podcast que consume más y el semestre académico del estudiante.....	51
Tabla 7. Resultados del cruce entre el grado de consumo de podcast y el motivo del porque escucha podcast	53
Tabla 8. Resultados del cruce entre técnica de consumo de podcast y semestre académico del estudiante.....	54
Tabla 9. Resultados del cruce entre la técnica de podcast que consume más y el dispositivo que utiliza para consumir podcasts.....	56
Tabla 10. Resultados del cruce entre la técnica de podcast que consume más y el dispositivo que utiliza para consumir podcasts.....	58
Tabla 11. Resultados del cruce entre dinámica del podcast y semestre académico del estudiante.....	59
Tabla 12. Resultados del cruce entre la frecuencia de escuchar podcast y semestre académico del estudiante.....	61

Tabla 13. Resultados del cruce entre el tipo de dinámica de podcast que consume más y cómo suele escuchar un episodio el estudiante	62
Tabla 14. Resultados del cruce entre el tiempo que escucha podcast y cómo suele escuchar un episodio	64
Tabla 15. Resultados del cruce entre el tiempo que escucha podcast y cómo suele escuchar un episodio	65
Tabla 16. Resultados del cruce entre análisis crítico y semestre académico del estudiante	67
Tabla 17. Resultados del cruce entre interpretación y semestre académico del estudiante	69
Tabla 18. Resultados del cruce entre análisis y semestre académico del estudiante	71
Tabla 19. Resultados del cruce entre evaluación y semestre académico del estudiante.....	73
Tabla 20. Resultados del cruce entre inferencia y semestre académico del estudiante	74
Tabla 21. Resultados del cruce entre explicación y semestre académico del estudiante....	76
Tabla 22. Resultados del cruce entre autorregulación y semestre académico del estudiante	78
Tabla 23. Resultados del cruce entre consumo de podcast y análisis crítico del estudiante	80
Tabla 24. Correlación de Pearson entre consumo de podcast y análisis crítico del estudiante	81
Tabla 25. Resultados del cruce entre contenido y análisis crítico del estudiante	83
Tabla 26. Correlación de Pearson entre contenido del podcast y análisis crítico del estudiante	85
Tabla 27. Resultados del cruce entre técnica y análisis crítico del estudiante	87

Tabla 28. Correlación de Pearson entre técnica del podcast y análisis crítico del estudiante	88
Tabla 29. Resultados del cruce entre dinámica y análisis crítico del estudiante	90
Tabla 30. Correlación de Pearson entre dinámica del podcast y análisis crítico del estudiante	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Resultados del cruce entre si consume podcast y el semestre académico del estudiante</i>	47
Figura 2 Resultados del cruce entre consumo de podcast y semestre académico del estudiante.....	48
Figura 3. Resultados del cruce entre contenido del podcast y semestre académico del estudiante.....	50
Figura 4. Resultados del cruce entre el tipo de contenido de podcast que consume más y el semestre académico del estudiante.....	52
Figura 5. Resultados del cruce entre el grado de consumo de podcast y el motivo del porque escucha podcast.....	53
Figura 6. Resultados del cruce entre técnica de consumo de podcast y semestre académico del estudiante.....	55
Figura 7. Resultados del cruce entre la técnica de podcast que consume más y el dispositivo que utiliza para consumir podcasts.....	56
Figura 8. Resultados del cruce entre la técnica de podcast que consume más y el dispositivo que utiliza para consumir podcast	58
Figura 9. Resultados del cruce entre dinámica del podcast y semestre académico del estudiante.....	60
Figura 10. Resultados del cruce entre la frecuencia de escuchar podcast y semestre académico del estudiante.....	61
Figura 11. Resultados del cruce entre el tipo de dinámica de podcast que consume más y cómo suele escuchar un episodio el estudiante	63

Figura 12. Resultados del cruce entre el tiempo que escucha podcast y cómo suele escuchar un episodio	64
Figura 13. Resultados del cruce entre el tiempo que escucha podcast y cómo suele escuchar un episodio	66
Figura 14. Resultados del cruce entre análisis crítico y semestre académico del estudiante	68
Figura 15. Resultados del cruce entre interpretación y semestre académico del estudiante	69
Figura 16. Resultados del cruce entre análisis y semestre académico del estudiante	71
Figura 17. Resultados del cruce entre evaluación y semestre académico del estudiante...	73
Figura 18. Resultados del cruce entre inferencia y semestre académico del estudiante	75
Figura 19. Resultados del cruce entre explicación y semestre académico del estudiante..	76
Figura 20. Resultados del cruce entre autorregulación y semestre académico del estudiante	78
Figura 21. Resultados del cruce entre consumo de podcast y análisis crítico del estudiante	80
Figura 22. Resultados del cruce entre contenido y análisis crítico del estudiante	84
Figura 23. Resultados del cruce entre técnica y análisis crítico del estudiante.....	87
Figura 24. Resultados del cruce entre dinámica y análisis crítico del estudiante	91

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación Problemática

El podcast fue creado en el 2004 (McHugh, 2020) para suministrar archivos sonoros digitales albergados en internet, con la posibilidad de escucharlos en línea o descargados. Estos pueden ser utilizados desde diferentes dispositivos que tengan acceso a internet, como ordenadores, smartphones, tablets, laptops, etc. (García-Marín, 2019).

El podcast no existe solo como forma de entretenimiento, sino también como medio de transportar información. En ellos, se pueden encontrar diferentes temáticas para todo tipo de gustos, como deporte, cine, arte, historia, etc. El podcast, a su vez, ha servido de espacio para dar voz a personas a quienes no se les suele dar espacios en las radios tradicionales, o que, por motivos como el tiempo, no se logran abordar algunos temas con mayor profundidad (Parlatore & et, 2020).

Podemos entender entonces que los podcasts promueven el acceso al libre conocimiento, no solo por la facilidad que tenemos para encontrar temas de nuestro interés, sino también porque pueden ser utilizados como herramienta de aprendizaje, dado que se puede retroceder y repetir el capítulo cuantas veces sea necesario.

En un artículo virtual del Diario Gestión con respecto al consumo de podcast en el Perú, Córdor (2019) nos comenta acerca de una investigación realizada por Redmas, un canal de televisión por suscripción colombiano, que el 60% de los internautas consume audio digital, y que, de este grupo, el 20% consume podcast. En este artículo, el redactor nos comenta que, pese a que el número pueda parecer bajo, debemos recordar que Perú no es el consumidor número uno de podcast en Latinoamérica, pero la relación que tienen los internautas con el consumo de podcast es positiva

y bastante alta, incluso el número de usuarios de podcast en Perú supera al de Ecuador. Además, según esta investigación, el contenido favorito de los peruanos es el de desarrollo personal.

Vidal (2023) sostiene que los jóvenes necesitan herramientas que puedan adaptarse a las nuevas tecnologías además de que puedan ser partícipes del proceso mismo de la enseñanza y no solo receptores de la información. Desde esta perspectiva, el podcast cumple con la misión de ser una nueva herramienta tecnológica que, de ser consumida, podría colaborar al incremento de conocimientos de los jóvenes.

Por su parte, Piñeiro-Otero (2012), comenta que el podcast puede potenciar la atención, enriquece y facilita el proceso de aprendizaje e incluso puede ayudar a disminuir la ansiedad. Con ambas afirmaciones, podemos enlazar el uso del podcast y entenderlo como una herramienta positiva para los jóvenes en la actualidad.

Por otro lado, el consumo de un podcast, sin distinguir su clasificación, implica comprender el contenido que estamos escuchando, poder identificar los temas de los que se hablan y capaces de discutirlos, de llegar a conclusiones lógicas basándonos en la información que se nos presenta. El oyente de un podcast debe ser capaz de pensar críticamente al respecto del contenido que escucha.

De acuerdo con Paul y Elder (2003), el pensamiento crítico es la mejora de la calidad del pensamiento a través del conocimiento estructural del acto mismo de pensar, y ser capaces de dominarlas frente a estándares intelectuales.

El pensamiento crítico es la habilidad fundamental y básica para poder investigar algún tópico, y su investigación hecha de manera detallada, desglosando sus partes para examinarlas, es denominado análisis crítico, y es fundamental en esta investigación porque se buscó examinar cómo los estudiantes pueden utilizar las habilidades del pensamiento crítico para examinar el contenido presente en los podcasts.

Patiño (2014) nos explica que, de acuerdo con Jürgen Habermas, el ser humano posee la llamada *racionalidad comunicativa*, la cual significa estar abierto al diálogo con el fin de llegar a acuerdos que puedan favorecer a la sociedad. A su ejecución racional se le conoce como pensamiento crítico, pues es la argumentación de una postura.

En Cusco podemos presumir la existencia del consumo del podcast, pero aun así no existen estudios al respecto que mencionen de manera específica y particular a la ciudad, mucho menos existe una investigación que sea capaz de analizar su relación con las habilidades críticas. Resulta entonces interesante poder conocer el nivel de consumo de podcast por parte de los jóvenes, y aún más, cuál es el juicio que estos pueden otorgar a los contenidos de podcast que consumen de manera frecuente.

La Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, con más de 300 años, es la universidad más antigua de la ciudad del Cusco. En 1964 se concreta la creación de la Escuela de Periodismo y Relaciones Públicas y no es hasta 1984 que se crea la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación, la cual ha formado a la gran parte de profesionales de su rama que actualmente conocemos.

El avance tecnológico es inminente, y de la misma forma en que los medios de comunicación tradicionales han empezado a migrar a plataformas digitales para poder sobrevivir, así las diferentes poblaciones generacionales se han ido adaptando poco a poco a la digitalización. Este cambio afectó a todos salvo a los nacidos en la era digital, pues para cuando llegaron al mundo, internet ya estaba desarrollado e iba teniendo un desarrollo favorable.

Los jóvenes en la actualidad están acostumbrados a un consumo online constante y profundo. No solo utilizan los canales digitales de manera superficial, sino que realmente es su manera de buscar información, consejo, opinión, etc., que influirá en su toma de decisiones.

Entendiendo las plataformas digitales como el ecosistema social de las generaciones más modernas y su experticia en el mundo online, se esperaría que los podcasts pudiesen encajar con sus -cada vez más nuevas- necesidades.

Dentro de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, se presume que, como parte de su desarrollo digital nativo, el fenómeno del consumo de podcasts entre los jóvenes existe, y más allá, se esperaría una base de conocimientos sobre el tema, pues hay que tomar en cuenta la consideración del podcast como nueva radio digital. Aparentemente los jóvenes estarían incorporando activamente los podcasts en sus rutinas de consumo de medios.

En estos tiempos de avance tecnológico a pasos agigantados, considerando la transición de los medios de comunicación tradicionales a la nueva era digital para así poder sobrevivir al cambio, se evidencia la falta de estudios específicos sobre consumo de podcasts, teniendo en cuenta que, el podcast es considerado sucesor de la radio y como futuros comunicadores, los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac deben estar al tanto de estos cambios para conocer, manejar y utilizar estos nuevos medios como herramientas para la difusión de la información.

Del mismo modo, resulta pertinente el estudio de la relación de esta nueva herramienta llamada podcast con el pensamiento crítico, pues para distribuir información, primero debemos ser capaces de comprenderla, analizarla, evaluarla y procesarla para que la información sea cuanto más óptima posible. Como futuros comunicadores, es preciso que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac desarrollen sus habilidades de análisis crítico, no solo en un ámbito profesional, sino también personal, para así poder tener opiniones formadas y conscientes, ser ciudadanos informados y analíticos. Es así como surge la necesidad de investigar primero, la existencia del consumo de podcasts en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, y a su vez conocer sus hábitos de consumo para tener en cuenta la

preferencia que puede existir con respecto al tipo de contenido del mismo. Asimismo, es importante conocer si este consumo está determinado por un análisis crítico, es decir, si es que los estudiantes son conscientes de la información que consumen, cualquiera que fuere. Examinar la relación entre el consumo del podcast y el análisis crítico del contenido nos acerca a un conocimiento más profundo de esta herramienta y a un atinado uso de la misma, además de aproximarnos a un ejercicio profesional más ético y responsable.

Entender no solo el consumo del podcast de los jóvenes universitarios, sino también su contenido a través del análisis del pensamiento crítico permitiría que ellos mismos puedan evaluar la calidad del contenido de los podcasts que consumen. Esto conllevaría una serie de beneficios, entre ellos, la formación de opiniones más informadas sobre los contenidos que suelen escuchar, por tanto, podrán ser capaces de formar argumentos bien fundamentados.

Se presume que el contenido, las técnicas y dinámicas de un podcast podrían relacionarse de manera positiva con el análisis y pensamiento crítico de los estudiantes y podría a su vez, mejorar sus habilidades y conocimientos, volviéndose personas más críticas y menos susceptibles a la desinformación.

1.2. Formulación del Problema

a. Problema General

¿Cuál es la relación del consumo de podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024?

b. Problemas Específicos

- ¿Cuál es la relación del contenido del podcast con el análisis crítico del mismo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024?

- ¿Cuál es la relación de las técnicas del podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024?
- ¿Cuál es la relación de la dinámica del podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación Teórica

En pleno auge tecnológico, teniendo en cuenta que los medios de comunicación tradicionales están migrando a diversas plataformas en internet y adaptándose a ellas para mantenerse actualizados, no existen estudios específicos sobre el consumo de podcast en nuestra región, mucho menos en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, quienes deberían estar en la vanguardia de estos constantes cambios. Con respecto al análisis crítico, teniendo en cuenta que debería ser parte de nuestra cotidianeidad, si existen estudios sobre el pensamiento crítico, pero del mismo modo, ninguno llega a ser específico sobre la variable podcast. La intención de esta investigación radica en contribuir con el conocimiento.

1.3.2. Justificación Práctica

Los resultados que la investigación demuestren motivarían a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, no solo a consumir podcasts, sino que podrían aprender a utilizarlos como herramientas para poder llegar a más personas, ya que están en plena formación para ser futuros comunicadores. Además, los podcasts pueden ser utilizados como herramientas para el aprendizaje y desarrollo continuo, así como también la aplicación y desarrollo de las habilidades del pensamiento crítico para su vida cotidiana.

1.3.3. Justificación Metodológica

A través de la técnica de la encuesta y su procesamiento, podríamos informarnos del nivel de conocimiento que tienen los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco acerca del podcast, además conoceríamos las características de su consumo, si quizá existen similitudes entre las preferencias de consumo, y del mismo modo, podemos conocer a través del análisis crítico, si los estudiantes son capaces de entender el contenido que perciben y generar así opiniones informadas.

El enfoque metodológico de esta investigación es de tipo correlacional, ya que busca analizar la relación existente entre dos variables principales: el consumo de podcasts y el análisis crítico de su contenido. Por tanto, la conjunción "Y" empleada en el título de la tesis no es una mera unión semántica, sino que refleja explícitamente la intención de establecer un vínculo entre estas dos dimensiones. Al optar por este enfoque, la investigación se enmarca en un modelo que busca no solo describir ambas variables de manera independiente, sino también identificar patrones de interacción entre ellas, contribuyendo al análisis académico en este ámbito.

1.3.4. Justificación Social

La investigación se justificará de manera social porque se conocerá el consumo de podcast y que este podría ser utilizado como herramienta digital que brinda información de acuerdo a las preferencias del oyente. Este estudio podría servir como respaldo a la creación de nuevos podcasts, pues podemos ofrecer una retroalimentación para que los podcasters puedan mejorar la calidad de su contenido, además podremos conocer de forma más detallada qué aspectos del contenido del podcast son más valorados por una audiencia más crítica.

Es importante recordar que, el pensamiento crítico también sirve como una herramienta de desarrollo personal, y fomentarlo, es decir, aprender a analizar críticamente los contenidos que

consumimos, significaría no solo una mejora como oyentes, sino como ciudadanos más críticos y menos susceptibles a la desinformación, capaces de participar activamente en sociedad.

1.4. Objetivos de la Investigación

a. Objetivo General

Examinar la relación del consumo de podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.

b. Objetivos Específicos

- Identificar la relación del contenido del podcast con el análisis crítico del mismo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.
- Identificar la relación de las técnicas del podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.
- Identificar la relación de la dinámica del podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Contexto Geográfico

La Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, al ser una de las más grandes en el sur del Perú, cuenta con varias sedes además de la principal, denominada Ciudad Universitaria de Perayoc, cuenta con otras sedes, como el Centro Agronómico de K'ayra en el distrito de San Jerónimo, donde funciona la Facultad de Agronomía y Zootecnia, o las sedes en Sicuani, Espinar, Yanaoca, Santo Tomas y Marangani, Andahuaylas y Puerto Maldonado.

La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación es parte de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas, perteneciente a la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, cuya sede principal queda ubicada en la Ciudad Universitaria de Perayoc, localizada en la Avenida de la Cultura 773, en la ciudad del Cusco. (Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, 2024)

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Podcast

Antecedentes del podcast.

El uso de la radio como medio de comunicación ha trascendido en el tiempo más que la televisión o el periódico debido a su accesibilidad, pues tiene la capacidad de llegar hasta a los lugares más remotos y vulnerables de nuestra sociedad gracias a su facilidad de uso. A diferencia de los otros dos, la radio tiene un coste menor y puede ser atendida mientras se desarrollan otras actividades, además que resulta siendo más inclusiva con las personas en situación de analfabetización. Asimismo, la radio, al ser transmitida durante todo el día por ser continua, tiene la capacidad de actualizar su contenido constantemente, sin importar la hora, mientras que la prensa

impresa debe esperar hasta el día siguiente para actualizar alguna noticia. (Moreno Espinoza & Román San Miguel, 2020)

La radio era el medio de comunicación con mayor inmediatez, pero hoy, con los avances de la tecnología y los cambios a los que se han adaptado los medios, la prensa digital termina siendo aún más inmediata.

Con la llegada del internet, la radio da un salto digital inicial ofreciendo la posibilidad de volver a escuchar los programas que ya se habían emitido. A esto se le llamó *radio a la carta*, pues el oyente podía buscar los programas pasados que fuesen de su interés (Moreno Espinoza & Román San Miguel, 2020).

El siguiente gran paso de la radio fue la posibilidad de escucharla a través de portales web, sin importar el lugar del mundo en donde se haya transmitido el programa y donde esté ubicado el oyente. Como afirma Riaño (2016), no es igual la radio web que el podcast porque en este primero no se puede adelantar el capítulo ni es posible modificar la lista de reproducción.

Pese a tener similitudes, el podcast es diferente de la radio a la carta porque su elaborado contenido no está pensado exclusivamente para ser transmitido por radio, por tanto, puede incluir edición de audio, cortes y añadiduras, puede ser grabado en más de una sesión y ser ensamblado en un solo audio. Como indica el podcaster Riaño (2016), los podcasts tienen un poco de todos los lenguajes o géneros audiovisuales y que cada una aporta algo al podcast, por tanto, no podemos entender al podcast directamente como una forma más de radio.

Siobhan McHugh (2020) llama al podcast la radio reinventada, pues inició siendo una novedad tecnológica usada para facilitar la difusión de programas radiales a través de internet, haciendo que los usuarios pudiesen descargarlos a su conveniencia.

Al ser el sucesor de la radio, podemos encontrar algunas diferencias claras entre la radio y el podcast, además cabe recalcar que el podcast no tiene un formato estandarizado. Mientras la radio tiene horarios específicos de transmisión, su producción es masiva y sus audiencias también, el podcast se hace pensando en que una persona lo escucha cuando desee (We Are Content, 2023). Además, a diferencia de la inmediatez que busca la radio, el podcast prefiere profundizar en el tema, ofreciendo contexto. Asimismo, los podcasts no tienen una duración específica, generalmente es la que cada podcaster quiera darle. Cada capítulo puede tener una duración estándar o puede durar lo que tenga que durar.

Ibarra (2017) menciona que el podcast está vinculado directamente a la radio tradicional y que, actualmente, los programas de podcast la sustituyen. Del mismo modo, Ganyet (2021) explica que la diferencia entre la radio y el podcast es que, la radio se enfoca en la urgencia del mensaje, *¿qué está pasando?*, mientras que el podcast busca contextualizar la situación, *¿qué puedo aprender?* Así, en su estudio comenta que “La radio es inmediatez y proximidad; el podcast es atemporalidad y universalidad; la radio transforma los datos en información añadiendo contexto; el podcast transforma la información en conocimiento añadiendo la experiencia subjetiva de su autor”.

De acuerdo con Riaño (2016), comparar al podcast con la radio es como comparar a la televisión con el cine, sería una definición reducida en comparación al gran fenómeno que es, debido a que el podcast ofrece una apertura más grande a cambios y actualizaciones.

El podcast.

La palabra *podcast* fue acuñada en febrero del 2004 por el periodista Ben Hammersley para el diario The Guardian en un artículo llamado “Audible Revolution”, y Bonini (2015) explica que este término es la suma de los términos “iPod”, el cual es un reproductor de audio digital y portátil creado por Apple, y “broadcast” palabra del inglés que significa difusión. Mientras que para

Parlatore et al. (2020), la palabra podcast en realidad proviene del término POD (Public on Demand), el cual es un servicio que permite al usuario elegir lo que está a punto de consumir.

Según Bonini (2015), el origen del podcast se remonta a cuando Dave Winer, un desarrollador de software, tras una serie de intentos para que las personas pudieran escuchar los audios de su preferencia en el horario de su conveniencia, sin ningún impedimento, crea una nueva función en RSS (Really Simple Syndication), el cual es un recurso para la distribución de diferentes contenidos que puede ser implementado en páginas web, para poder incluir archivos adjuntos. Adam Curry aprovecha esta especificación y crea una aplicación para poder gestionar estos archivos y descargar emisiones de radio a la cual llama *iPodder*, el cual era un software que permitía a los usuarios programar la descarga de los episodios de podcast y, además, alertaba cuando había nuevos episodios disponibles. (Romero, 2019)

García-Marín (2019), explica que el podcast tuvo cuatro etapas de desarrollo. La primera etapa (2004-2006) fue la parte experimental, en el momento en el cual no existían espacios en internet dedicados específicamente a recolectar podcasts, sino que cada podcaster debía tener un blog donde pudiese subir sus podcasts. La segunda etapa (2006-2010) denota el crecimiento de la comunidad de podcasters y oyentes, y esto se evidencia porque corporaciones grandes en Estados Unidos empiezan a unirse al movimiento y generan más atención en el podcast. La tercera etapa (2010-2015) se caracteriza porque los medios tradicionales empiezan a voltear hacia el podcast e incluso lo comienzan a utilizar como recurso y figuras conocidas de algunos de los programas más famosos de Estados Unidos, deciden renunciar a sus trabajos para poder lanzar podcasts independientes. La cuarta y última etapa, desde el 2015 a la actualidad, muestra un incremento exponencial del podcast a nivel internacional, el cual está justificado debido a la llegada de

plataformas y programas especializados en albergar podcasts, haciendo que la gente ya no busque blog por blog los podcasts que desea escuchar, sino que puede encontrarlos todos en el mismo lugar.

Al respecto, McHugh (2020) menciona que el desarrollo del podcast incrementó cada vez más, pero su punto de inflexión fue el podcast “Serial”, un programa creado en 2014 por Sara Koenig, en el cual hablaba sobre periodismo de investigación. Este podcast narra la investigación independiente sobre el asesinato de la estudiante de Baltimore Hae Min Lee en 1999. Lo que atrajo la atención de este podcast era el estilo de narración de Sara: era natural y de complicidad con el oyente, además que no se ceñía a una duración específica. Del mismo modo, este podcast contaba con grandiosos recursos técnicos que elevaban su calidad y atraían cada vez a más nuevos oyentes.

De la manera más sencilla, un podcast es la distribución de contenidos digitales, generalmente audios, que hablan sobre un tema en específico y, que pueden ser descargados de internet y reproducidos a través de un ordenador o dispositivos portátiles.

Carlos Riviera (2022) cataloga al podcast como un medio participativo, pues suma conocimientos de diferentes disciplinas y campos y los integra en un mismo espacio diseñado para una persona que busca decir algo y otra persona que busca escucharlo, creando así una relación de causa-efecto, relación fundamental para todo medio de comunicación. Por esa razón, también explica que el podcast es una nueva forma de expresión del proceso social, cultural y político de la humanidad.

Mientras tanto, Mendoza (2018) indica que el momento clave para el podcast en Perú ocurre en 2014 con la creación del podcast El Langoy, el cual habla sobre cultura pop y coyuntura actual. La forma de narración de este podcast es tan entretenida para el público que pronto se crea una comunidad en la red social Facebook, para no solo hablar de este podcast, sino también recomendar otros podcasts peruanos.

Una de las utilidades que podemos encontrar los podcasts, mencionada por Piñeiro-Otero (2012) es que, pueden potenciar las habilidades de los alumnos como la interpretación y análisis de contenidos. Gracias a su facilidad de reproducción, se puede oír una y otra vez para aclarar dudas, de tenerlas, esto hace que se facilite la comprensión de la información.

Características de un podcast.

Riaño (2016) nos comenta que el podcast se caracteriza por ser discontinuo, disruptivo y no lineal, características que lo diferencian de otros lenguajes audiovisuales. Estas características hacen que el podcast pueda ser de libre elección para el usuario en cuanto a su contenido, disposición del tiempo en el que se desee escuchar, lugar en el que es posible escucharlo, e incluso el aparato que vamos a utilizar para poder escucharlo. Además, el usuario es capaz de crear su propio orden de reproducción de los contenidos que ha elegido, esto hace al podcast no lineal.

De acuerdo con la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de la Plata (2020), a este fenómeno se le conoce como *consumo a demanda* y es una característica del podcast, pues este puede ser escuchado cómo y dónde se desee. Esto, a su vez, ha generado cierta fidelización en los usuarios consumidores.

Desde la aparición del podcast, no ha habido métricas exactas que deba cumplir, salvo las ya mencionadas, por lo mismo, Parlatore (2020) menciona que el podcast no tiene límites para su creación, pues no existe una estructura obligatoria que se deba seguir, por tanto, tampoco existe un límite para su duración.

Tipos de podcast.

El podcast ha ido evolucionando de no tener una estructura a adoptar múltiples formatos. En la presente investigación se utilizó la clasificación de Marcel y Piccini (2022) puesto que, al no existir reglas específicas para el podcasting, también carece de géneros y formatos, pero algunos

autores, como estos, han logrado agrupar los contenidos que el podcast nos ofrece, de tal manera que podamos entender sus contenidos sin mayor percañce. De esta manera, podemos clasificar a los podcasts de acuerdo al contenido, a la técnica y a la dinámica.

A. Podcast por contenido. Se refiere al tema que el oyente está buscando de manera específica, puede ser de cuatro tipos:

- a. *Entretención:* Creado con el fin de desconectar de la realidad y relajarse. Aquí entran los géneros el humor, misterio, suspenso, críticas de arte, reseñas de videojuegos, etc.
- b. *Educativo:* Buscan enseñar y facilitar la formación del usuario. Tienen contenido atemporal y educativo y sirven para capacitar al usuario. Son una gran herramienta académica.
- c. *Informativo:* Desde noticieros hasta un podcast que aporte novedades de manera periódica sobre un tema en concreto.
- d. *Persuasión:* Es el género de podcast más escaso, tanto que probablemente no exista uno en español. Su tarea es sencilla, busca inculcar ideas en sus oyentes. Algunos ejemplos son los podcasts con contenido religioso, político, e incluso estilo de vida.

B. Podcast por técnica. Se refiere al formato en el cual se presenta el programa al público.

Pese a que inicialmente los podcasts eran meramente audio, se han ido adaptando a las necesidades de las personas, desarrollándose así en otros formatos como son el video y el Screencast.

- a. *Audio*: Podcasts que únicamente se reproducen en audio, como originalmente estaban pensados, con formato MP3, aunque también pueden estar en formato AAC o WAV. Tienen un peso mucho menor y son más sencillos de crear.
- b. *Video podcast*: Los llamados video podcast combinan audio y video y suelen tener una mayor planificación y producción que las versiones de audio. Esta variación de podcast nace a partir de la necesidad de los podcasters de llegar a más usuarios y, por consiguiente, se debe adaptar el contenido a las exigencias de otras plataformas, como YouTube, la cual es de formato enteramente audiovisual, pues hay muchos usuarios que no utilizan aplicaciones específicas para podcast de manera diaria.
- c. *Screencast*: Consisten en hacer una captura de video a la pantalla del ordenador junto al audio explicativo. Esta clase de podcast es muy común al momento de querer enseñar algo de manera didáctica e ilustrativa.

C. Podcast por dinámica. Se puede categorizar de acuerdo a cómo el *podcaster* realiza el programa:

- a. *Monólogo*: El anfitrión es el único personaje en todo el podcast.
- b. *Grupal*: Cuenta con la presencia de dos o más anfitriones. Para esto debe haber un equilibrio de participación y hacer un diálogo fluido.
- c. *Entrevista*: Pudiendo ser formal o informal, similar a la grupal, pero con el clásico intercambio de preguntas y respuestas.
- d. *Debate o Mesa de discusión*: Los anfitriones y/o invitados debaten sobre un tema específico para intercambiar opiniones.

Dispositivos y plataformas de reproducción.

Ante todo, para poder escuchar un podcast es necesario tener acceso a internet, así sea para escucharlo en línea o desconectado. Es decir, que podríamos escuchar un podcast desde cualquier dispositivo que pueda conectarse a internet, pero siendo realistas, es muy poco probable que alguien utilice una consola de videojuegos para escuchar un podcast. Así que para esta investigación se tomará en cuenta los equipos más recurrentes para poder escuchar podcast, es decir smartphones, computadoras de escritorio, laptops y tablets.

Con respecto a las plataformas y aplicaciones de reproducción, existe una gran diversidad, pero se tomará en cuenta los que obtienen mayor cantidad de descargas, tanto en equipos con sistema operativo Windows, Android y iOS.

- A. Spotify: Es un servicio de música digital creado en 2006. Se puede usar de manera gratuita o en la versión de pago. Con ambos puedes escuchar música o tus podcasts favoritos, pero con el primero tienes comerciales cada dos minutos, el contenido salta de manera aleatoria, no puedes elegir un capítulo o canción de manera específica y tampoco puedes descargar capítulos o canciones para escucharlos cuando estés desconectado. Con el servicio de pago puedes acceder a todos estos beneficios.
- B. YouTube: Es un sitio web de origen estadounidense dedicado a compartir videos creado en 2005. Pese a que no está pensado en formatos de enteramente audio, como he mencionado antes, los podcasters han sabido adaptar sus podcasts a esta plataforma para que sus podcasts puedan tener más vistas.
- C. iVoox: Es una plataforma creada en el 2010 y se especializa en podcast y radio en español. Su consumo es tan grande que, en España, es la tercera app más usada para podcast. En la actualidad, más de 5 millones de personas usan esta aplicación.

- D. Google Podcasts: Es una aplicación desarrollada por Google en 2018 hecha para poder escuchar podcasts en dispositivos Android.
- E. Apple Podcasts: Es un servicio de transmisión de audio y una aplicación de reproducción multimedia desarrollada por Apple Inc. para reproducir podcasts, creado en 2012.

De acuerdo con el Estudio sobre el consumo de audio digital (2021) hecho por Cisneros Interactive, el consumo de podcast promedio en Perú es de 4 a 6 veces por semana, además que un 53% de los oyentes utilizan la plataforma Spotify, siendo esta la aplicación más consumida para podcasts en Perú.

2.2.2. *Análisis crítico*

Pensamiento crítico

Ennis (1985), reconocido filósofo de la educación estadounidense define al pensamiento crítico como el pensamiento reflectivo y razonable enfocado en decidir qué creer o hacer. Al respecto, Ecurra y Delgado (2008) concuerdan en que la definición más acertada para el pensamiento crítico en la actualidad es la de Ennis, pues está caracterizada por tener dominio de ideas, asimismo busca examinarlas y desentrañar qué es lo que se entiende a través de ellas para poder comunicar su resultado a través de los otros tipos de pensamiento, como el verbal, matemático, entre otros.

Al respecto de la definición de pensamiento crítico, López (2012) comenta que, muchos de los conceptos que se le asignan no logran captar el sentido completo de lo que comprende, dejándolo simplemente en la capacidad de opinar, o como un “pensamiento lógico”, perdiendo no solo la idea principal de lo que significa pensamiento crítico, sino también la habilidad de poder fomentarlo. Además, López también considera importante la definición de Ennis y explica que la finalidad del

pensamiento crítico es reconocer lo que es justo y verdadero. En pocas palabras, es el pensamiento de un ser humano racional.

Por otro lado, Saiz y Rivas (2008) entienden el pensamiento crítico como una capacidad, tanto de argumentar, de plantear hipótesis, de emitir juicios de probabilidad y de decidir o resolver bien problemas complejos.

“El pensamiento crítico es ese modo de pensar – sobre cualquier tema, contenido o problema – en el cual el pensante mejora la calidad de su pensamiento al apoderarse de las estructuras inherentes del acto de pensar y al someterlas a estándares intelectuales”. (Paul & Elder, La mini-guía para el Pensamiento crítico, conceptos y herramientas, 2003)

De acuerdo con Facione (1990), el panel de expertos del proyecto Delphi, patrocinado por la Asociación Americana de Filosofía, entiende al pensamiento crítico como útil, con un juicio autorregulatorio que resulta en interpretación, análisis, evaluación e inferencia, y del mismo modo puede explicar la evidencia, conceptos, metodología, criterio o consideraciones contextuales en los que se basa determinado juicio.

Paul y Elder (2005) nos dicen que no es suficiente el solo poseer información, sino que debemos ser capaces de evaluarla bajo distintos estándares como veracidad, relevancia, lógica e importancia, entre otros. Además, mencionan que, para comprender un tema en concreto, es necesario comprender también los temas con los que se relaciona. Asimismo, es importante cuestionar de manera activa para poder analizar a fondo cualquier tema, pero asumiendo un rol disciplinado al hacerlo.

Análisis Crítico

Alaminos y Alaminos-Fernández (2021) explican que el análisis crítico tiene sus orígenes en la filosofía socrática, pues Sócrates solía interrogar a las personas para demostrar si ellos eran capaces de defender sus conocimientos y creencias de forma lógica y racional. Por lo mismo, mencionan que el análisis crítico es la interpretación de la información, averiguar cuáles son las preguntas importantes que debemos hacer con respecto a algo en concreto, ya que preguntar de manera crítica fomenta el desarrollo del conocimiento.

Fisher (2011) nos indica que, si bien el pensamiento crítico utiliza el razonamiento para llegar a conclusiones, evaluar ideas y argumentos para encontrar la mejor explicación posible a alguna situación en concreto, es una habilidad que utilizan análisis más profundos para poder examinar estas situaciones con mayor detalle y profundidad.

Del mismo modo, Paul y Elder (2003), dentro de su Miniguía para el pensamiento crítico, mencionan que el pensamiento crítico es esencial para un análisis más profundo, entonces es utilizado como una base que permite un mejor escrutinio y reconocimiento del tema que se está tratando. Además, es precisamente esta miniguía, un amuestra de cómo el pensamiento crítico se desglosa y se convierte en un proceso más formulado de análisis crítico.

Entonces, podemos entender que el pensamiento crítico presenta la capacidad de cuestionar, evaluar y reflexionar sobre argumentos y tópicos con lógica, mientras que el análisis crítico expresa una mayor profundidad en este proceso, puesto que desglosa y examina cada elemento que un argumento pueda contener. De esta forma es que el pensamiento crítico se entiende como una parada necesaria y obligatoria antes del análisis crítico, pues propone herramientas de discernimiento imprescindibles para pasar así al análisis meticoloso que busca entender la coherencia entre los elementos de un determinado tópico o argumento.

Es importante mencionar que, de acuerdo con Alaminos y Alaminos-Fernández (2021), parte del proceso del análisis crítico es la disposición crítica, la cual debe ser bifocal. Esto significa que recibimos información del exterior, así como las enfrentamos a nuestras propias creencias y prejuicios, por tanto, es importante mantener una actitud de respeto sujeta al control y reflexión de ambos puntos de vista.

Elementos del pensamiento crítico

De acuerdo con Paul y Elder (2003), para analizar críticamente debemos tomar en cuenta estos ocho elementos básicos que sirven para interpretar datos y resolver ideas. Reconocer estos elementos nos ayudará a entender las partes de la investigación que se va a realizar.

- 1) Propósito: Todo análisis tiene una meta, debemos tener claro qué tratamos de lograr.
- 2) Pregunta en cuestión: Tratamos de resolver un problema, por tanto, debemos plantear nuestra incógnita de la manera correcta.
- 3) Información: Son los datos y observaciones, tanto a favor como contraria a nuestra posición, la cual debe ser clara y precisa.
- 4) Interpretación e inferencia: A través de estas llegamos a las conclusiones y/o soluciones.
- 5) Conceptos: Teorías, definiciones, principios, etc., que le dan forma al razonamiento.
- 6) Supuestos: Presuposiciones, información que se acepta como dada, que debe ser analizada y determinar si pueden ser justificadas.
- 7) Implicaciones y consecuencias: Podemos decir que todo análisis tiene consecuencias, tanto positivas como negativas.
- 8) Puntos de vista: Es la perspectiva por la que se hará el análisis.

Habilidades del pensamiento crítico aplicadas al análisis crítico

Para que el análisis crítico logre el fin de analizar más a detalle cada elemento de un determinado tópico resulta útil, necesario y prudente adoptar dimensiones del pensamiento crítico, ya que ayudan a realizar un análisis más ordenado y fundamentado, es así como las habilidades del pensamiento crítico que son interpretación, análisis, evaluación, inferencia, explicación y autorregulación se vuelven esenciales para el análisis crítico, optimizando así su trabajo.

Facione (2007) nos menciona que, el panel de expertos en Pensamiento Crítico del proyecto Delphi, brindó su descripción de *pensador crítico ideal*, alegando que este posee seis habilidades y disposiciones cognitivas.

- A. Interpretación: Se refiere a la capacidad de comprender y ser capaz de expresar el significado de una variedad de tópicos tales como situaciones, experiencias y creencias, entre otros. Esta capacidad también incluye sub-habilidades como decodificación y significancia.
- B. Análisis: Se refiere a la identificación de la relación de inferencia entre preguntas, conceptos, declaraciones u otras formas de representación para poder expresar creencias, juicios, razones, información u opinión. Esta capacidad también incluye sub-habilidades como examinar ideas, es decir descomponer la información, y, poder detectar y observar argumentos.
- C. Evaluación: Se refiere a la valoración de la credibilidad de manifestaciones como la percepción de las personas, experiencias, juicios, opiniones, entre otros, y el juicio de la lógica de la relación inferencial entre estas representaciones. Esta capacidad también incluye sub-habilidades como evaluación de reclamaciones y argumentos.

- D. Inferencia: Se refiere a identificar y asegurar los elementos pertinentes para llegar a conclusiones sensatas, para poder considerar la información relevante y poder generar hipótesis a través de evidencia, creencias u otras formas de representación. Esta capacidad también incluye sub-habilidades como saber consultar alternativas y plantear conclusiones.
- E. Explicación: Se refiere a la muestra de los resultados del razonamiento de cada uno, considerando la evidencia, metodología y criterio en el que cada uno de ha basado para llegar a una conclusión en concreto. Esta capacidad también incluye sub-habilidades como justificar procedimientos y presentar argumentos.
- F. Autorregulación: Se refiere al auto seguimiento de las actividades cognitivas, los elementos utilizados para llegar a determinada conclusión, utilizando herramientas de análisis y evaluación. Esta capacidad también incluye sub-habilidades como auto examinación y auto corrección.

El desarrollo de estas seis habilidades en conjunto supondría un pensamiento y análisis crítico más sólido y efectivo, pues permitiría analizar la información de manera más completa.

El término *análisis crítico* hace referencia a un proceso amplio que integra múltiples habilidades cognitivas para examinar, interpretar y evaluar información o argumentos de manera reflexiva y fundamentada. De acuerdo con Facione (1990), el análisis crítico es un proceso que combina varias habilidades del pensamiento crítico, como la interpretación, el análisis, la evaluación, la inferencia, la explicación y la autorregulación. Este enfoque global permite no solo la descomposición de la información, sino también emitir juicios fundamentados sobre su calidad, relevancia y coherencia.

Por otro lado, el *análisis* es una de las habilidades específicas dentro del pensamiento crítico. Facione (1990) lo define como la capacidad de identificar las relaciones entre ideas, evaluar argumentos y descomponer información en sus partes constitutivas para comprender su estructura y significado. Esta habilidad es esencial, pero no suficiente para realizar un análisis crítico, ya que este último requiere integrar otras capacidades como la evaluación y la contextualización.

En el contexto de esta investigación, el análisis crítico se utiliza como un concepto que comprende el conjunto de habilidades del pensamiento crítico aplicadas al contenido de los podcasts. Mientras que el análisis, entendido como habilidad, se considera una herramienta operativa que contribuye al proceso general del análisis crítico. Esta distinción permite abordar de manera integral cómo los estudiantes procesan y evalúan la información consumida a través de este medio.

Los estándares del análisis crítico

Paul y Elder (2003) explican que el razonamiento debe ser juzgado a través de criterios intelectuales para que el análisis pueda ser más claro, explícito y relevante, entre otras características.

- A. Claridad: El planteamiento no debe ser confuso, se debe entender el significado, pues debemos ser capaces de expresar ideas de manera comprensible.
- B. Exactitud: Debe ser preciso y comprobable, la información que utilicemos sea correcta y válida.
- C. Precisión: Debe contar con los detalles necesarios, debemos usar un lenguaje más exacto y evitar el lenguaje ambiguo.
- D. Relevancia: Debe tener relación con el tema y la información debe ser pertinente.
- E. Profundidad: Debemos entender que el tema contiene complejidades y entender sus posibles implicaciones más profundas.

- F. Amplitud: Entender que el planteamiento puede tener diferentes perspectivas, por tanto, debemos evitar un pensamiento sesgado.
- G. Lógica: El planteamiento debe tener sentido y relación entre sus partes, debemos evitar falacias o errores en el pensamiento.
- H. Significado: Debemos enfocarnos en lo más importante.
- I. Imparcialidad: Es justo con todos los puntos de vista, no actuamos por intereses propios.

2.3. Marco Conceptual

- 1) Análisis crítico: Forma de pensar, semejante a un interrogatorio para descubrir preguntas que estaban ocultas en la mente de alguien, para así dar vida a argumentaciones. (Alaminos & Alaminos-Fernández, 2021)
- 2) Audio: El Audio no es más que una representación del fenómeno sonoro mediante una señal eléctrica que poseerá propiedades completamente equiparables a las magnitudes y parámetros existentes en una onda sonora. (Moscal, 1994)
- 3) Audiencia: La audiencia puede definirse como el conjunto de individuos que entran en contacto con un medio, en este caso la radio, por un tiempo determinado. (Portilla & Herrera, 2004)
- 4) Conocimientos: Es la información que el individuo posee en su mente, personalizada y subjetiva, relacionada con hechos, procedimientos, conceptos, interpretaciones, ideas, observaciones, juicios y elementos que pueden ser o no útiles, precisos o estructurables. (Alavi & Leidner, 2003)
- 5) Consumo: Es una relación activa donde los usuarios no solo reciben contenido, sino que también lo comparten, comentan y, en algunos casos, lo transforman. (Jenkins, 2008)

- 6) Creación: La creación constituye la capacidad del hombre, que surge en el curso de su trabajo y que consiste en formar (sobre la base del conocimiento de las regularidades del mundo objetivo), a partir del material proporcionado por la realidad, una realidad nueva, que satisfaga las multiformes necesidades sociales. (Progreso, 1984)
- 7) Dispositivos: Se define al dispositivo móvil como un procesador con memoria con formas de entrada como: teclado, pantalla, botones, otros y formas de salida (texto, gráficas, pantalla, vibración, audio, cable). (Ramírez, 2012)
- 8) Influencia: Influencia es la capacidad de condicionar el comportamiento de otra persona, pero también puede condicionar conceptos como la economía, de la moda, del medio ambiente o del desarrollo urbanístico. (Lazcano, 2020)
- 9) Internet: Internet una red masiva de redes, infraestructura de redes que conecta a millones de computadoras unidas de forma global; formando una sola red en la que una computadora puede comunicarse con otra siempre y cuando estén las dos computadoras conectadas a Internet. (Snell, 1995)
- 10) Pensamiento crítico: Pensamiento reflectivo y razonable enfocado en decidir qué creer o hacer. (Ennis, 1985)
- 11) Podcaster: Es la persona que se dedica al podcasting, es decir quien hace el podcast, desde su planificación hasta su distribución. (Meijomil, 2022)
- 12) Razonamiento: Es el proceso cognitivo que permite la elaboración de inferencias deductivas e inductivas independientemente del substrato natural de quien realiza la inferencia. (Espino, 2004)

2.4. Antecedentes empíricos de la investigación (estado del arte)

2.4.1. Antecedentes Internacionales

Delgado, et al. (2022), en su artículo producto de una investigación científica titulada “*Desarrollo del Pensamiento Crítico a través del uso de materiales educativos digitales*”, busca llevar a los estudiantes por diferentes experiencias, especialmente con sistemas educativos virtuales, que promuevan el desarrollo de su pensamiento crítico como una *habilidad blanda*. En el contexto de esta investigación, se tuvo el objetivo de identificar cuáles eran los elementos más relevantes para el desarrollo del pensamiento crítico en el proceso de enseñanza aprendizaje y así discernir acerca de las teorías para un mejor desarrollo del pensamiento crítico. Como parte de la investigación, se vio por conveniente que los estudiantes realizaran una propuesta de podcast, teniendo en cuenta que para esto deben utilizar el pensamiento crítico, es decir su habilidad para indagar, cuestionar, reflexionar, argumentar y juzgar, entre otros.

Para el desarrollo de esta investigación, además de investigar fuentes bibliográficas, se realizó trabajo de campo, el cual consistió en la observación del fomento del pensamiento crítico de los estudiantes después de la aplicación de Materiales Educativos Digitales. Para esto, se desarrollaron tres etapas: la primera constó de la capacitación del personal docente con el uso del podcast y las partes que lo integran, como el contenido, el fondo musical y la intervención de audio. La segunda etapa fue aplicar este material como estrategia didáctica y, finalmente, la tercera etapa buscó que el alumnado pudiese presentar su propia versión de un podcast, para lo cual tuvo que indagar, buscar información, analizarla, argumentar, reflexionar y juzgar.

Como parte de las conclusiones, Delgado et al, nos menciona que los estudiantes lograron las habilidades solicitadas por el pensamiento crítico para desarrollar un pensamiento más crítico. También recomiendan el uso de materiales educativos digitales, tales como el podcast, para el

desarrollo de las habilidades blandas necesarias para el desarrollo de las personas como ciudadanos críticos.

Ángel (2019) en su tesis titulada “*Pensamiento crítico y discurso oral*”, para optar el título profesional de Licenciatura en Educación Básica con énfasis en Humanidades y Lengua Castellana por la Universidad Santo Tomás, nos comenta que, al inicio de su investigación, percibe que los alumnos tienen dificultad para elaborar preguntas reflexivas y críticas debido a que tienen dificultad en la comprensión y decodificación de interacciones orales. Por otra parte, cuando inicia los talleres de práctica oral, nota disposición de parte de los alumnos hacia una construcción crítica del pensamiento, expresando y escuchando cómo se expresa el otro. Los objetivos de esta investigación fueron examinar e identificar las formas en las que se expresa el pensamiento crítico a través de la manifestación del discurso oral. Para esta investigación, además de observar y llevar apuntes en un diario de campo, se aplicaron ejercicios para fortalecer el pensamiento crítico en el discurso oral, tales como recitales, el análisis de casos y noticias y la dramatización de los mismos. Al momento de obtener los resultados de la investigación, se reconoce el cambio significativo de los alumnos con respecto al diagnóstico inicial, pues han desarrollado su comunicación argumentativa. Además de ser capaces de dar respuestas más objetivas, pueden manifestar discrepancia o comodidad con la opinión de sus compañeros.

Ángel, entre sus conclusiones, señala que las actividades que posibiliten la producción oral, tales como foros y debates, ayudan a generar cohesión y coherencia en el discurso. También menciona que, en el aula, el maestro es el encargado de lograr la expresión del pensamiento crítico en alumnos y esto depende de su pedagogía y las posibilidades que les brinde para que ellos puedan desarrollar prácticas discursivas y argumentativas a través del ejercicio crítico.

Betancourth, et al. (2021), en su artículo producto de investigación titulada *“Desarrollo del pensamiento crítico a través del debate crítico: una mirada cualitativa”*, menciona que el debate crítico es una estrategia para desarrollar habilidades del pensamiento crítico y su aplicación en la práctica educativa. La investigación como ejercicio de entrenamiento, sirvió para preparar a los estudiantes para discernir información y, consecuentemente, poder argumentar, y a su vez, la argumentación generó retroalimentación. Además, se planteó como objetivo principal poder reconocer cómo el debate crítico contribuye al desarrollo del pensamiento crítico en los estudiantes de psicología de la Universidad de Nariño, mostrando así las habilidades que lo favorecen, los alcances y aspectos de la mejora del rol del equipo investigador y el modelo de debate crítico. Esta investigación fue cualitativa, para lo cual principalmente se observó a los participantes y se llevó un registro en un cuaderno de campo, el cual ayudó a los investigadores a reconocer los avances por cada sesión. Además, también se realizaron debates críticos.

En esta investigación, los autores resaltan la activa participación de los estudiantes, quienes tuvieron disposición para realizar los debates críticos, las asignaciones de roles y demás actividades, y es por esta participación que la estrategia didáctica funciona como tal. De esta manera, los autores llegan a la conclusión de que el debate crítico ayuda a desarrollar el pensamiento crítico en estudiantes universitarios, además que el interés que estos ponían al debate como alternativa a las metodologías tradicionales, convierte al aprendizaje en algo significativo.

2.4.2. Antecedentes Nacionales

Ponce, et al. (2023), en su tesis titulada *“Influencia del periodismo radial para generar el pensamiento crítico en los estudiantes del 5° año de Comunicación Social Unheval 2023”*, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Ciencias de la Comunicación Social, fundamenta que, no es suficiente que los estudiantes universitarios sepan de datos y diversa información, sino

que resulta necesario que puedan evaluar esta información a tiempo real, que el pensamiento crítico no solo es útil en la vida universitaria, sino que es una habilidad que sirve en la formación y preparación de estudiantes y ciudadanos para la vida en general. Esta investigación tuvo como objetivo establecer la influencia del periodismo radial en el pensamiento crítico en estudiantes universitarios, para lo cual se desarrolló a través del método inductivo deductivo y usando encuestas como instrumento. Es así que, a través de esta investigación llega a la conclusión de que, el pensamiento crítico como herramienta aplicada al periodismo radial mejora la condición de apreciación sobre la realidad, además de desarrollar también las habilidades de argumentación y pensamiento pragmático.

Peralta (2023), en su investigación de tesis titulada “*Uso de la plataforma Moodle y el pensamiento crítico en estudiantes de una universidad privada del Cusco, 2023*”, para optar el grado académico de Maestro en Docencia Universitaria, plantea como objetivo principal poder explicar la relación entre el uso de la plataforma Moodle y el pensamiento crítico en los estudiantes. De esta forma proyecta que puede existir una relación significativa entre el uso de Moodle, plataforma virtual que ayuda a fomentar la participación de los estudiantes y el aprendizaje activo y colaborativo, además de poder ser utilizada en cualquier momento y/o lugar, asimismo, puede ser empleada como herramienta para profundizar en los temas de interés del usuario. Para lo antes mencionado, se examinó cuantitativamente, con cuestionarios y escalas de Likert para poder recolectar datos. Esta investigación concluye en que existe correlación entre el uso de Moodle y el pensamiento crítico de los estudiantes, pues estos demuestran comportamientos críticos, como la resolución de problemas y la evaluación crítica de la información.

Es importante tomar en cuenta esta investigación porque, la plataforma Moodle, pese a ser diferente, tanto en forma como en usos, al podcast, tienen en común el ser herramientas que pueden ser utilizadas para conocer y profundizar en temas que al usuario le interesen.

Chamorro (2019) en su tesis titulada *“Influencia del periodismo digital como formador de pensamiento crítico sobre casos de terrorismo en el Perú. Caso: 26 años de la captura del cabecilla de Sendero Luminoso”*, para optar el Grado Académico de Maestro en Población, Comunicación y Desarrollo sustentable, tiene como objetivo principal el precisar si factores como la universalidad, la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad del contenido de RPP y El Comercio, en versión digital, sobre la captura de Abimael Guzmán en el año 2018, tuvo influencia en la formación del pensamiento crítico de los jóvenes universitarios, para lo cual utilizó un enfoque cuantitativo, descriptivo-correlacional. Es así que, dentro de sus resultados, muestra que un 74% del público encuestado considera que alcanzó el pensamiento crítico después de consumir información al respecto y luego, interactuar e intercambiar opiniones con otros usuarios en plataformas digitales. Por ende, entre sus conclusiones, destaca que esta interacción a través de las redes sociales es una forma de intercambiar conocimiento que fomenta el pensamiento crítico.

Chamorro, a su vez, recomienda el incentivo de la investigación y el uso de las plataformas digitales como herramientas de culturización. Es decir, que podemos utilizar estas plataformas para difundir temas de interés social, difundimos a la vez el pensamiento crítico y promovemos un análisis más profundo de los contenidos.

Orna (2023), en su tesis titulada *“Necesidad de implementar el pensamiento crítico en la formación académica de los estudiantes de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa”*, para optar el Grado Académico de Doctor en Filosofía y Humanidades, reafirma la importancia que tiene el pensamiento crítico, no solo en el ámbito universitario, pues forja personas más analíticas y

las empodera para poder resolver situaciones complejas. Para esto, las metodologías pedagógicas que estudian situaciones y analizan problemas son las que promueven la resolución de problemas y toma de decisiones críticas. Esta investigación tuvo como objetivo el de implementar el pensamiento crítico en la formación académica de los estudiantes de una determinada universidad, y se realizó a través de la recopilación de información, siendo un proyecto meramente descriptivo.

De esta manera, Orna llega a la conclusión de que se debe reafirmar la importancia del pensamiento crítico, pues este conlleva examinar y valorar información de forma imparcial y así poder preparar las mentes para que puedan encontrar soluciones efectivas ante cualquier tipo de problema. Además, Orna hace hincapié en la necesidad de generar espacios universitarios para sembrar y cultivar el pensamiento crítico, para provocar un impacto social y ejercitar críticamente a los estudiantes, para que estos puedan desenvolverse críticamente en sociedad.

2.4.3. Antecedentes locales

Soto y Tapia (2024) en su tesis titulada “*Pensamiento crítico y resolución de problemas matemáticos en estudiantes de 1er grado de educación secundaria de la Institución Educativa Fortunato Luciano Herrera de la ciudad del Cusco, 2022*”, para optar el Título Profesional de Licenciado en Educación Secundaria: Especialidad Matemática y Física, nos dicen que la falta de un adecuado pensamiento crítico puede dificultar la resolución de problemas matemáticos, pues se halló una relación significativa entre ambas variables. En esta investigación, que tiene como objetivo examinar la relación entre el pensamiento crítico y la resolución de problemas matemáticos, se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento.

Ambos autores llegaron a la conclusión de que la relación entre el pensamiento crítico y la resolución de problemas matemáticos existe y es significativa. Asimismo, recomendaron a la institución educativa en la que se desarrolló la investigación que, no solo fomentaran el pensamiento

crítico en sus alumnos, sino también que se les hiciera un seguimiento continuo para poder establecer su nivel de análisis crítico y fomentarlo a su vez, a través de talleres, para así los alumnos puedan tener conclusiones más acertadas en lo que respecta a problemas matemáticos.

Angulo y Quispe (2023) en su tesis titulada *“Videotutoriales como recurso didáctico y el desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes de la Institución Educativa Justo Barrionuevo Álvarez N°50499 - Oropesa 2021”*, para optar el Título Profesional de Licenciada en Educación Secundaria: Especialidad Ciencias Naturales, obtienen entre sus resultados que, a través del uso de videotutoriales como recurso didáctico se logró el incremento de las habilidades del pensamiento crítico. En esta investigación cuyo objetivo fue analizar la influencia de los videotutoriales como recurso didáctico en el desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes de secundaria, se encontró que el uso de videotutoriales para desarrollar el conocimiento es recomendable, práctico y sencillo de desarrollar, pues opinan que los materiales de enseñanza tradicionales se han vuelto obsoletos.

Esta investigación también concluye en que, los videotutoriales incrementaron de manera significativa el pensamiento crítico de los alumnos, pues se observaron mejoras en capacidades como juzgar, evaluar y argumentar.

Huamani y Quispe (2020) en su tesis titulada *“El ensayo y fortalecimiento de los niveles del pensamiento crítico en estudiantes de la asignatura Historia de las ideas en el Perú - Especialidad - Ciencias sociales, Escuela Profesional de Educación - Unsaac, 2019”*, para optar el título profesional de Licenciado en Educación, Especialidad Ciencias Sociales, tienen como objetivo principal determinar cómo la producción del ensayo fortalece los niveles del pensamiento crítico en estudiantes de la asignatura historia de las ideas en Perú. Es así que afirman que todo estudiante universitario debe contar con las capacidades del pensamiento crítico, tales como argumentación, análisis, interpretación, reflexión y evaluación, y que, de hecho, es posible fomentarlas. Como

ejemplo tenemos el realizar habilidades cognitivas, como la producción de un ensayo, que permite al estudiante obtener una visión general de su realidad.

Como parte de sus conclusiones, los autores mencionan que la producción del ensayo fortalece los niveles del pensamiento crítico, habiendo encontrado un incremento satisfactorio del 31%. Además, fortalece habilidades como la inferencia y el análisis crítico de los estudiantes.

En esta investigación, se sugiere que los docentes universitarios fomenten el pensamiento crítico en las aulas, y a su vez, que la universidad genere espacios destinados al desarrollo del pensamiento crítico, pues se sabe que, en la actualidad existe una demanda alta de profesionales críticos.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

A. Hipótesis General

El consumo de podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.

B. Hipótesis específicas

- El contenido del podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico del mismo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.
- Las técnicas del podcast se relacionan significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.
- La dinámica del podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.

3.2. Identificación de variables e indicadores

- a. **Variable Independiente:** Consumo de podcast.
- b. **Variable Dependiente:** Análisis crítico del contenido.

3.3. Operacionalización de variables

Matriz de operacionalización de variables.

Tabla 1.*Matriz de operacionalización de variables*

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE INDEPENDIENTE: Consumo de podcast	“Un pódcast es una serie de contenidos grabados en formato audio y transmitidos por internet a través de un servicio de streaming. (...) Se reproduce bajo demanda, lo que significa que se puede escuchar dónde y cuándo la persona quiera”. (Marcel & Piccini, 2022)	“Pueden tener formatos diferentes, pero los más comunes son los de entrevistas, los educativos y las grabaciones individuales. (...) En definitiva, un pódcast es una herramienta que puede contribuir para transformar la realidad que nos toca vivir”. (Marcel & Piccini, 2022)	A. Contenido B. Técnica C. Dinámica	- Entretenimiento - Educativo - Informativo - Persuasión - Audio - Video podcast - Screencast - Monólogo - Grupal - Entrevista - Debate
VARIABLE DEPENDIENTE: Análisis crítico del contenido	“A un nivel todos sabemos lo que significa “pensamiento crítico” – significa buen juicio, casi lo opuesto a pensamiento ilógico, irracional”. (Facione, 2007)	“Existe una forma de pensar dentro de los parámetros existentes, propio de las disciplinas no críticas mientras que distanciarse y poner en cuestión también el sistema existente es característico del adjetivo “crítico”. (Alaminos & Alaminos-Fernández, 2021)	a. Interpretación b. Análisis c. Evaluación d. Inferencia e. Explicación f. Autorregulación	- Comprensión de la información - Identificación de la información - Descomposición de información - Identificación de las relaciones - Valoración de la información - Relevancia de los argumentos - Predicción de alternativas - Planteamiento de conclusiones - Justificación del proceso - Presentación de argumentos - Auto examinación crítica - Corrección y adaptación

Nota: *Elaboración propia.*

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. **Ámbito de estudio**

4.1.1. *Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación*

Antes de la fundación de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación como tal, en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, se empieza a enseñar periodismo en la Facultad de Letras en el año 1962. Para 1964 se concreta la creación de la Escuela de Periodismo y Relaciones Públicas, pero no es hasta 1984 que se crea la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación, la cual ha formado a la gran parte de profesionales de su rama que actualmente conocemos.

En 1995 se aprueba el actual Currículo de Estudios, que otorga el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación cuando el estudiante ha concretado 10 semestres y obtenido un total de 220 créditos. Al momento de realizar esta investigación, la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación cuenta con un total de 632 alumnos matriculados. (Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, 2024)

4.1.2. *Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco*

La Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, con más de 300 años, es la universidad más antigua de la ciudad del Cusco, la cuarta más antigua del Perú y la quinta más antigua de América Latina.

Fue creada bajo la orden del Papa Inocencio XII el primero de marzo de 1692, originalmente llevó el nombre de Real Universidad de San Antonio Abad y, además, tuvo como primer rector al Dr. Juan de Cárdenas y Céspedes. (Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, s.f.)

De acuerdo al portal virtual de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, esta cuenta con una regular infraestructura física en la ciudad del Cusco, conocida como la Ciudad Universitaria de Perayoc, la cual es la principal casa de estudios, aunque también se cuenta con el Centro Agronómico de K'ayra en el distrito de San Jerónimo, donde funciona la Facultad de Agronomía y Zootecnia. Además, la casa tricentenaria también posee el local del Paraninfo Universitario, ubicado en la Plaza Mayor de la Ciudad, una casona en Calle Tigre, donde actualmente funciona el rectorado y una casona en Calle Arones. Además de lo antes mencionado, esta universidad también cuenta con sedes en Sicuani, Espinar, Yanaoca, Santo Tomas y Marangani, Andahuaylas y Puerto Maldonado.

4.2. Tipo y nivel de investigación

4.2.1. Tipo de investigación

El presente proyecto de investigación fue clasificado como un estudio de tipo básico, debido a que el objetivo principal de este tipo de investigaciones es ampliar el conocimiento sobre algún tema, en este caso, el podcast y su relación con el análisis crítico, sin tener en cuenta su aplicación. Los estudios básicos, al estar centrados en la comprensión de conceptos o mecanismos, son más teóricos y abstractos. El conocimiento que genera sirve como base para futuras investigaciones y para el desarrollo de aplicaciones prácticas en diversos campos.

De acuerdo con la percepción de Carrasco (2005), la investigación básica no tiene propósitos aplicativos inmediatos, solo busca ampliar y profundizar los conocimientos científicos existentes acerca de la realidad. Su objeto de estudio lo constituyen teorías científicas, las mismas que analizará para perfeccionar sus contenidos.

4.2.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación de este estudio fue descriptivo correlacional, puesto que el estudio consta de dos variables y, además, se buscará determinar si existe una relación entre las variables, cómo y en qué medida se relacionan entre sí, pero sin manipular ninguna variable ni las condiciones del estudio.

La relación entre el *consumo de podcasts* y el *análisis crítico de su contenido* radica en cómo el acceso y la exposición a este medio influyen en las capacidades críticas de los estudiantes. Los podcasts, por su formato narrativo y accesibilidad, presentan una diversidad de contenido que puede estimular habilidades como la interpretación, la evaluación de información y la formación de opiniones fundamentadas. Sin embargo, el nivel de análisis crítico dependerá de factores como el contenido, las técnicas y la dinámica para reflexionar sobre lo escuchado.

Esta correlación se expresa mediante la conjunción "Y" en el título, la que indica que no solo se busca analizar el consumo de podcasts como un fenómeno aislado, sino también cómo este consumo puede relacionarse directamente con el desarrollo o la manifestación del análisis crítico en los estudiantes.

Según Hernández y Mendoza (2018), el nivel correlacional tiene como propósito conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, variables, categorías o fenómenos, en un contexto específico.

4.2.3. Enfoque de la investigación

Se utilizó un enfoque de tipo cuantitativo, el cual se encuentra dentro del nivel correlacional utilizado para medir y analizar la relación entre las variables mediante métodos estadísticos. Además de ello, el enfoque cuantitativo se caracteriza por su realce en la recolección de información y análisis del mismo, numéricamente, con el objetivo de probar las hipótesis.

Para Carrasco (2005), el enfoque cuantitativo se refiere a “una metodología de investigación que se basa en la recolección y análisis de datos numéricos y estadísticos para comprender fenómenos sociales, económicos, científicos u otros”. Este método implica el uso de herramientas cuantitativas para recolectar datos mediante encuestas, experimentos, mediciones y análisis de datos ya existentes.

4.2.4. Método de investigación

El método de esta investigación fue hipotético–deductivo, puesto que la investigación se generó a partir de una observación inicial, de la que se planteó una hipótesis y esta es sometida a pruebas empíricas para confirmar o negar su validez.

De acuerdo con Arbulú (2023), el método hipotético-deductivo comprende el patrón de identificar un determinado problema, plantearlo, formular una hipótesis al respecto, medir, recopilar análisis de datos e interpretar sus resultados, para poder poner a prueba una teoría. Este método, más que descubrir nuevas cuestiones, busca encontrar un justificativo.

4.2.5. Diseño de la investigación

La investigación que se realizó fue de tipo descriptivo no experimental, pues el investigador no manipulará directamente las variables. En este tipo de diseño, el investigador observa y recopila datos tal como se presentan naturalmente, sin intervenir para cambiar o influir en las condiciones del estudio. Los diseños no experimentales son comúnmente utilizados en estudios observacionales, descriptivos o correlacionales.

Carrasco (2005) menciona que las investigaciones no experimentales carecen de manipulación intencional a sus variables independientes, no poseen grupo de control o experimental. Analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia.

4.3. Unidad de análisis

Se recogió a través de un cuestionario el consumo de podcast y también el análisis crítico del contenido de los podcasts, de los estudiantes actualmente matriculados en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

4.4. Población de estudio

Para Carrasco (2005), la población es el conjunto de todos los elementos que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla en trabajo de investigación, es decir, el universo con el que trabajaremos.

De acuerdo a la Unidad del Centro de Cómputo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, a través del expediente N°684115, existen 619 estudiantes matriculados actualmente en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Con referencia a la definición anterior, la población estará conformada por estos 619 estudiantes.

4.5. Tamaño de muestra

Para Carrasco (2005) la muestra es un fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son ser objetiva y reflejo fiel de ella. De esta manera, los resultados que se vayan a obtener pueden generalizarse a toda la población.

Para poder definir el tamaño de la muestra, se utilizó la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(e^2 * (N - 1)) + Z^2 * p * q}$$

Reemplazando los datos, tenemos que:

$$n = \frac{619 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05^2 * (619 - 1)) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 237.28$$

En esta ecuación:

- n: Tamaño de la muestra = 237.28
- N: Tamaño de la población = 619
- Z: Intervalo de confianza = 95% o 1.96
- p: Probabilidad de éxito = 0.5
- q: Probabilidad de fracaso = 0.5
- e: Error muestral aceptado = 5% o 0.05

Entonces, para una población de 619 estudiantes, con un margen de error bajo (5%) y un nivel de confianza aceptable (95%), resulta en una muestra de 237 estudiantes. Para que este número pueda ser dividido sin mayor problema, buscando representatividad y equidad entre los diez semestres de la carrera que se abarcaron en esta investigación, se vio por conveniente redondear este número a 240 encuestados.

4.6. Técnicas de selección de muestra

Para buscar la mayor representatividad posible se buscó realizar un muestreo estratificado y así tener una pequeña muestra por cada semestre dentro de la carrera profesional, pero de acuerdo a la Unidad del Centro de Cómputo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, no se cuenta con esta información. Es así como se dividió equitativamente el tamaño de la muestra

entre los diez semestres de la carrera profesional, obteniendo así un muestreo probabilístico estratificado manual, con una muestra más variada y equilibrada.

El muestreo para determinar del tamaño de la muestra fue probabilístico aleatorio simple, porque cada individuo tuvo la misma probabilidad de ser seleccionado, utilizando la fórmula para poblaciones finitas.

De esta manera, la muestra estuvo conformada por 240 estudiantes matriculados en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, siendo encuestados 24 alumnos por semestre.

4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de información

4.7.1. Técnicas

La técnica que se utilizó para recolectar la información fue la encuesta, necesaria para responder los objetivos de la investigación. Esta técnica es un método de recolección de datos que implica la formulación de preguntas estructuradas y estandarizadas dirigidas a una muestra representativa de individuos con el fin de obtener información relevante para la investigación.

Carrasco (2005) define la encuesta como la técnica para la investigación social por excelencia, pues además de ser útil, es versátil, sencilla y objetiva al momento de recaudar información.

4.7.2. Instrumentos

El instrumento que se utilizó para la investigación fue el cuestionario, el cual constó de preguntas para poder obtener la información necesaria. Para la elaboración de este instrumento se tomó en consideración las dimensiones del contenido del podcast y así poder generar preguntas que nos den indicios acerca del consumo del podcast en los estudiantes universitarios.

De acuerdo con Carrasco (2005), el cuestionario permite una respuesta directa mediante las preguntas que contiene, las cuales deben ser preparadas con anticipación y previsión.

También se utilizó la escala de Likert para poder elaborar este instrumento y así obtener información de cuál es la percepción que tienen los estudiantes con respecto a los podcasts que escuchan y su relación con el análisis crítico del contenido de los mismos. Es necesario poder hacer una escala de Likert de cada variable para así, más adelante, poder entender la relación que ambas tienen y alcanzar los objetivos de esta investigación.

4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información

Una vez recolectados los datos provenientes de las encuestas realizadas a los estudiantes matriculados en el semestre 2024-I de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, el siguiente paso fue su análisis detallado.

Primero, se procedió a organizar los datos haciendo uso del programa Microsoft Excel, asegurándose de asociar cada respuesta con el respectivo encuestado y su identificador único.

Luego, se calcularon las frecuencias de cada opción y se representan gráficamente para visualizar la distribución de las respuestas. Este enfoque permitió identificar patrones y tendencias en las opiniones y percepciones de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Este procedimiento fue realizado con el programa estadístico SPSS versión 26, el cual es utilizado para ejecutar un análisis de datos y estadísticas. De la misma forma, fue utilizado para poder determinar la influencia entre ambas variables para así poder obtener los resultados en función de los objetivos de la investigación.

Además, para poder realizar las pruebas de hipótesis, se utilizará la correlación de Pearson y así medir la correlación entre las dos variables planteadas.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Análisis de fiabilidad

Tabla 2.

Análisis de fiabilidad con Alfa de Cronbach.

Variables	Alfa de Cronbach	Número de elementos
Consumo de Podcast	0.739	13
Análisis crítico	0.837	12

Nota: *Obtenida del paquete estadístico SPSS.*

El resultado de Alfa de Cronbach, indica la fiabilidad de los instrumentos aplicados en relación al consumo de podcast y al análisis crítico. El coeficiente de fiabilidad de Cronbach varía de entre 0 a 1 y, entre más cercano sea este número a la unidad existirá mayor consistencia interna entre los ítems de la escala (Torres, 2021).

De acuerdo con Carvajal, et al. (2011), el alfa de Cronbach por debajo de 0,5 muestra un nivel de fiabilidad no aceptable; si su valor estuviese situado entre 0,5 y 0,6 se podría considerar como un nivel pobre; si se tuviese entre 0,6 y 0,7 se estaría ante un nivel débil; entre 0,7 y 0,8 haría referencia a un nivel aceptable; en el intervalo 0,8-0,9 se podría calificar como de un nivel bueno, y si tomara un valor superior a 0,9 sería excelente.

Con respecto al consumo de podcast su resultado fue $\alpha = 0.739$, ello quiero decir que el instrumento es aceptable, mientras que el instrumento de análisis crítico tiene un resultado de $\alpha = 0.837$, donde la consistencia del instrumento es buena. Para ambos instrumentos se aprueba la fiabilidad demostrando la consistencia y claridad de las preguntas planteadas.

5.2. Resultados descriptivos de la investigación

A continuación, se mostrarán los resultados y discusión del estudio organizado en dos secciones, siendo la primera acerca del consumo del podcast y la segunda, sobre el análisis crítico de su contenido.

5.2.1. Resultados de la variable consumo de podcast

La primera parte de esta investigación se centró en el consumo de podcast por parte de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, para lo cual se realizaron 24 encuestas por semestre, tratando de mantener la misma cantidad de hombres y mujeres para que la investigación sea lo más equitativa posible. En este primer cuadro, el total de personas encuestadas es de 240.

Tabla 3.

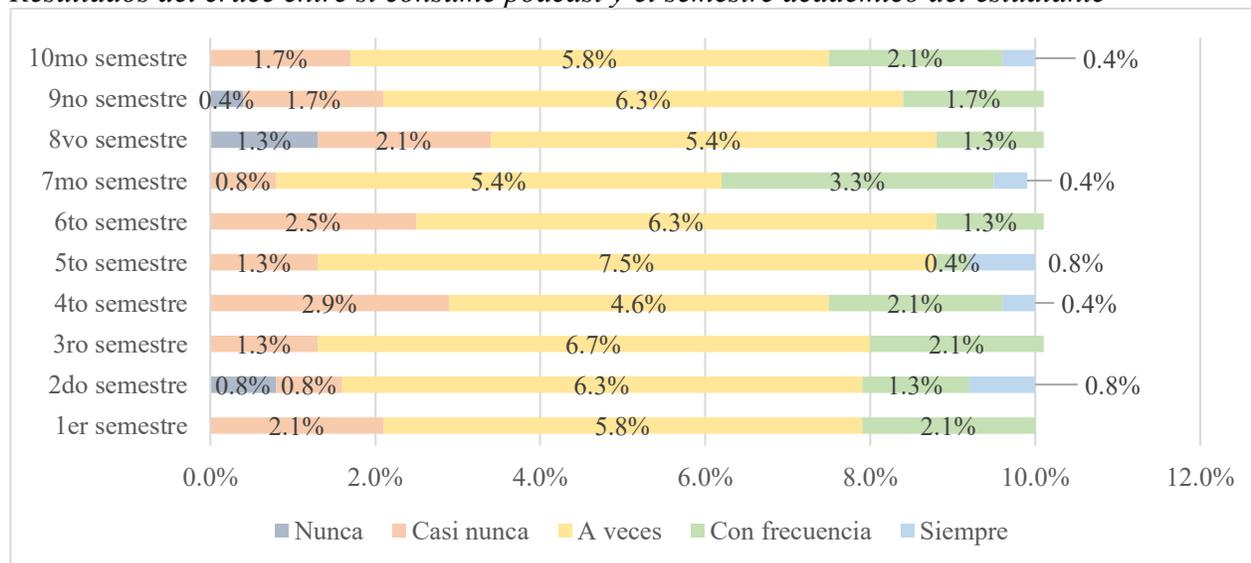
Resultados del cruce entre si consume podcast y el semestre académico del estudiante

Semestre	1. ¿Usted consume podcast?										Total	
	Nunca		Casi nunca		A veces		Con frecuencia		Siempre		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	0	0.0%	5	2.1%	14	5.8%	5	2.1%	0	0.0%	24	10.0%
2do semestre	2	0.8%	2	0.8%	15	6.3%	3	1.3%	2	0.8%	24	10.0%
3ro semestre	0	0.0%	3	1.3%	16	6.7%	5	2.1%	0	0.0%	24	10.0%
4to semestre	0	0.0%	7	2.9%	11	4.6%	5	2.1%	1	0.4%	24	10.0%
5to semestre	0	0.0%	3	1.3%	18	7.5%	1	0.4%	2	0.8%	24	10.0%
6to semestre	0	0.0%	6	2.5%	15	6.3%	3	1.3%	0	0.0%	24	10.0%
7mo semestre	0	0.0%	2	0.8%	13	5.4%	8	3.3%	1	0.4%	24	10.0%
8vo semestre	3	1.3%	5	2.1%	13	5.4%	3	1.3%	0	0.0%	24	10.0%
9no semestre	1	0.4%	4	1.7%	15	6.3%	4	1.7%	0	0.0%	24	10.0%
10mo semestre	0	0.0%	4	1.7%	14	5.8%	5	2.1%	1	0.4%	24	10.0%
Total	6	2.5%	41	17.1%	144	60.0%	42	17.5%	7	2.9%	240	100.0%

Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

Figura 1.

Resultados del cruce entre si consume podcast y el semestre académico del estudiante



Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

Al momento de analizar los datos presentados sobre el consumo de podcasts de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, se observa que la mayoría de los estudiantes consumen podcasts con una frecuencia moderada. El grupo mayoritario, correspondiente a un 58.8%, señala que consume podcasts "a veces", seguido por un 16.3% que lo hace "con frecuencia" y un 2.5% que responde "siempre". Los estudiantes de los primeros semestres muestran una baja frecuencia de consumo en comparación con los semestres avanzados, aunque no de manera uniforme en todos los casos. Por ejemplo, en el 10° semestre, el 5.8% de los estudiantes consume podcasts "a veces" y un 2.1% lo hace "con frecuencia", mientras que en el 5° semestre solo un 0.4% respondió escuchar podcasts "con frecuencia" o "siempre".

El análisis de estos resultados revela que si existe un consumo de podcasts en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac. No obstante, el consumo de podcasts entre los estudiantes es mayormente ocasional, ya que la mayoría reporta consumirlos solo "a veces". Esto podría estar relacionado con distintos factores tales como la carga académica, la preferencia por otros medios de información o entretenimiento, o la falta de hábito en el consumo

de contenido auditivo. La baja proporción de estudiantes que reportan consumir podcasts "siempre" o "con frecuencia" puede indicar que, aunque este medio es accesible, no ha logrado establecerse como una práctica cotidiana en la vida de los estudiantes de comunicación. Esto abre la posibilidad de que, con mayor promoción de los beneficios del consumo regular de podcasts, como el desarrollo de habilidades auditivas y críticas, más estudiantes puedan adoptar este recurso como parte de su rutina académica o profesional.

Tabla 4.

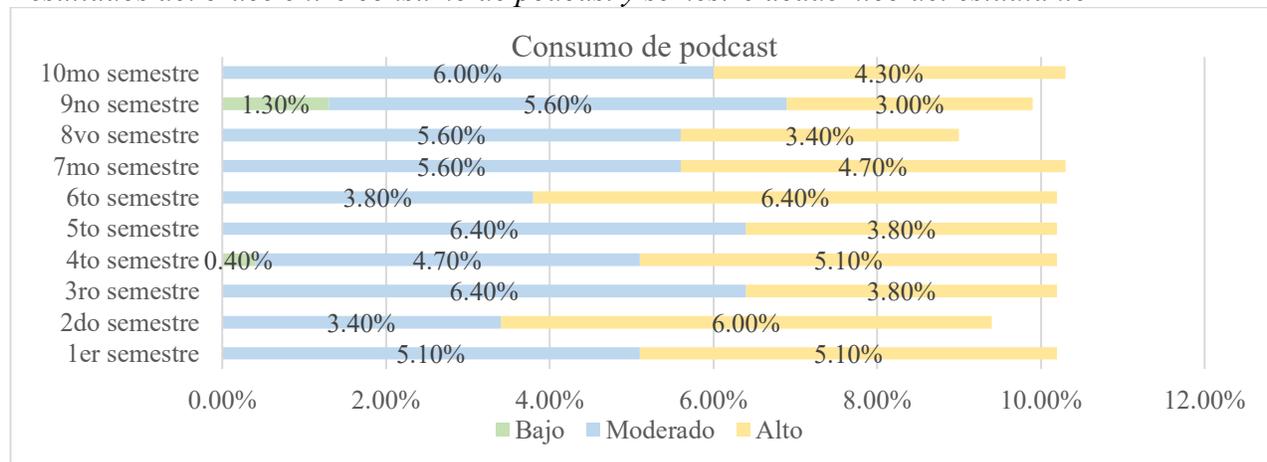
Resultados del cruce entre consumo de podcast y semestre académico del estudiante

Semestre	Consumo de podcast						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	0	0.0%	12	5.1%	12	5.1%	24	10.3%
2do semestre	0	0.0%	8	3.4%	14	6.0%	22	9.4%
3ro semestre	0	0.0%	15	6.4%	9	3.8%	24	10.3%
4to semestre	1	0.4%	11	4.7%	12	5.1%	24	10.3%
5to semestre	0	0.0%	15	6.4%	9	3.8%	24	10.3%
6to semestre	0	0.0%	9	3.8%	15	6.4%	24	10.3%
7mo semestre	0	0.0%	13	5.6%	11	4.7%	24	10.3%
8vo semestre	0	0.0%	13	5.6%	8	3.4%	21	9.0%
9no semestre	3	1.3%	13	5.6%	7	3.0%	23	9.8%
10mo semestre	0	0.0%	14	6.0%	10	4.3%	24	10.3%
Total	4	1.7%	123	52.6%	107	45.7%	234	100.0%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 2

Resultados del cruce entre consumo de podcast y semestre académico del estudiante



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

El análisis de la percepción del consumo de podcasts en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, es expuesto en la tabla y muestra que los estudiantes en general tienen una valoración positiva o regular de los podcasts que consumen. La mayoría, con un 52.6%, considera el consumo de podcast "moderado", mientras que un 45.7% lo evalúa como "alto". Solo un pequeño grupo (1.7%) muestra una percepción "baja". Al desglosar por semestre, se observa que los estudiantes del 6° semestre tienen la proporción más alta de percepciones positivas (6.4%), seguidos por los estudiantes del 2° semestre con un 6.0% en percepción positiva o alta. Por otro lado, el 9° semestre tiene una ligera mayor proporción de percepciones negativas o bajas (1.3%), aunque representa una fracción mínima en el contexto general.

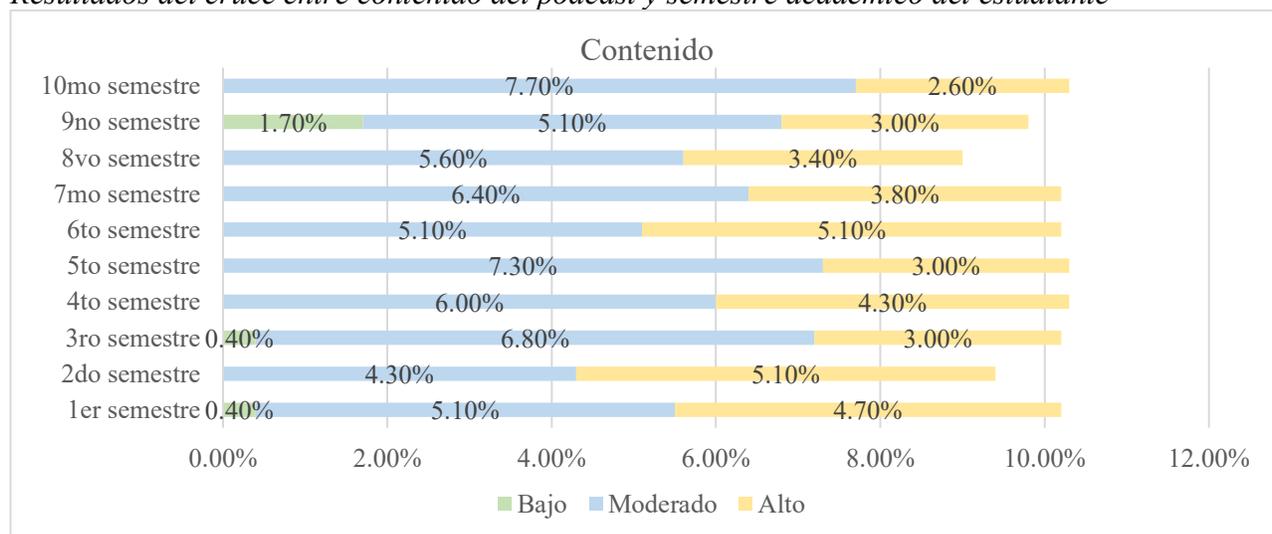
Los resultados indican que, en general, los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac tienen una actitud predominantemente moderada y/o alta hacia el consumo de podcast, con más de la mitad de ellos ubicándose en la categoría "Moderado". Esto sugiere que, aunque los podcasts son consumidos con cierta frecuencia, no generan una impresión profundamente negativa ni positiva en la mayoría de los estudiantes. La leve alza en percepciones bajas o negativas en el 9no semestre podría estar relacionada con factores académicos o personales propios de este periodo, como mayor carga académica o menor tiempo disponible para actividades de ocio, pero en general, los podcasts parecen ser una herramienta de consumo que los estudiantes valoran.

Resultados sobre la dimensión contenido de podcast

El nuevo total de la investigación es de 234 estudiantes, puesto que se descontaron los 6 estudiantes que no consumían podcast en absoluto, por tanto, no existe más información que se pudiese obtener de esas encuestas.

Tabla 5.*Resultados del cruce entre contenido del podcast y semestre académico del estudiante*

Semestre	Contenido						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	1	0.4%	12	5.1%	11	4.7%	24	10.3%
2do semestre	0	0.0%	10	4.3%	12	5.1%	22	9.4%
3ro semestre	1	0.4%	16	6.8%	7	3.0%	24	10.3%
4to semestre	0	0.0%	14	6.0%	10	4.3%	24	10.3%
5to semestre	0	0.0%	17	7.3%	7	3.0%	24	10.3%
6to semestre	0	0.0%	12	5.1%	12	5.1%	24	10.3%
7mo semestre	0	0.0%	15	6.4%	9	3.8%	24	10.3%
8vo semestre	0	0.0%	13	5.6%	8	3.4%	21	9.0%
9no semestre	4	1.7%	12	5.1%	7	3.0%	23	9.8%
10mo semestre	0	0.0%	18	7.7%	6	2.6%	24	10.3%
Total	6	2.6%	139	59.4%	89	38.0%	234	100.0%

Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.***Figura 3.***Resultados del cruce entre contenido del podcast y semestre académico del estudiante***Nota:** *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

En la percepción del contenido de los podcasts, la mayor parte de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación califica al consumo de podcast como "Moderado", con un 59.4% de respuestas en esta categoría. El 38.0% de los estudiantes valoran el contenido de los podcasts de manera "Alto", mientras que un reducido 2.6% lo cataloga como "Bajo", teniendo una opinión negativa. Desglosando por semestre, el 10° semestre presenta la mayor

proporción de opiniones “Moderadas” (7.7%), lo que sugiere un enfoque crítico hacia el contenido en los estudiantes de semestres superiores. Los estudiantes del 2° y 6° semestre muestran una valoración más equilibrada entre opiniones "Moderadas" y "Altas" con 5.1% cada uno en "Altas". Por otro lado, el 9° semestre destaca con el mayor porcentaje de opiniones negativas (1.7%), aunque en general, estas opiniones son mínimas.

La mayoría de los estudiantes considera que el contenido de los podcasts que consumen es útil, pero no extraordinario, como se refleja en la predominancia de respuestas "Moderadas" (59.40%). Los estudiantes valoran el aprendizaje de temas nuevos y el uso de podcasts como entretenimiento o apoyo académico, pero este último no parece ser el contenido predominante o un aspecto particularmente sobresaliente en sus vidas, ya que solo un 38.00% lo califica como excelente. Las percepciones varían ligeramente entre semestres, pero en general, los estudiantes utilizan los podcasts como una herramienta adicional de aprendizaje y entretenimiento, sin que estos lleguen a persuadir significativamente su opinión o comportamiento.

Tabla 6.

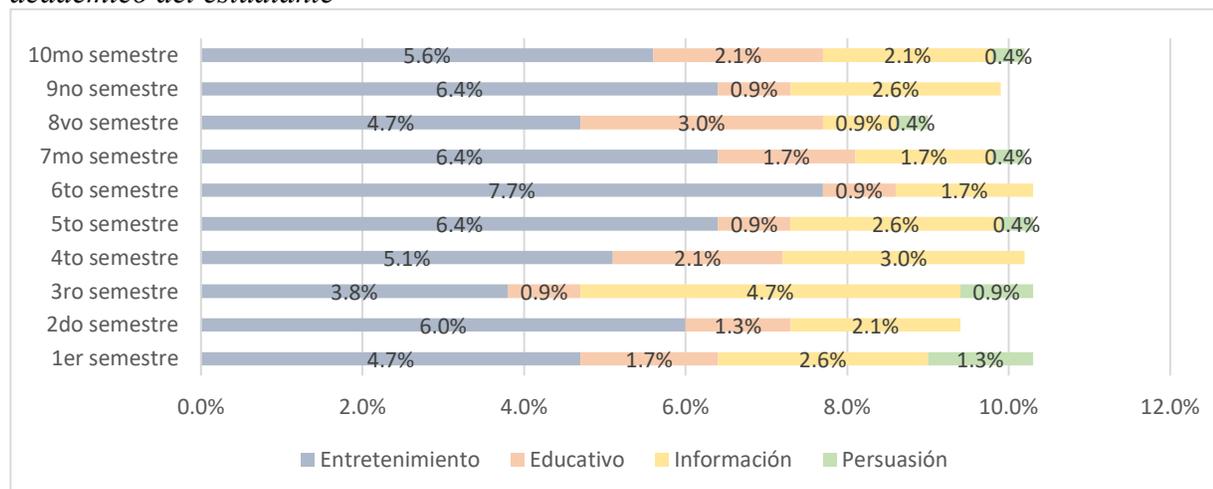
Resultados del cruce entre el tipo de contenido de podcast que consume más y el semestre académico del estudiante

Semestre	2. ¿Qué tipo de contenido de podcast consume más?								Total	
	Entretenimiento		Educativo		Información		Persuasión		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	11	4.7%	4	1.7%	6	2.6%	3	1.3%	24	10.3%
2do semestre	14	6.0%	3	1.3%	5	2.1%	0	0.0%	22	9.4%
3ro semestre	9	3.8%	2	0.9%	11	4.7%	2	0.9%	24	10.3%
4to semestre	12	5.1%	5	2.1%	7	3.0%	0	0.0%	24	10.3%
5to semestre	15	6.4%	2	0.9%	6	2.6%	1	0.4%	24	10.3%
6to semestre	18	7.7%	2	0.9%	4	1.7%	0	0.0%	24	10.3%
7mo semestre	15	6.4%	4	1.7%	4	1.7%	1	0.4%	24	10.3%
8vo semestre	11	4.7%	7	3.0%	2	0.9%	1	0.4%	21	9.0%
9no semestre	15	6.4%	2	0.9%	6	2.6%	0	0.0%	23	9.8%
10mo semestre	13	5.6%	5	2.1%	5	2.1%	1	0.4%	24	10.3%
Total	133	56.8%	36	15.4%	56	23.9%	9	3.8%	234	100.0%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 4.

Resultados del cruce entre el tipo de contenido de podcast que consume más y el semestre académico del estudiante



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

En esta tabla sobre el tipo de contenido de podcast más consumido por los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, se evidencia que el contenido más consumido es el de entretenimiento, con un 56.8% de los estudiantes eligiendo este tipo de podcast. Le siguen los podcasts de información, con un 23.9% y, los de contenido educativo, con un 15.4%. El contenido persuasivo es el menos consumido, con apenas un 3.8%. No se observan diferencias significativas entre los distintos semestres en cuanto a las preferencias de contenido, ya que en todos los niveles el contenido de entretenimiento prevalece, seguido por la información y el contenido educativo.

Estos resultados reflejan una preferencia predominante de los estudiantes por los podcasts de entretenimiento, lo cual podría estar relacionado con la búsqueda de distracción y ocio, además del posible uso de estos podcasts como una forma accesible de consumir contenido ligero. El alto porcentaje de consumo de podcasts de información indica que los estudiantes también utilizan este formato para mantenerse actualizados en temas de interés. La menor preferencia por los podcasts educativos y persuasivos sugiere que los estudiantes aún no ven este medio como una fuente primaria para la fomentación de la educación o para la formación de opiniones, lo que abre la

posibilidad de promover estos formatos dentro del ámbito académico, destacando su potencial como herramienta pedagógica y de formación crítica.

Tabla 7.

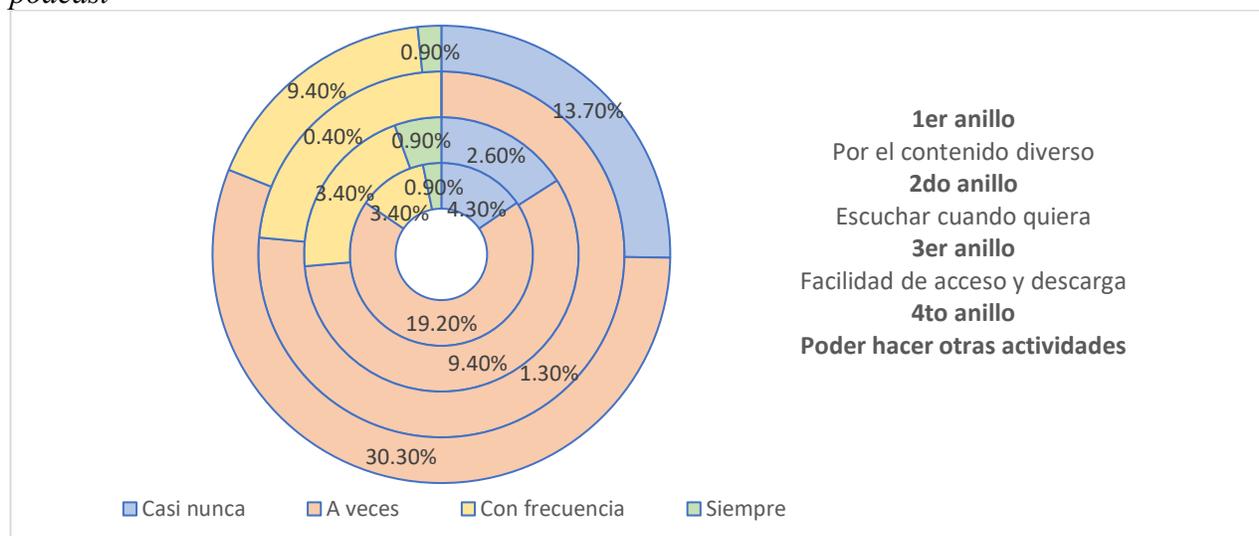
Resultados del cruce entre el grado de consumo de podcast y el motivo del porque escucha podcast

1. ¿Usted consume podcast?	3. ¿Por qué comenzó a escuchar podcast?								Total	
	Por el contenido diverso		Libertad de escuchar cómo, cuándo y dónde quiera		Facilidad de acceso y descarga		Poder hacer otras actividades mientras lo escucho			
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Casi nunca	10	4.30%	6	2.60%	0	0.00%	32	13.70%	48	20.50%
A veces	45	19.20%	22	9.40%	3	1.30%	71	30.30%	141	60.30%
Con frecuencia	8	3.40%	8	3.40%	1	0.40%	22	9.40%	39	16.70%
Siempre	2	0.90%	2	0.90%	0	0.00%	2	0.90%	6	2.60%
Total	65	27.80%	38	16.20%	4	1.70%	127	54.30%	234	100.00%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 5.

Resultados del cruce entre el grado de consumo de podcast y el motivo del porque escucha podcast



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

En esta tabla que analiza los motivos por los cuales los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación comenzaron a escuchar podcasts, se observa que la razón principal es la posibilidad de realizar otras actividades mientras lo escuchan, con un 54.3% del total de respuestas. Le siguen el interés en el contenido diverso con un 27.8% y la libertad de escuchar en cualquier momento y lugar, con un 16.2%. La facilidad de acceso y descarga fue el motivo menos

mencionado, con solo un 1.7%. Los estudiantes que escuchan podcasts "a veces" son el grupo que más se identifica con estos motivos, mientras que aquellos que los escuchan "siempre" o "con frecuencia" representan porcentajes más bajos.

Estos resultados indican que los estudiantes valoran los podcasts por su versatilidad y facilidad de integración en la vida cotidiana, ya que les permite realizar múltiples actividades mientras consumen contenido, siendo esta una característica del podcast. Esto refleja una tendencia hacia el consumo de medios que se ajustan a los estilos de vida multitarea y las agendas ocupadas de los estudiantes. Además, el interés en la diversidad de contenido sugiere que los podcasts ofrecen un formato atractivo y variado que se adapta a distintos intereses y temas, lo cual es importante para los estudiantes de ciencias de la comunicación, quienes están constantemente expuestos a diferentes formas de contenido mediático. La baja importancia otorgada a la facilidad de acceso y descarga sugiere que este factor ya no es visto como un desafío, posiblemente debido a la generalizada disponibilidad de plataformas accesibles para escuchar podcasts.

Resultados sobre la dimensión técnica del podcast

Tabla 8.

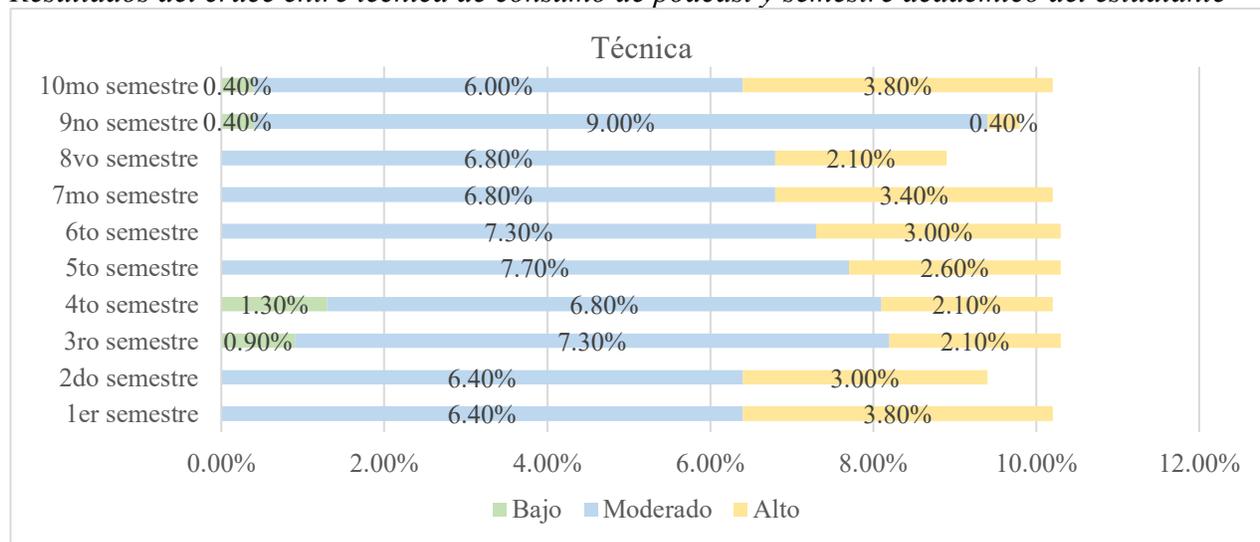
Resultados del cruce entre técnica de consumo de podcast y semestre académico del estudiante

Semestre	Técnica						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	0	0.0%	15	6.4%	9	3.8%	24	10.3%
2do semestre	0	0.0%	15	6.4%	7	3.0%	22	9.4%
3ro semestre	2	0.9%	17	7.3%	5	2.1%	24	10.3%
4to semestre	3	1.3%	16	6.8%	5	2.1%	24	10.3%
5to semestre	0	0.0%	18	7.7%	6	2.6%	24	10.3%
6to semestre	0	0.0%	17	7.3%	7	3.0%	24	10.3%
7mo semestre	0	0.0%	16	6.8%	8	3.4%	24	10.3%
8vo semestre	0	0.0%	16	6.8%	5	2.1%	21	9.0%
9no semestre	1	0.4%	21	9.0%	1	0.4%	23	9.8%
10mo semestre	1	0.4%	14	6.0%	9	3.8%	24	10.3%
Total	7	3.0%	165	70.5%	62	26.5%	234	100.0%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 6.

Resultados del cruce entre técnica de consumo de podcast y semestre académico del estudiante



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

La tabla muestra la valoración de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, de acuerdo a la técnica del podcast, según sus semestres académicos. En general, un 70.50% de los estudiantes, son considerados en la categoría “Moderado”, mientras que un 26.50% pertenecen a la categoría “Alto” y solo un 3.00% a la categoría “Bajo”. Destacan los estudiantes de 5to semestre, con un 8.10% dentro de la categoría “Moderado”, y los del 9no semestre, que tienen el porcentaje más alto dentro de la categoría “Moderado” (9.00%) y el menor de "Alto" (0.40%).

La mayor parte de los estudiantes dominan la categoría “Moderado” (70.50%), lo que sugiere que los estudiantes que se sienten un tanto atraídos por la narración de un podcast, son capaces de ver el podcast tanto como solo escucharlo, y que pueden ver el formato Screencast sin que sea el formato de su preferencia. Mientras tanto, solo un 26.50% se sienten positivamente atraídos por la forma de narración de un podcast, además que prefieren poder ver un podcast más que solo escucharlo y, por lo mismo, tienen preferencia hacia el formato Screencast. Las valoraciones “Bajas”

son mínimas (3.00%), lo que sugiere que los estudiantes no sienten que la narración sea un factor influyente del podcast y que prefieren escuchar el podcast más que verlo.

De esta manera, y entendiendo que la categoría “Moderado” domina la opinión popular, podemos entender que, la mayor parte de los estudiantes encuentran inicialmente llamativa la narración de los podcasts, por lo que podríamos entender que un podcast con buena narración podría ser más atractivo para ellos, además que consumen tanto podcast en formato de audio como en video.

Tabla 9.

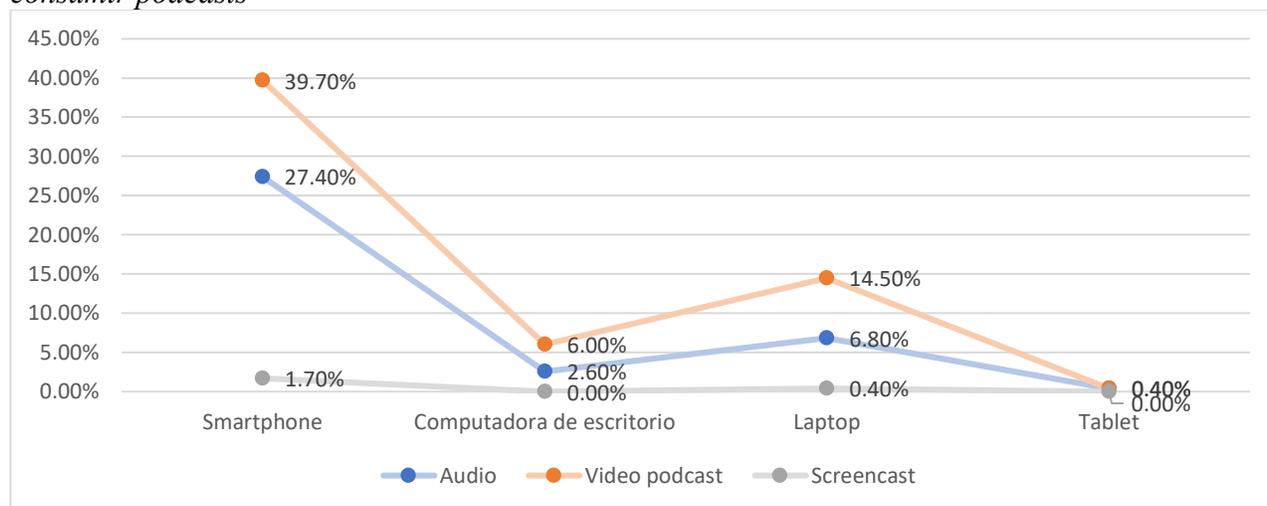
Resultados del cruce entre la técnica de podcast que consume más y el dispositivo que utiliza para consumir podcasts

4. ¿Qué dispositivo utiliza más para consumir podcast?	5. ¿Cuál de las siguientes técnicas de podcast consume más?						Total	
	Audio		Video podcast		Screencast		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
Smartphone	64	27.40%	93	39.70%	4	1.70%	161	68.80%
Computadora de escritorio	6	2.60%	14	6.00%	0	0.00%	20	8.50%
Laptop	16	6.80%	34	14.50%	1	0.40%	51	21.80%
Tablet	1	0.40%	1	0.40%	0	0.00%	2	0.90%
Total	87	37.20%	142	60.70%	5	2.10%	234	100.00%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 7.

Resultados del cruce entre la técnica de podcast que consume más y el dispositivo que utiliza para consumir podcasts



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

La tabla presenta los dispositivos que los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación utilizan más para consumir distintos tipos de podcast. Se observa que el Smartphone es el dispositivo más utilizado, con un 68.8% del total de los casos, especialmente para el consumo de video podcasts (39.7%). Le sigue la Laptop con un 21.8%, destacando también en el consumo de video podcasts (14.5%). La computadora de escritorio tiene una participación mucho menor, con un 8.5% del total, siendo utilizada mayormente para consumir video podcasts (6%). Por último, las tablets son el dispositivo menos utilizado, con solo un 0.9% del total de estudiantes.

Estos resultados sugieren que el Smartphone es el dispositivo preferido por los estudiantes para consumir tanto audio como video podcasts, debido a su portabilidad y conveniencia. El alto porcentaje en el consumo de video podcasts podría estar relacionado con el creciente interés en el contenido visual y la necesidad de tener acceso a formatos multimedia desde cualquier lugar, además que plataformas visuales como YouTube son gratuitas. La laptop, aunque menos utilizada que el Smartphone, se posiciona como el segundo dispositivo preferido, lo que puede deberse a su versatilidad para realizar múltiples tareas, especialmente en un entorno académico y también a su portabilidad. En contraste, el uso bajo de computadoras de escritorio y tablets sugiere que estos dispositivos son menos relevantes para el consumo de contenido en formato podcast, podría ser por cuestiones de accesibilidad o conveniencia. La prevalencia del video podcast sobre el audio simple puede indicar que los estudiantes prefieren contenido más dinámico e interactivo.

Tabla 10.

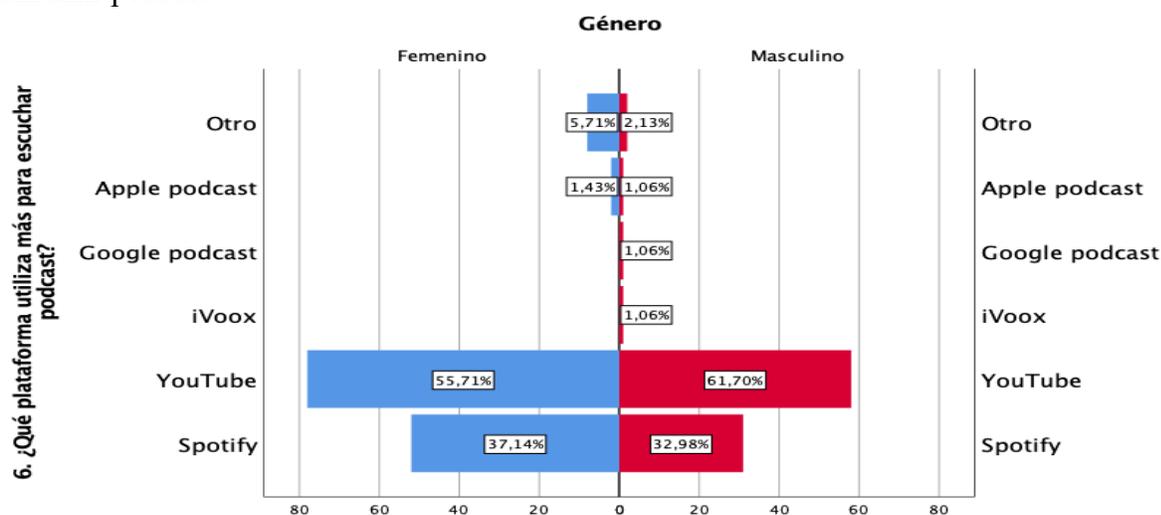
Resultados del cruce entre la técnica de podcast que consume más y el dispositivo que utiliza para consumir podcasts

6. ¿Qué plataforma utiliza más para escuchar podcasts?														
Género	Spotify		YouTube		iVoox		Google podcast		Apple podcast		Otro		Total	
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Femenino	52	22.20%	78	33.30%	0	0.00%	0	0.00%	2	0.90%	8	3.40%	140	59.80%
Masculino	31	13.20%	58	24.80%	1	0.40%	1	0.40%	1	0.40%	2	0.90%	94	40.20%
Total	83	35.50%	136	58.10%	1	0.40%	1	0.40%	3	1.30%	10	4.30%	234	100.00%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 8.

Resultados del cruce entre la técnica de podcast que consume más y el dispositivo que utiliza para consumir podcast



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

La tabla muestra las plataformas más utilizadas por los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación para escuchar podcasts, desagregadas por género. Los resultados indican que YouTube es la plataforma más popular, siendo utilizada por el 58.1% de los encuestados, con una mayor representación en el grupo femenino (33.3%) en comparación con el masculino (24.8%). Spotify es la segunda plataforma más utilizada, representando el 35.5% del total, también con una preferencia más alta en las mujeres (22.2% frente al 13.2% en hombres). Otras plataformas

como iVoox, Google Podcast, y Apple Podcast tienen una presencia mínima, sumando apenas 2.1% en conjunto, mientras que otros servicios alcanzan un 4.3% del total de respuestas.

El predominio de YouTube como plataforma principal para escuchar podcasts puede estar relacionado con su formato accesible y familiar, ya que los estudiantes suelen estar acostumbrados a utilizar esta plataforma para diferentes tipos de contenido audiovisual. Este resultado haría sentido con el resultado anterior que señala la preferencia de los contenidos emitidos en video. El segundo lugar ocupado por Spotify refleja su popularidad como una plataforma especializada en audio, lo cual la hace atractiva para quienes prefieren consumir contenido en formato exclusivamente sonoro. Las plataformas más especializadas en podcasts como iVoox, Google Podcast y Apple Podcast tienen poca relevancia entre los estudiantes, posiblemente por falta de familiaridad o porque no ofrecen las mismas funcionalidades multimedia que las plataformas líderes. Es notable que tanto hombres como mujeres prefieren principalmente YouTube y Spotify, aunque las mujeres muestran un uso más elevado de ambas.

Resultados sobre la dimensión dinámica del podcast

Tabla 11.

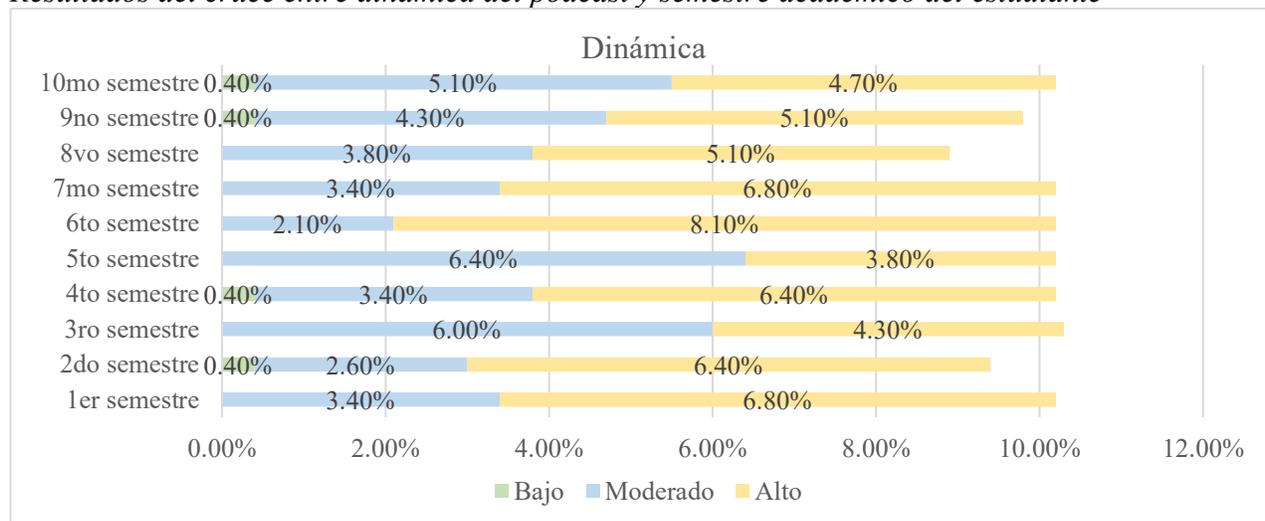
Resultados del cruce entre dinámica del podcast y semestre académico del estudiante

Semestre	Dinámica						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	0	0.0%	8	3.4%	16	6.8%	24	10.3%
2do semestre	1	0.4%	6	2.6%	15	6.4%	22	9.4%
3ro semestre	0	0.0%	14	6.0%	10	4.3%	24	10.3%
4to semestre	1	0.4%	8	3.4%	15	6.4%	24	10.3%
5to semestre	0	0.0%	15	6.4%	9	3.8%	24	10.3%
6to semestre	0	0.0%	5	2.1%	19	8.1%	24	10.3%
7mo semestre	0	0.0%	8	3.4%	16	6.8%	24	10.3%
8vo semestre	0	0.0%	9	3.8%	12	5.1%	21	9.0%
9no semestre	1	0.4%	10	4.3%	12	5.1%	23	9.8%
10mo semestre	1	0.4%	12	5.1%	11	4.7%	24	10.3%
Total	4	1.7%	95	40.6%	135	57.7%	234	100.0%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 9.

Resultados del cruce entre dinámica del podcast y semestre académico del estudiante



Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

La tabla refleja cómo los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac valoran la dinámica de los podcasts, diferenciada en "Bajo", "Moderado" y "Alto". Un 1.70% de los estudiantes pertenecerían a la categoría "Baja", un 40.60% es considerado dentro de la categoría "Moderada" y un 57.70% estaría dentro de la categoría "Alta" lo que sugiere una buena aceptación del formato y la interacción entre los participantes en los podcasts. Los estudiantes de 6to semestre destacan por tener el mayor porcentaje de respuestas dentro de la categoría "Alta" (7.70%), mientras que los estudiantes de 9no y 10mo semestre presentan mayor porcentaje de respuestas dentro de la categoría "Moderada" (5.10%).

La mayor parte de los estudiantes valoran positivamente la dinámica de los podcasts, lo que indica que los estudiantes prefieren escuchar más de una voz en los podcasts y sienten preferencia hacia los podcasts que tienen invitados, pues mientras más opiniones tenga un podcast, más enriquecido es su contenido. Esto es consistente con la preferencia de los estudiantes por escuchar múltiples voces y opiniones diversas, ya que un 57.70% consideran que la variedad de personas dentro de un podcast hace la dinámica interesante y provechosa.

Sin embargo, un 40.60% evalúa la dinámica como "Moderada", lo que sugiere que, aunque la interacción es apreciada, todavía hay margen para mejorar la forma en que se presentan las opiniones o se dinamiza el contenido. Las valoraciones "Bajas" son mínimas (1.70%), lo que refleja que la cantidad de estudiantes que prefiere escuchar una sola voz en un podcast, también es mínima.

Tabla 12.

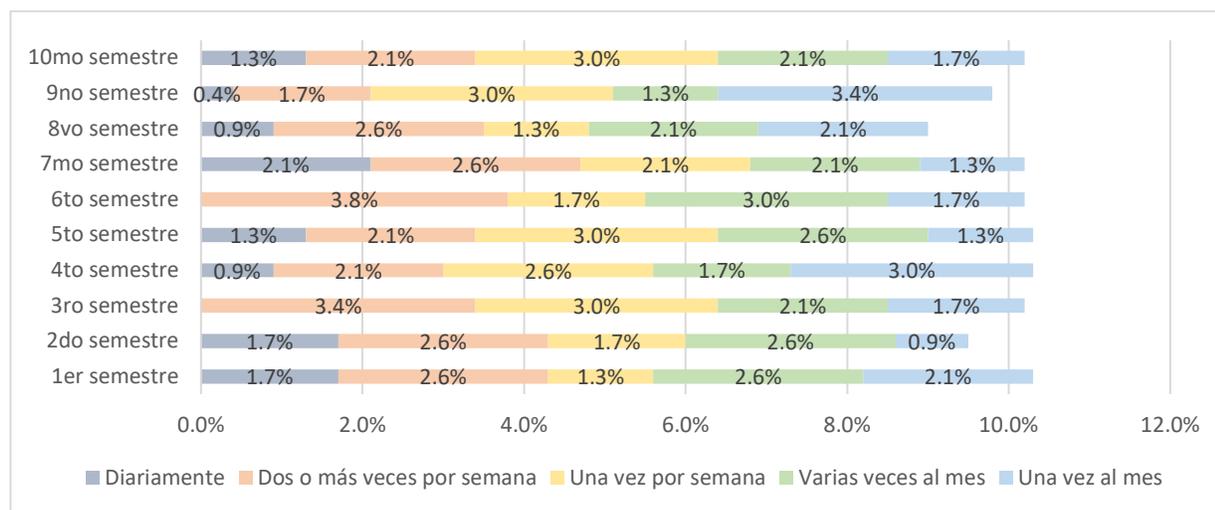
Resultados del cruce entre la frecuencia de escuchar podcast y semestre académico del estudiante

Semestre	8. ¿Con qué frecuencia escucha podcast?										Total	
	Diariamente		Dos o más veces por semana		Una vez por semana		Varias veces al mes		Una vez al mes		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	4	1.7%	6	2.6%	3	1.3%	6	2.6%	5	2.1%	24	10.3%
2do semestre	4	1.7%	6	2.6%	4	1.7%	6	2.6%	2	0.9%	22	9.4%
3ro semestre	0	0.0%	8	3.4%	7	3.0%	5	2.1%	4	1.7%	24	10.3%
4to semestre	2	0.9%	5	2.1%	6	2.6%	4	1.7%	7	3.0%	24	10.3%
5to semestre	3	1.3%	5	2.1%	7	3.0%	6	2.6%	3	1.3%	24	10.3%
6to semestre	0	0.0%	9	3.8%	4	1.7%	7	3.0%	4	1.7%	24	10.3%
7mo semestre	5	2.1%	6	2.6%	5	2.1%	5	2.1%	3	1.3%	24	10.3%
8vo semestre	2	0.9%	6	2.6%	3	1.3%	5	2.1%	5	2.1%	21	9.0%
9no semestre	1	0.4%	4	1.7%	7	3.0%	3	1.3%	8	3.4%	23	9.8%
10mo semestre	3	1.3%	5	2.1%	7	3.0%	5	2.1%	4	1.7%	24	10.3%
Total	24	10.3%	60	25.6%	53	22.6%	52	22.2%	45	19.2%	234	100.0%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 10.

Resultados del cruce entre la frecuencia de escuchar podcast y semestre académico del estudiante



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

La tabla refleja la frecuencia con la que los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac escuchan podcasts, segmentada por semestre. El 25.6% de los estudiantes escucha podcasts dos o más veces por semana, lo que representa la mayor frecuencia de escucha. El 22.6% lo hace una vez por semana y el 22.2% escucha podcasts varias veces al mes. Un 19.2% escucha podcasts una vez al mes, mientras que solo un 10.3% lo hace diariamente. Estos porcentajes están distribuidos de manera relativamente uniforme entre los semestres, con algunas variaciones, como en el 3er semestre, donde ningún estudiante escucha podcasts diariamente.

La mayoría de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación escucha podcasts de manera regular, con una inclinación hacia frecuencias de consumo que van de una a dos o más veces por semana. Esto sugiere que el podcasting es una actividad incorporada en la rutina de muchos estudiantes, lo que podría estar relacionado con su flexibilidad y facilidad de acceso. El bajo porcentaje de estudiantes que escucha podcasts diariamente (10.3%) indica que, aunque es una práctica común, no ha alcanzado el nivel de una rutina y/o parte de una actividad diaria para la mayoría. La variabilidad entre semestres es mínima, lo que sugiere que la escucha de podcasts no está particularmente influenciada por el avance académico, sino que es más bien una preferencia personal.

Tabla 13.

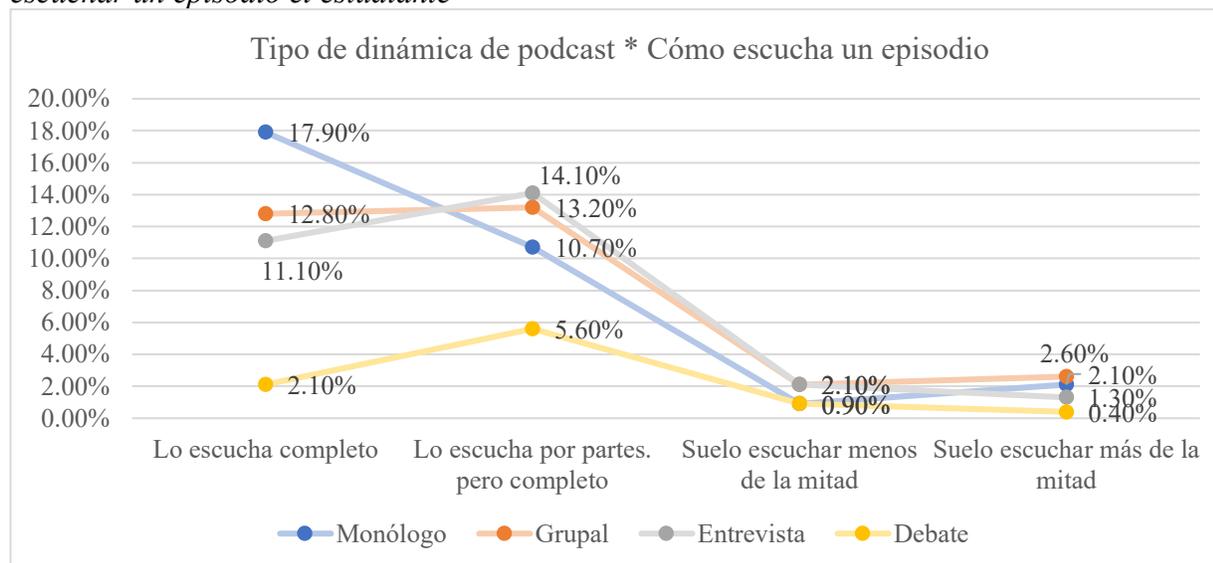
Resultados del cruce entre el tipo de dinámica de podcast que consume más y cómo suele escuchar un episodio el estudiante

10. ¿Cómo suele escuchar un episodio?	7. ¿Qué tipo de dinámica de podcast consume más?								Total	
	Monólogo		Grupal		Entrevista		Debate		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
Lo escucha completo	42	17.90%	30	12.80%	26	11.10%	5	2.10%	103	44.00%
Lo escucha por partes. pero completo	25	10.70%	31	13.20%	33	14.10%	13	5.60%	102	43.60%
Suelo escuchar menos de la mitad	2	0.90%	5	2.10%	5	2.10%	2	0.90%	14	6.00%
Suelo escuchar más de la mitad	5	2.10%	6	2.60%	3	1.30%	1	0.40%	15	6.40%
Total	74	31.60%	72	30.80%	67	28.60%	21	9.00%	234	100.00%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 11.

Resultados del cruce entre el tipo de dinámica de podcast que consume más y cómo suele escuchar un episodio el estudiante



Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

La tabla muestra los tipos de dinámicas de podcast que los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación consumen más, cruzados con cómo suelen escuchar un episodio. Los datos indican que el 44.0% de los estudiantes escucha los episodios completos, siendo las dinámicas más consumidas en este formato el monólogo (17.9%) y la dinámica grupal (12.8%). El 43.6% prefiere escuchar los episodios por partes, pero completos, destacando el consumo de entrevistas (14.1%) y dinámicas grupales (13.2%). Solo un 6.0% escucha menos de la mitad de los episodios y un 6.4% escucha más de la mitad. Además, las dinámicas que incluyen a más de una voz de manera conjunta, conforman el 68.4% de los oyentes, mientras que solo un 31.6% prefiere los monólogos.

La mayoría de los estudiantes consume podcasts completos, ya sea de manera continua o por partes, lo que indica que invierten tiempo en seguir los episodios completos en sus diferentes formatos. La dinámica de monólogo es la más popular para quienes escuchan episodios enteros, mientras que las entrevistas son las más consumidas por quienes escuchan los episodios en partes.

Esto sugiere que las preferencias por el formato varían, pero en general hay un compromiso por escuchar el contenido completo. Las dinámicas de debate son menos populares en todos los formatos de escucha, lo que indica que este tipo de contenido tiene una audiencia más limitada. Hay que añadir también que, las dinámicas que incluyen a más de una voz son más populares entre los estudiantes que los monólogos.

Tabla 14.

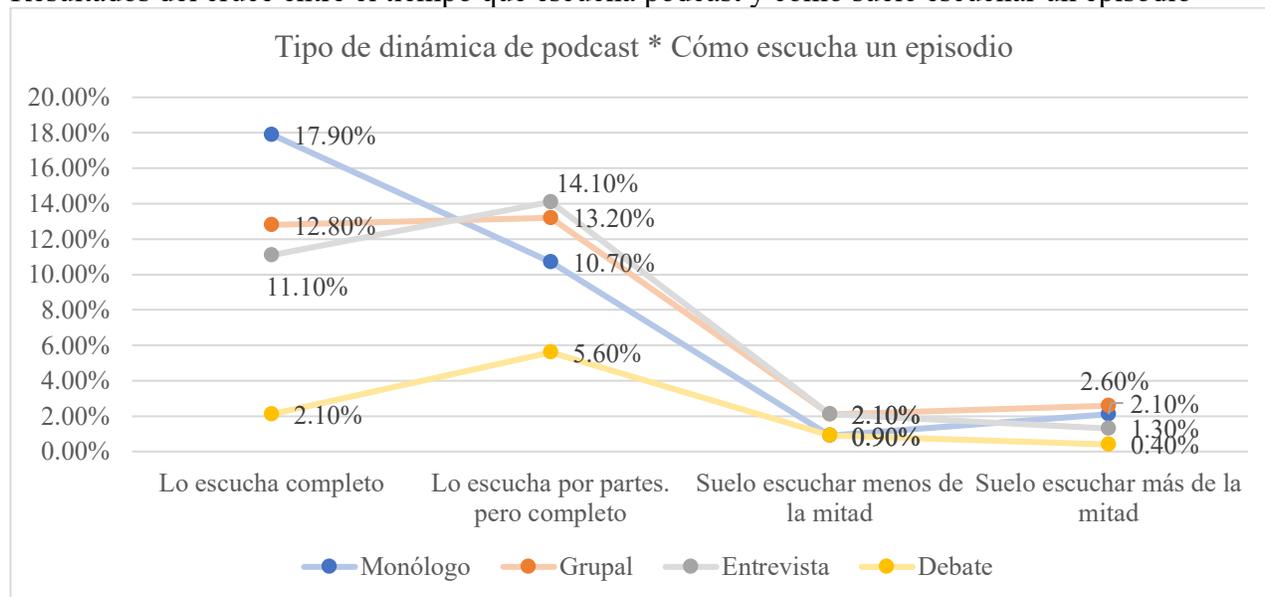
Resultados del cruce entre el tiempo que escucha podcast y cómo suele escuchar un episodio

10. ¿Cómo suele escuchar un episodio?	9. Cuando usted escucha un podcast, ¿cuánto tiempo suele escucharlo?								Total	
	Menos de 15 minutos		Entre 15 y 30 minutos		Entre 45 y 60 minutos		Más de una hora		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
Lo escucha completo	14	6.00%	45	19.20%	26	11.10%	18	7.70%	103	44.00%
Lo escucha por partes, pero completo	23	9.80%	52	22.20%	16	6.80%	11	4.70%	102	43.60%
Suelo escuchar menos de la mitad	9	3.80%	5	2.10%	0	0.00%	0	0.00%	14	6.00%
Suelo escuchar más de la mitad	2	0.90%	6	2.60%	5	2.10%	2	0.90%	15	6.40%
Total	48	20.50%	108	46.20%	47	20.10%	31	13.20%	234	100.00%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 12.

Resultados del cruce entre el tiempo que escucha podcast y cómo suele escuchar un episodio



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

La tabla muestra los tiempos de escucha de podcast por parte de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, cruzados con la manera en la que suelen escuchar un episodio. Un 44.0% de los estudiantes escucha los episodios completos ininterrumpidos, destacándose aquellos que los escuchan entre 15 y 30 minutos (19.2%) y entre 45 y 60 minutos (11.1%). Un 43.6% de los estudiantes escucha los episodios por partes, pero completos, con una mayor preferencia también por episodios de entre 15 y 30 minutos (22.2%). Solo un 6.0% escucha menos de la mitad de un episodio, y el 6.4% escucha más de la mitad, siendo menor el tiempo invertido en estos casos.

Podemos observar que, la mayoría de los estudiantes prefiere escuchar episodios de podcast que duren entre 15 y 30 minutos, ya sea en una sola sesión o por partes. Este formato de duración parece ser el más accesible para la mayoría, ya que también es donde se concentran los que consumen episodios completos o por partes. Sin embargo, los episodios más largos, de más de una hora, tienen una audiencia más reducida, lo que sugiere que un menor número de estudiantes tiene el tiempo o el interés para seguir episodios de larga duración. Esto ofrece información valiosa para la producción de contenido orientado a este grupo, sugiriendo que episodios más concisos y con duración intermedia podrían captar mejor su atención.

Tabla 15.

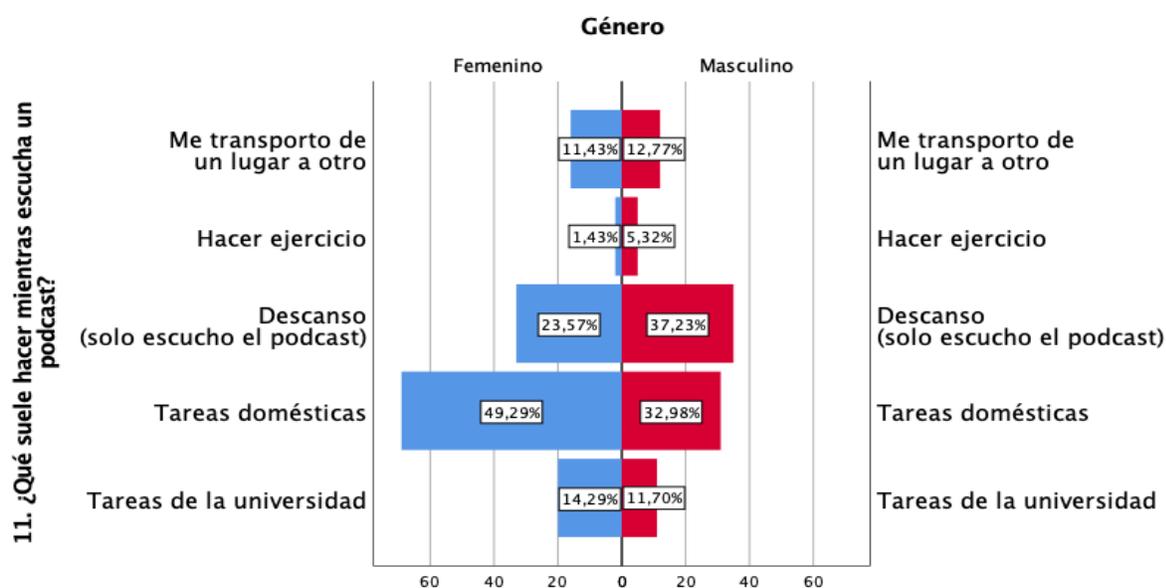
Resultados del cruce entre el tiempo que escucha podcast y cómo suele escuchar un episodio

11. ¿Qué suele hacer mientras escucha un podcast?												
Género	Tareas de la universidad		Tareas domésticas		Descanso (solo escucho el podcast)		Hacer ejercicio		Me transporto de un lugar a otro		Total	
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Femenino	20	8.50%	69	29.50%	33	14.10%	2	0.90%	16	6.80%	140	59.80%
Masculino	11	4.70%	31	13.20%	35	15.00%	5	2.10%	12	5.10%	94	40.20%
Total	31	13.20%	100	42.70%	68	29.10%	7	3.00%	28	12.00%	234	100.00%

Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

Figura 13.

Resultados del cruce entre el tiempo que escucha podcast y cómo suele escuchar un episodio



Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

La tabla muestra las actividades que los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación suelen realizar mientras escuchan un podcast, divididas por género. Las tareas domésticas son la actividad predominante, con un 42.7% del total de estudiantes que las realizan mientras escuchan un podcast. Esta tendencia es más marcada entre las mujeres (29.5%) que entre los hombres (13.2%). El descanso (solo escuchar el podcast) es la segunda actividad más común con un 29.1%, y está bastante equilibrado entre mujeres (14.1%) y hombres (15.0%). En cuanto a hacer ejercicio y transportarse de un lugar a otro, estos hábitos son menos comunes, con un 3.0% y 12.0% respectivamente, siendo realizados por una minoría.

La mayoría de los estudiantes aprovecha la versatilidad del formato podcast para combinarlo con otras actividades. Las tareas domésticas destacan como la actividad más frecuente mientras escuchan, especialmente entre las mujeres, lo que sugiere que los podcasts son vistos como una opción ideal para acompañar actividades cotidianas. Un número considerable de estudiantes también

elige descansar mientras escucha, demostrando que el formato es utilizado tanto para momentos de relajación como para multitareas. Las actividades físicas, como el ejercicio, tienen una menor representación, lo que podría indicar que, o los estudiantes podrían preferir otro tipo de medios durante esos momentos, o el ejercicio no es una actividad prioritaria en la cotidianidad de la mayor parte de los estudiantes. Los resultados sugieren que los podcasts que tratan temas ligeros y fáciles de seguir podrían ser más adecuados para acompañar estas actividades que no necesitan un flujo de concentración alto.

5.2.2. Resultados de la variable análisis crítico del contenido

La segunda parte de esta investigación se centró en el análisis crítico del contenido de los podcasts consumidos por parte de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac.

Tabla 16.

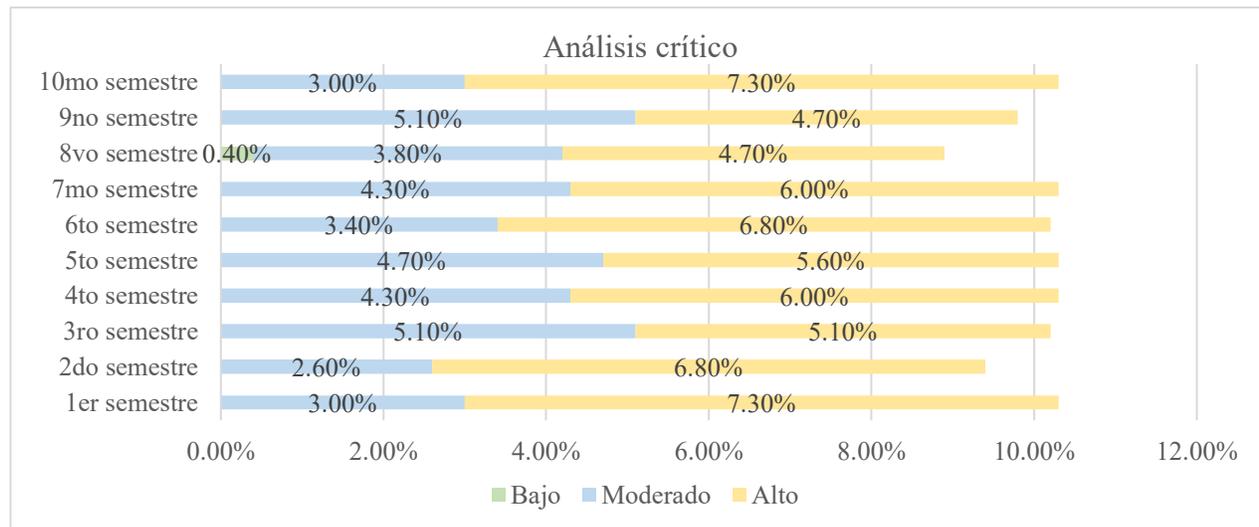
Resultados del cruce entre análisis crítico y semestre académico del estudiante

Semestre	Análisis crítico						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	0	0.0%	7	3.0%	17	7.3%	24	10.3%
2do semestre	0	0.0%	6	2.6%	16	6.8%	22	9.4%
3ro semestre	0	0.0%	12	5.1%	12	5.1%	24	10.3%
4to semestre	0	0.0%	10	4.3%	14	6.0%	24	10.3%
5to semestre	0	0.0%	11	4.7%	13	5.6%	24	10.3%
6to semestre	0	0.0%	8	3.4%	16	6.8%	24	10.3%
7mo semestre	0	0.0%	10	4.3%	14	6.0%	24	10.3%
8vo semestre	1	0.4%	9	3.8%	11	4.7%	21	9.0%
9no semestre	0	0.0%	12	5.1%	11	4.7%	23	9.8%
10mo semestre	0	0.0%	7	3.0%	17	7.3%	24	10.3%
Total	1	0.4%	92	39.3%	141	60.3%	234	100.0%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 14.

Resultados del cruce entre análisis crítico y semestre académico del estudiante



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

La tabla muestra la percepción de los estudiantes sobre su capacidad de análisis crítico en relación con el consumo de podcasts. La mayoría de los estudiantes (60.30%) considera que su análisis crítico es "Alto", lo que indica una alta confianza en su capacidad para argumentar, plantear hipótesis y resolver problemas complejos. Un 39.30% lo califica como "Moderado", mientras que solo el 0.40% lo ve como "Bajo". El 1er y 10mo semestre muestra el mayor porcentaje de valoraciones "Altas" (7.30%), mientras que el 8vo semestre tiene la única valoración "Baja" (0.40%).

El alto porcentaje de respuestas "Altas" (60.30%) refleja que los estudiantes consideran que sus habilidades de análisis crítico están bien desarrolladas con respecto a su consumo de podcasts, permitiéndoles entender su contenido y a su vez, argumentar de manera coherente al respecto. Sin embargo, un 39.30% de estudiantes evalúan como "Moderada" a su capacidad de análisis crítico, lo que sugiere que, aunque reconocen cierta mejora en su capacidad analítica, no la consideran suficientemente fortalecida o efectiva. Las respuestas "Bajas" son escasas (0.40%), lo que indica que casi todos los estudiantes consideran que pueden entender los podcasts que consumen y estos,

a su vez, podrían ayudarles a desarrollar, en alguna medida, su capacidad crítica. Este resultado sugiere que el uso de podcasts, visto desde el análisis y pensamiento crítico, podría promover y potenciar estas habilidades.

Resultados de la dimensión interpretación

Tabla 17.

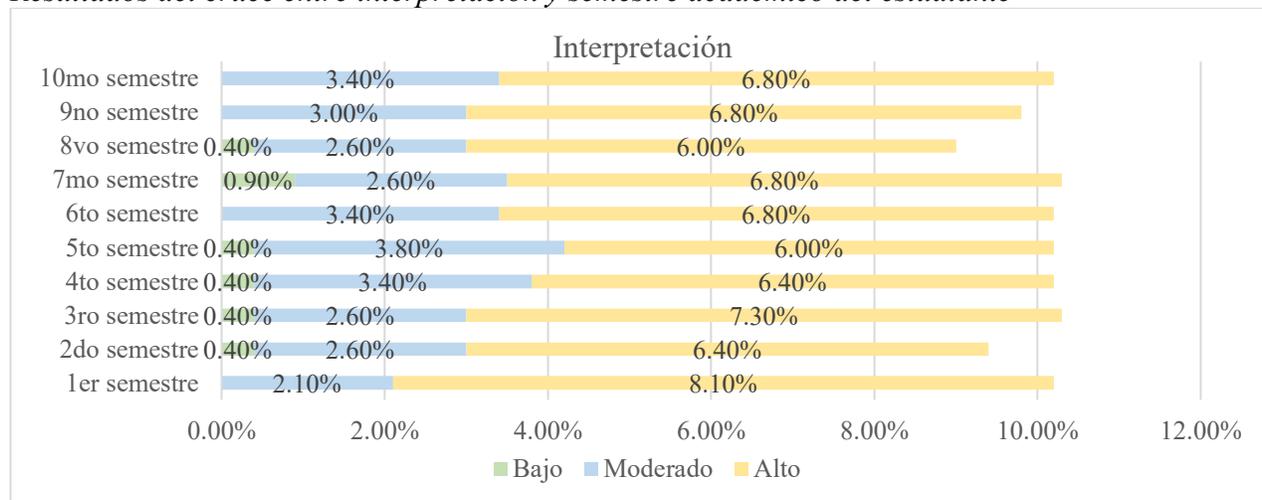
Resultados del cruce entre interpretación y semestre académico del estudiante

Semestre	Interpretación						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	0	0.0%	5	2.1%	19	8.1%	24	10.3%
2do semestre	1	0.4%	6	2.6%	15	6.4%	22	9.4%
3ro semestre	1	0.4%	6	2.6%	17	7.3%	24	10.3%
4to semestre	1	0.4%	8	3.4%	15	6.4%	24	10.3%
5to semestre	1	0.4%	9	3.8%	14	6.0%	24	10.3%
6to semestre	0	0.0%	8	3.4%	16	6.8%	24	10.3%
7mo semestre	2	0.9%	6	2.6%	16	6.8%	24	10.3%
8vo semestre	1	0.4%	6	2.6%	14	6.0%	21	9.0%
9no semestre	0	0.0%	7	3.0%	16	6.8%	23	9.8%
10mo semestre	0	0.0%	8	3.4%	16	6.8%	24	10.3%
Total	7	3.0%	69	29.5%	158	67.5%	234	100.0%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 15.

Resultados del cruce entre interpretación y semestre académico del estudiante



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

La tabla presenta los resultados de la percepción de los estudiantes sobre su capacidad de interpretación al escuchar podcasts. La mayoría de los estudiantes, el 67.50%, considera que su interpretación es "Alta", lo que indica que pueden comprender bien el tema principal de los podcasts y consideran relevante la información presentada. Un 29.50% lo califica como "Moderado", mientras que solo un 3.00% tiene una valoración "Baja".

Los semestres con mayor porcentaje de respuestas "Altas" son el 1er semestre (8.10%) y el 3er semestre (7.30%), mientras que los semestres con más valoraciones "Bajas" son el 7mo semestre (0.90%) y los semestres 2do, 3ro, 4to, 5to y 8vo (todos con 0.40%).

El alto porcentaje de respuestas "Altas" (67.50%) refleja que la mayoría de los estudiantes perciben que pueden interpretar correctamente los contenidos presentados en los podcasts, lo que sugiere una capacidad de comprensión efectiva y relevancia en la información para sus estudios. Sin embargo, el 29.50% de los estudiantes considera que su capacidad de interpretación es "Moderada", lo que indica que algunos estudiantes pueden tener dificultades para interpretar o encontrar la información relevante. Solo un pequeño grupo (3.00%) califica su capacidad de interpretación como "Baja", lo que sugiere que muy pocos estudiantes no logran comprender o ver la relevancia del contenido que consumen.

Este análisis indica que los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación tienen una gran capacidad de comprender los podcasts que escuchan y son capaces, en su mayoría, de decodificar y expresar el significado del contenido de los podcasts que escuchan.

Resultados de la dimensión análisis

Tabla 18.

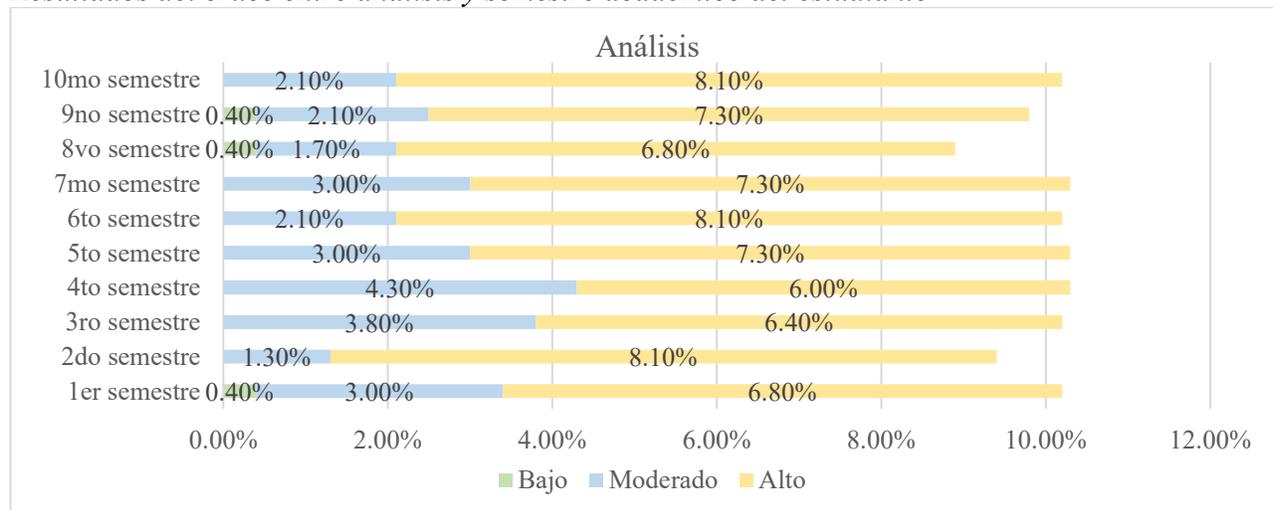
Resultados del cruce entre análisis y semestre académico del estudiante

Semestre	Análisis						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	1	0.4%	7	3.0%	16	6.8%	24	10.3%
2do semestre	0	0.0%	3	1.3%	19	8.1%	22	9.4%
3ro semestre	0	0.0%	9	3.8%	15	6.4%	24	10.3%
4to semestre	0	0.0%	10	4.3%	14	6.0%	24	10.3%
5to semestre	0	0.0%	7	3.0%	17	7.3%	24	10.3%
6to semestre	0	0.0%	5	2.1%	19	8.1%	24	10.3%
7mo semestre	0	0.0%	7	3.0%	17	7.3%	24	10.3%
8vo semestre	1	0.4%	4	1.7%	16	6.8%	21	9.0%
9no semestre	1	0.4%	5	2.1%	17	7.3%	23	9.8%
10mo semestre	0	0.0%	5	2.1%	19	8.1%	24	10.3%
Total	3	1.3%	62	26.5%	169	72.2%	234	100.0%

Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

Figura 16.

Resultados del cruce entre análisis y semestre académico del estudiante



Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

La tabla muestra los resultados de los estudiantes respecto a su capacidad de análisis al escuchar podcasts. Un gran porcentaje de los estudiantes, el 72.20%, considera que su capacidad de análisis es "Alta", lo que significa que son capaces de evaluar la coherencia de los argumentos y de

identificar las conexiones entre los temas en un podcast. Un 26.50% califica su análisis como "Moderado", y solo un 1.30% lo considera "Bajo".

Los semestres con mayor porcentaje de respuestas "Altas" son el 2do, 6to y el 10mo semestre (8.10%). Por otro lado, el porcentaje de respuestas "Bajas" es mínimo, siendo más alto en el 1er, 8vo y 9no semestre (todos con 0.40%).

El alto porcentaje de respuestas "Altas" (72.20%) indica que la mayor parte de los estudiantes se sienten competentes en el análisis de los contenidos presentados en los podcasts. Esto sugiere que son capaces de evaluar la coherencia de los argumentos y establecer conexiones claras entre los temas que se abordan en un capítulo y/o podcast completo. Un 26.50% de estudiantes percibe su capacidad de análisis como "Moderado", lo que podría indicar cierta dificultad en la evaluación profunda de los argumentos o en la identificación de vínculos entre los temas. Solo un 1.30% tiene dificultades importantes para analizar el contenido de los podcasts que consumen.

Este análisis sugiere que los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación son capaces de identificar la relación que tienen los diferentes mensajes, argumentos y opiniones que tiene un determinado podcast, y a su vez, descomponer estos argumentos. Por tanto, son capaces de expresar opiniones y/o juicios de valor al respecto. Aun así, destaca la necesidad de trabajar con una pequeña proporción de estudiantes que aún enfrenta desafíos en su capacidad de análisis.

Resultados de la dimensión evaluación

Tabla 19.

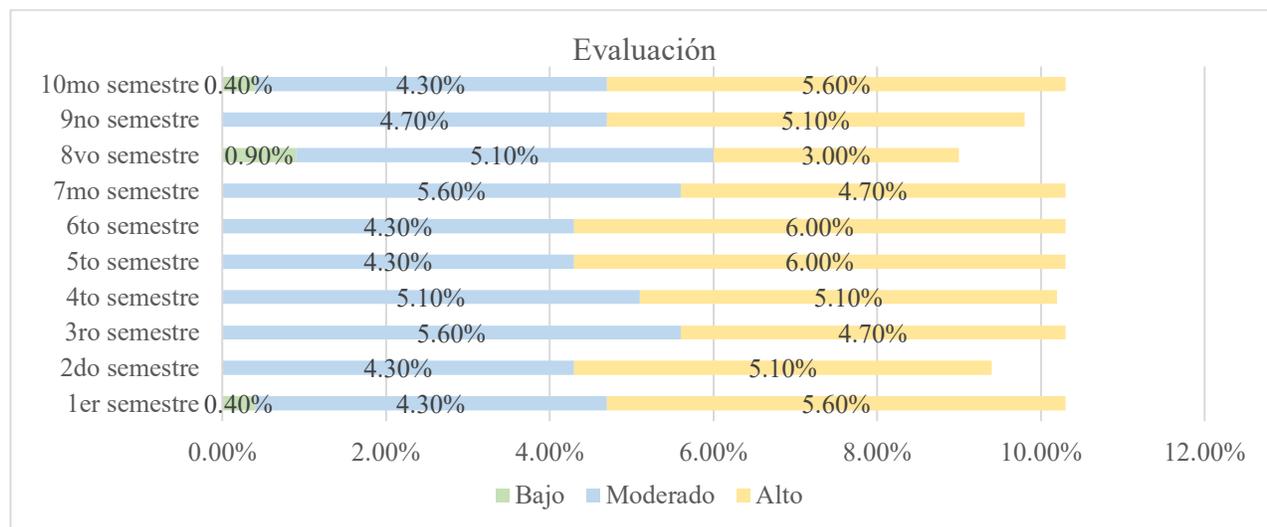
Resultados del cruce entre evaluación y semestre académico del estudiante

Semestre	Evaluación						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	1	0.4%	10	4.3%	13	5.6%	24	10.3%
2do semestre	0	0.0%	10	4.3%	12	5.1%	22	9.4%
3ro semestre	0	0.0%	13	5.6%	11	4.7%	24	10.3%
4to semestre	0	0.0%	12	5.1%	12	5.1%	24	10.3%
5to semestre	0	0.0%	10	4.3%	14	6.0%	24	10.3%
6to semestre	0	0.0%	10	4.3%	14	6.0%	24	10.3%
7mo semestre	0	0.0%	13	5.6%	11	4.7%	24	10.3%
8vo semestre	2	0.9%	12	5.1%	7	3.0%	21	9.0%
9no semestre	0	0.0%	11	4.7%	12	5.1%	23	9.8%
10mo semestre	1	0.4%	10	4.3%	13	5.6%	24	10.3%
Total	4	1.7%	111	47.4%	119	50.9%	234	100.0%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 17.

Resultados del cruce entre evaluación y semestre académico del estudiante



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

La tabla refleja las respuestas de los estudiantes en relación a su capacidad de evaluación al escuchar podcasts. En total, el 50.90% de los estudiantes valoran de manera "Alta" su capacidad para evaluar la credibilidad de la información y reconocer argumentos consistentes en los podcasts.

Un 47.40% de los estudiantes califica esta habilidad como "Moderada, y solo un 1.70% la percibe como "Baja".

Los semestres con mayores porcentajes de respuestas "Altas" son el 5to y 6to semestre (ambos con 6.0%), mientras que el 8vo semestre tiene el porcentaje más alto de respuestas "Bajas" (0.90%).

Un poco más de la mitad de los estudiantes (50.90%) cree que son capaces de evaluar la credibilidad de la información y reconocer argumentos consistentes al escuchar podcasts, lo que indica un buen nivel de criterio crítico entre los estudiantes. Sin embargo, el porcentaje de estudiantes que considera su capacidad como "Moderada" es relativamente alto (47.40%), lo que sugiere que muchos podrían tener dificultades para evaluar adecuadamente los argumentos presentados. Solo un 1.70% lo considera "Bajo", lo que indica que muy pocos estudiantes sienten que carecen de habilidades evaluativas y esto, a su vez, los haría susceptibles a creer en información falsa o de fuentes dudosas.

Resultados de la dimensión inferencia

Tabla 20.

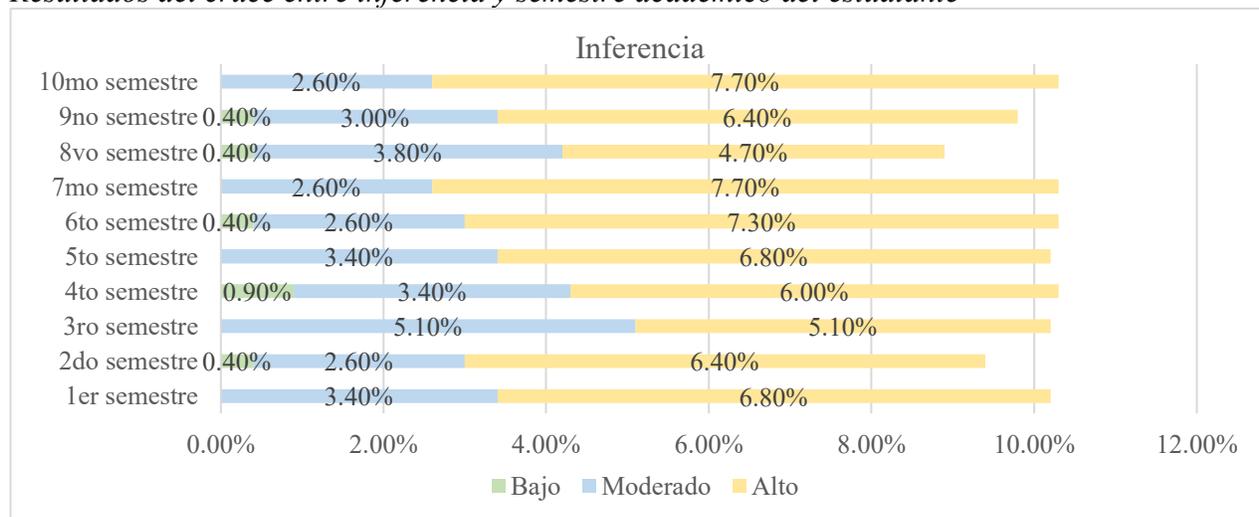
Resultados del cruce entre inferencia y semestre académico del estudiante

Semestre	Inferencia						Total	
	Bajo		Moderado		Alto			
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
1er semestre	0	0.0%	8	3.4%	16	6.8%	24	10.3%
2do semestre	1	0.4%	6	2.6%	15	6.4%	22	9.4%
3ro semestre	0	0.0%	12	5.1%	12	5.1%	24	10.3%
4to semestre	2	0.9%	8	3.4%	14	6.0%	24	10.3%
5to semestre	0	0.0%	8	3.4%	16	6.8%	24	10.3%
6to semestre	1	0.4%	6	2.6%	17	7.3%	24	10.3%
7mo semestre	0	0.0%	6	2.6%	18	7.7%	24	10.3%
8vo semestre	1	0.4%	9	3.8%	11	4.7%	21	9.0%
9no semestre	1	0.4%	7	3.0%	15	6.4%	23	9.8%
10mo semestre	0	0.0%	6	2.6%	18	7.7%	24	10.3%
Total	6	2.6%	76	32.5%	152	65.0%	234	100.0%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 18.

Resultados del cruce entre inferencia y semestre académico del estudiante



Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

La tabla muestra cómo los estudiantes evalúan sus habilidades de inferencia al escuchar podcasts. El 65.00% de los estudiantes valoran como "Alta" su capacidad para formular conclusiones a partir de la información de los podcasts, mientras que un 32.50% la considera "Moderada" y un pequeño 2.60% la percibe como "Baja".

Los semestres 7mo y 10mo tienen el mayor porcentaje de respuestas "Altas" con 7.70% ambos, seguido del 6to semestre con un 7.30%. Por otro lado, el 4to semestre tiene el porcentaje más alto de respuestas "Bajas" (0.90%).

La mayoría de los estudiantes (65.00%) consideran que son capaces de identificar los elementos pertinentes para identificar la información presentada en un podcast como relevante, para posteriormente formar conclusiones, lo que indica un buen nivel de análisis crítico e inferencial. Sin embargo, un 32.50% de los estudiantes todavía percibe esta habilidad como "Moderada", lo que podría reflejar inseguridades o dificultades en su capacidad inferencial para cernir información y formular conclusiones. Solo un 2.60% valora su capacidad de inferencia como "Baja", lo que sugiere que la mayoría de los estudiantes se siente capaz en este aspecto, pero hay un pequeño porcentaje

que podría necesitar apoyo adicional para un mejor desarrollo de esta habilidad. En general, los resultados reflejan que los estudiantes poseen un buen desarrollo de habilidades inferenciales, pero también muestran la oportunidad de fortalecer esas habilidades entre aquellos que se perciben como "Moderados".

Resultados de la dimensión explicación

Tabla 21.

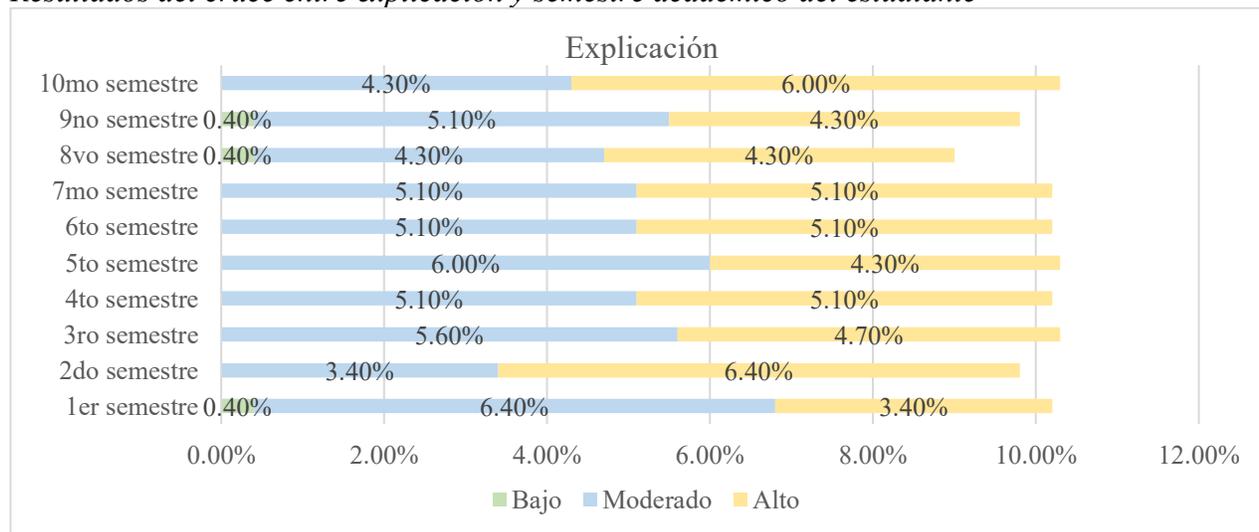
Resultados del cruce entre explicación y semestre académico del estudiante

Semestre	Explicación						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	1	0.4%	15	6.4%	8	3.4%	24	10.3%
2do semestre	0	0.0%	8	3.4%	14	6.0%	22	9.4%
3ro semestre	0	0.0%	13	5.6%	11	4.7%	24	10.3%
4to semestre	0	0.0%	12	5.1%	12	5.1%	24	10.3%
5to semestre	0	0.0%	14	6.0%	10	4.3%	24	10.3%
6to semestre	0	0.0%	12	5.1%	12	5.1%	24	10.3%
7mo semestre	0	0.0%	12	5.1%	12	5.1%	24	10.3%
8vo semestre	1	0.4%	10	4.3%	10	4.3%	21	9.0%
9no semestre	1	0.4%	12	5.1%	10	4.3%	23	9.8%
10mo semestre	0	0.0%	10	4.3%	14	6.0%	24	10.3%
Total	3	1.3%	118	50.4%	113	48.3%	234	100.0%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 19.

Resultados del cruce entre explicación y semestre académico del estudiante



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

La tabla refleja la evaluación de los estudiantes sobre su capacidad de explicación al escuchar podcasts. El 48.30% de los estudiantes considera que es capaz de explicar a otras personas el contenido de un podcast luego de escucharlo y, además, en base a criterio propio, llegar a una conclusión en base a sus criterios propios, calificando así su habilidad como "Alta", mientras que el 50.40% la percibe como "Moderada". Solo un 1.30% de los estudiantes considera que posee esta habilidad de manera "Baja".

Los semestres 2do y 10mo semestre muestran los porcentajes más elevados de respuestas "Altas" (6.00%), mientras que el 1er, 8vo y 9no semestre tiene el porcentaje más elevado de respuestas "Bajas" (0.40%).

La mitad de los estudiantes (50.40%) percibe su capacidad de explicación como "Moderada", lo que podría indicar que se sienten algo inseguros con respecto a esta habilidad. Por otro lado, el 48.30% tiene una percepción "Alta", lo que refleja confianza en su habilidad para expresar sus opiniones y explicar el contenido de un podcast de forma clara. Solo un pequeño porcentaje (1.30%) cree tener dificultades importantes en este aspecto, lo que señala que la mayoría tiene un nivel aceptable de competencia en cuanto a habilidades de explicación.

En general, los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac muestran un buen desarrollo de la habilidad explicativa, aunque hay un margen significativo de mejora entre aquellos que se califican en el nivel "Moderado". Esto sugiere que se podría trabajar en fortalecer las herramientas necesarias, como el razonamiento y criterio propio, para mejorar las habilidades explicativas de los estudiantes.

Resultados de la dimensión autorregulación

Tabla 22.

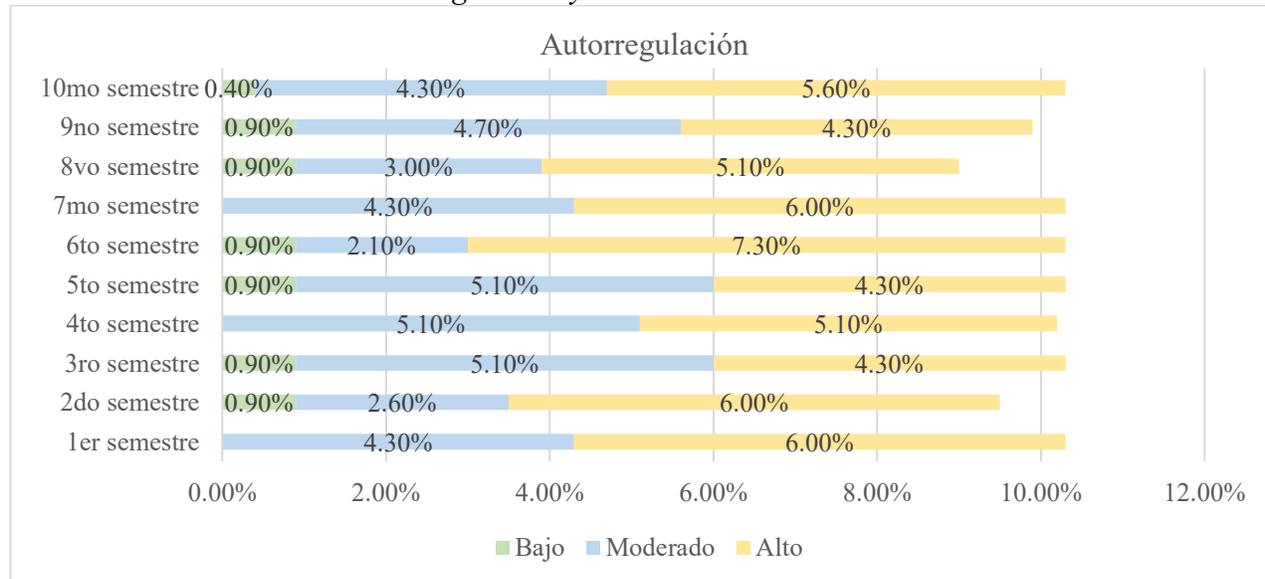
Resultados del cruce entre autorregulación y semestre académico del estudiante

Semestre	Autorregulación						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
1er semestre	0	0.0%	10	4.3%	14	6.0%	24	10.3%
2do semestre	2	0.9%	6	2.6%	14	6.0%	22	9.4%
3ro semestre	2	0.9%	12	5.1%	10	4.3%	24	10.3%
4to semestre	0	0.0%	12	5.1%	12	5.1%	24	10.3%
5to semestre	2	0.9%	12	5.1%	10	4.3%	24	10.3%
6to semestre	2	0.9%	5	2.1%	17	7.3%	24	10.3%
7mo semestre	0	0.0%	10	4.3%	14	6.0%	24	10.3%
8vo semestre	2	0.9%	7	3.0%	12	5.1%	21	9.0%
9no semestre	2	0.9%	11	4.7%	10	4.3%	23	9.8%
10mo semestre	1	0.4%	10	4.3%	13	5.6%	24	10.3%
Total	13	5.6%	95	40.6%	126	53.8%	234	100.0%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 20.

Resultados del cruce entre autorregulación y semestre académico del estudiante



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

La tabla proporciona información sobre la autorregulación de los estudiantes en relación con la reflexión y el replanteamiento de sus pensamientos y opiniones tras escuchar podcasts. Un total

del 53.80% de los estudiantes califican su capacidad de autorregulación como "Alta", mientras que el 40.60% considera su habilidad como "Moderada", y solo un 5.60% la percibe como "Baja".

El 1er y el 7mo semestre presenta la menor cantidad de respuestas "Bajas" (0.00%) y un porcentaje elevado de respuestas "Altas" (6.00%), indicando que, en esta etapa inicial, los estudiantes están comenzando a desarrollar su capacidad de autorregulación. En el 2do, 3ro, 5to, 6to, 8vo, 9no y 10mo semestres, se observa un ligero aumento en las respuestas "Bajas", pero el número de respuestas "Altas" se mantiene relativamente estable, alcanzando hasta 7.3% en el 6to semestre.

La mayoría de los estudiantes (53.80%) sienten confianza en su habilidad para reflexionar sobre su comprensión de los podcasts y para replantear sus opiniones después de escucharlos, lo que indica un buen nivel de autorregulación en su proceso de aprendizaje. Sin embargo, un porcentaje considerable (40.60%) aún se clasifica en la categoría "Moderado", lo que sugiere que, aunque reconocen la importancia de la autorregulación, podrían no estar desarrollando con éxito esta habilidad del análisis crítico.

El índice de respuestas "Bajas" es de chico, con 5.60%, pero refleja que hay un pequeño grupo de estudiantes que puede tener dificultades significativas en este aspecto. Esto sugiere que se podrían implementar estrategias adicionales para fortalecer la autorregulación entre aquellos que se sienten menos seguros de su capacidad.

En general, el análisis muestra que la mayoría de los estudiantes cuentan con habilidades adecuadas de autorregulación, aunque aún hay margen para mejorar y apoyar a quienes se encuentran en un nivel "Moderado" o "Bajo".

5.3. Prueba de hipótesis

5.3.1. Prueba de hipótesis general

Tabla 23.

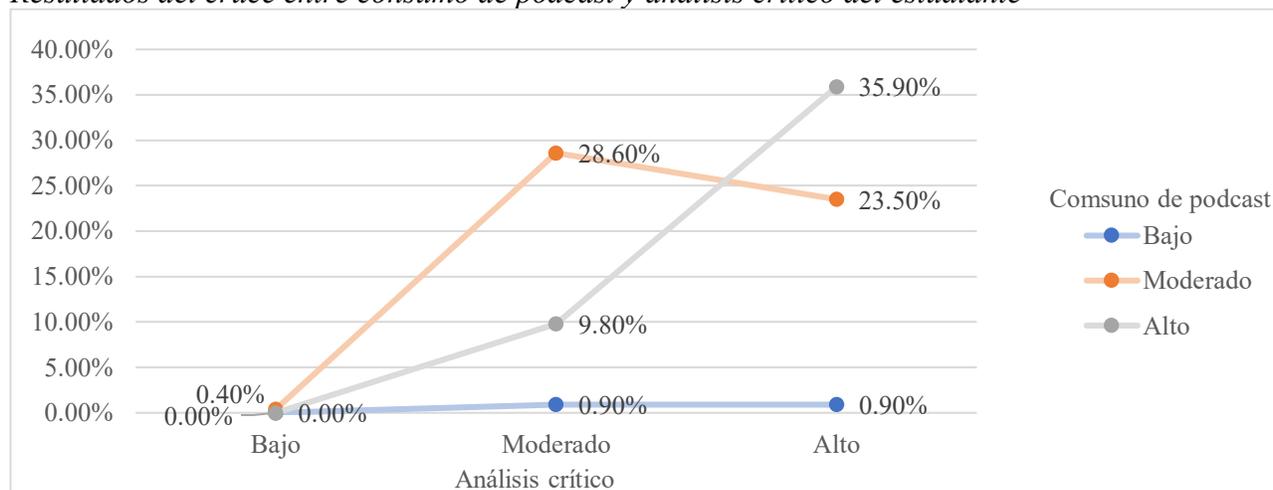
Resultados del cruce entre consumo de podcast y análisis crítico del estudiante

Análisis crítico	Consumo de podcast						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
Bajo	0	0.00%	1	0.40%	0	0.00%	1	0.40%
Moderado	2	0.90%	67	28.60%	23	9.80%	92	39.30%
Alto	2	0.90%	55	23.50%	84	35.90%	141	60.30%
Total	4	1.70%	123	52.60%	107	45.70%	234	100.00%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 21.

Resultados del cruce entre consumo de podcast y análisis crítico del estudiante



Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

La tabla revela una interrelación entre el consumo de podcasts y el análisis crítico, donde los estudiantes se clasifican en tres niveles: "Bajo", "Moderado" y "Alto". En la categoría "Bajo", se observa que ningún estudiante presenta un consumo de podcasts inadecuado en relación con el análisis crítico. En cambio, en el nivel "Moderado", un notable 39.30% de los estudiantes se encuentran en esta categoría, indicando que, aunque consumen contenido de podcasts, no han desarrollado mucho sus habilidades de análisis crítico. Sin embargo, la mayoría (60.30%) de los estudiantes se consideran en el nivel "Alto", lo que sugiere que, en general y de manera positiva, el consumo de podcasts contribuye a una mejora en su capacidad de análisis crítico.

En el análisis presentado, la correlación de Pearson entre el consumo de podcasts y el análisis crítico es de 0.329, lo que indica una relación positiva débil. Aunque hay una asociación entre ambas la relación no es intensa. Sin embargo, sigue existiendo una tendencia en la que, el consumo del podcast viene acompañado del análisis crítico de su contenido y, a medida que mejora el consumo de podcasts, también mejora el análisis crítico de los estudiantes, aunque este efecto no es muy pronunciado debido a que los estudiantes más utilizan el podcast como entretenimiento, y no como un ámbito académico.

Además, el valor de significancia bilateral (p-valor) es 0, lo que significa que es estadísticamente significativo (p-valor es menor a 0.05). Esto nos indica que, aunque la relación es débil, no se debe al azar, por lo que podemos concluir que sí existe una relación entre el consumo de podcasts y el análisis crítico, aunque su fuerza es limitada.

C. Resultados de la hipótesis

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por ende: El consumo de podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024. En este entender, es relevante considerar que, aunque el consumo de podcasts está relacionado con una mejora en el análisis crítico, es probable que otros factores también estén influyendo en el desarrollo de esta habilidad en los estudiantes de comunicación, quienes están expuestos a una variedad de medios y recursos formativos en su campo académico.

La prueba de hipótesis desarrollada tiene dos instrumentos de medición:

- El primero es la Correlación de Pearson: Aquí se analiza el nivel de significancia, el cual debe ser $p < 0.05$, para aprobar la hipótesis planteada y determinar la correlación.

- La segunda herramienta es el grado de correlación, ello determina la relevancia que tiene una variable frente a la otra y si su valor r se acerca a la unidad, significa que es relevante esta correlación.

Por ende, en el trabajo de investigación, los resultados indican que sí existe correlación, por ello, se aprueba la hipótesis general, determinando únicamente el nivel de significancia de esta hipótesis, esto significa que es importante y significativo el consumo de podcast para tener un adecuado análisis crítico. A ello, se agregó el grado de correlación, para determinar si el consumo de podcast puede actuar por sí solo para desarrollar el análisis crítico, y nuestros resultados mencionan un grado de relación entre moderado y bajo, esto significa que el consumo de podcast tiene que ir de la mano con otras herramientas para así potenciar el análisis crítico de los estudiantes, a ello agregar el soporte pedagógico de los docentes para hacer uso del podcast como una herramienta de aprendizaje.

5.3.2. Prueba de hipótesis específica

5.3.2.1. Resultado de la primera hipótesis específica

Tabla 25.

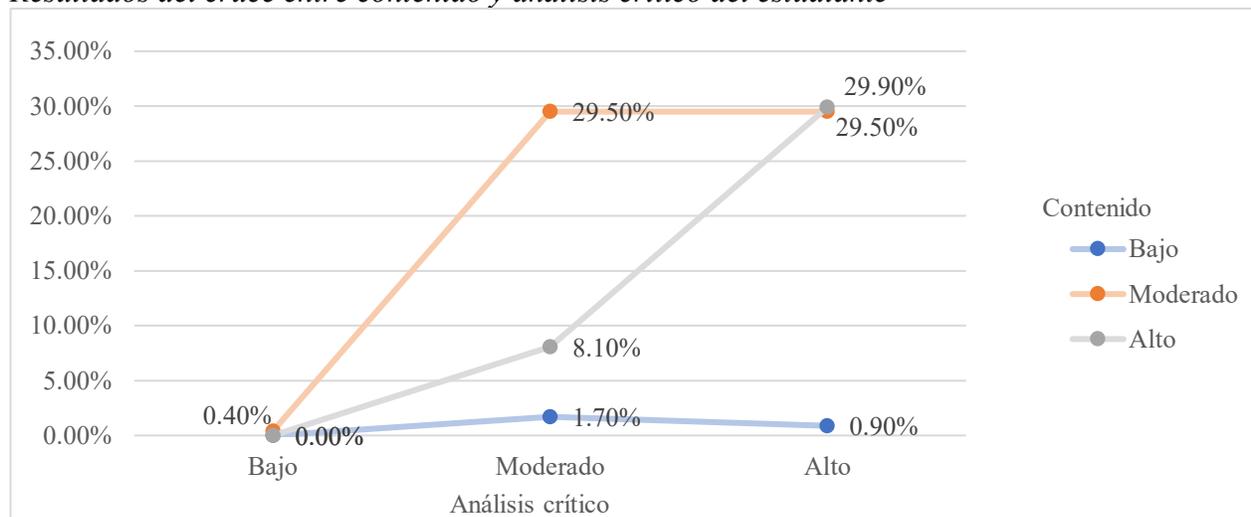
Resultados del cruce entre contenido y análisis crítico del estudiante

Análisis crítico	Contenido						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
Bajo	0	0.00%	1	0.40%	0	0.00%	1	0.40%
Moderado	4	1.70%	69	29.50%	19	8.10%	92	39.30%
Alto	2	0.90%	69	29.50%	70	29.90%	141	60.30%
Total	6	2.60%	139	59.40%	89	38.00%	234	100.00%

Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

Figura 22.

Resultados del cruce entre contenido y análisis crítico del estudiante



Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

La tabla muestra la relación entre el contenido de los podcasts y el análisis crítico de los estudiantes, clasificados en tres niveles: "Bajo", "Moderado" y "Alto". En la categoría "Bajo", no se registra ningún estudiante que consuma contenido bajo. Sin embargo, en la clasificación de "Moderado", se observa que un 39.30% de los estudiantes se encuentra en esta categoría, lo que indica que, a pesar de consumir podcasts, su análisis crítico al respecto no es lo suficientemente sólido. Además, un 60.30% de los estudiantes está en el nivel "Alto", lo que sugiere que el contenido de los podcasts tiene un impacto favorable en el desarrollo de habilidades de análisis crítico.

A pesar de la presencia notable de estudiantes con un análisis crítico "Alto", la correlación entre el contenido de los podcasts y el análisis crítico se considera débil. Esto se refleja en la significativa proporción de estudiantes clasificados como "Moderado", sugiriendo que, aunque muchos están consumiendo contenido de calidad, aún hay un margen considerable para mejorar su capacidad de análisis crítico. Para fortalecer esta relación, sería beneficioso implementar estrategias que promuevan la reflexión crítica y el análisis exhaustivo del contenido consumido en los podcasts, lo que podría resultar en un desarrollo más efectivo de las habilidades analíticas de los estudiantes.

A. Hipótesis planteadas

- Hipótesis nula (H_0): El contenido del podcast no se relaciona significativamente con el análisis crítico del mismo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.
- Hipótesis nula (H_1): El contenido del podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico del mismo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.

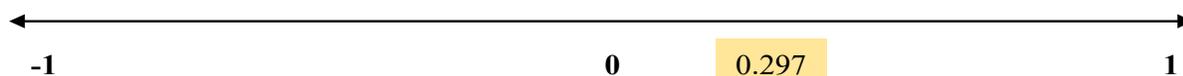
B. Correlación de Pearson

Tabla 26.

Correlación de Pearson entre contenido del podcast y análisis crítico del estudiante

		Contenido
Análisis crítico	Correlación de Pearson	0.297
	Sig. (bilateral)	0
	N	234

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.



La tabla de correlación muestra la relación entre el contenido de un podcast y el análisis crítico realizado por los estudiantes, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0.297. Este valor indica que existe una correlación positiva, lo que sugiere que a medida que los estudiantes consumen contenido más crítico en los podcasts, también tienden a realizar un análisis crítico más profundo. La significación bilateral de 0.000 implica que esta correlación es estadísticamente significativa, lo que refuerza la validez de la relación observada.

Aunque se ha encontrado una correlación positiva entre el contenido de los podcasts y el análisis crítico de los estudiantes, el coeficiente de 0.297 indica que esta relación es débil. Esto sugiere que, aunque hay un vínculo entre ambas variables, no es lo suficientemente fuerte como para

afirmar que el contenido crítico de los podcasts influye significativamente en el análisis crítico de los estudiantes.

C. Resultados de la hipótesis

Se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alterna. Por ende: El contenido del podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico del mismo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024. Es posible que otros factores, como el interés personal en el tema o la formación académica previa, también jueguen un papel importante en la capacidad de análisis crítico. Por lo tanto, se requiere un análisis más exhaustivo para comprender plenamente cómo el contenido de los podcasts afecta el análisis y pensamiento crítico de los estudiantes en el ámbito de la comunicación.

La prueba de hipótesis desarrollada tiene dos instrumentos de medición:

- El primero es la Correlación de Pearson: En la que se analiza el nivel de significancia, cuyo valor tiene que ser $p < 0.05$, para aprobar la hipótesis planteada y determinar la correlación.
- La segunda herramienta es el grado de correlación, el cual determina la relevancia que tiene una variable frente a la otra y si su valor r se acerca a la unidad, significa que es relevante esta correlación.

En este trabajo de investigación, los resultados indican que sí existe correlación, por tanto, se aprueba la primera hipótesis específica, determinando únicamente su nivel de significancia, lo que significa que es importante y significativa el contenido del podcast para tener un adecuado análisis crítico. A este resultado se le agregó el grado de correlación y así determinar si el contenido del podcast puede actuar por sí solo para desarrollar el análisis crítico, pero los resultados indican un grado de relación entre moderado y bajo, esto significa que el contenido del podcast debe ir de la mano con otras herramientas para así potenciar el análisis crítico de los estudiantes.

5.3.2.2. Resultados de la segunda hipótesis específica

Tabla 27.

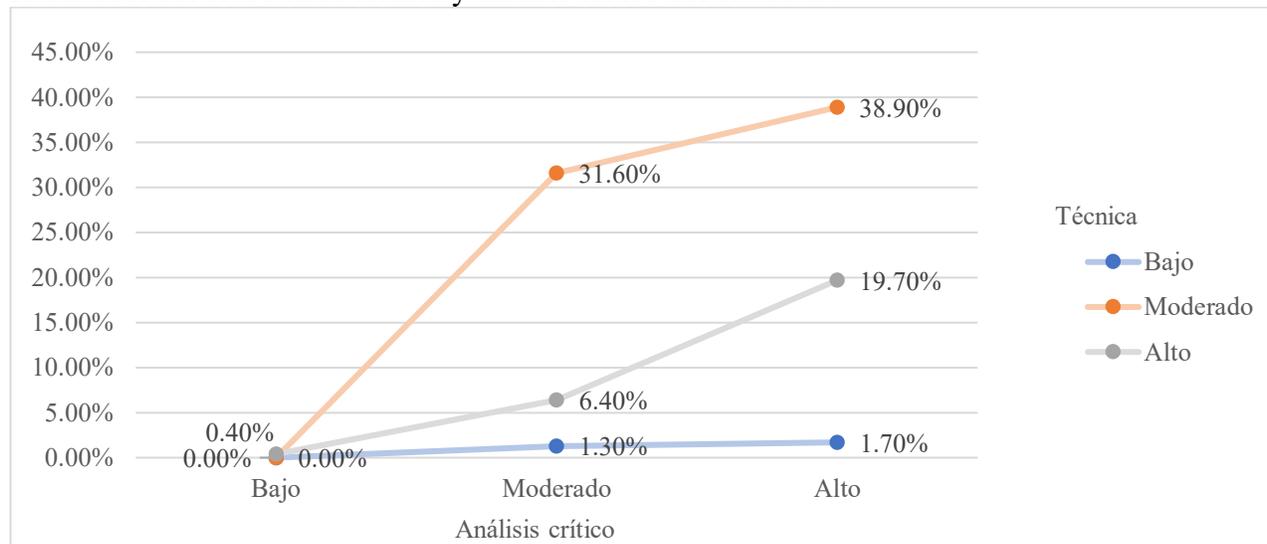
Resultados del cruce entre técnica y análisis crítico del estudiante

Análisis crítico	Técnica						Total	
	Bajo		Moderado		Alto			
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Bajo	0	0.00%	0	0.00%	1	0.40%	1	0.40%
Moderado	3	1.30%	74	31.60%	15	6.40%	92	39.30%
Alto	4	1.70%	91	38.90%	46	19.70%	141	60.30%
Total	7	3.00%	165	70.50%	62	26.50%	234	100.00%

Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

Figura 23.

Resultados del cruce entre técnica y análisis crítico del estudiante



Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

La tabla presenta la relación entre la técnica utilizada para consumir podcasts y el análisis crítico de los estudiantes, clasificados en tres niveles: "Bajo", "Moderado" y "Alto". Se observa que en la categoría "Bajo" para el análisis crítico, solo un estudiante ha sido clasificado como "Alto", lo que sugiere que, a pesar de la técnica empleada, la mayoría de los estudiantes no están manifestando un análisis crítico sólido. Por otro lado, un 39.30% de los estudiantes cae en la categoría "Moderado", lo que indica que, aunque están utilizando técnicas para el consumo de podcasts, su análisis crítico no se ha desarrollado por completo. La mayoría, un 60.30%, está clasificada como "Alto", sugiriendo que, los jóvenes son capaces de analizar críticamente las técnicas utilizadas en

los podcasts y, además que, las técnicas empleadas pueden tener un impacto favorable en el desarrollo de habilidades de análisis crítico, pero no de manera contundente.

A pesar de que un número considerable de estudiantes muestra un análisis crítico "Alto", la correlación entre la técnica utilizada y el análisis crítico no es intensa. Esto es evidente en la cantidad significativa de estudiantes en la categoría "Moderado", lo que indica que, aunque las técnicas de consumo de podcasts son variadas y, en muchos casos, apropiadas, aún hay un área considerable para mejorar en la calidad del análisis crítico que realizan. Para fortalecer esta relación, podría ser beneficioso implementar programas que fomenten la aplicación de técnicas más efectivas para mejorar la reflexión crítica sobre el contenido consumido en los podcasts, lo que podría resultar en un desarrollo más integral de las habilidades analíticas de los estudiantes.

A. Hipótesis planteadas

- Hipótesis nula (H_0): Las técnicas del podcast no se relacionan significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.
- Hipótesis nula (H_1): Las técnicas del podcast se relacionan significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.

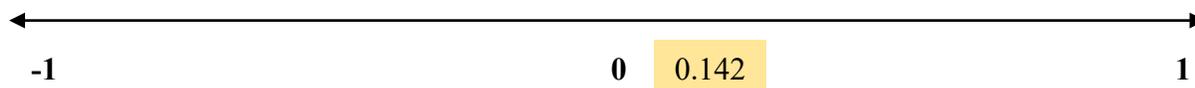
B. Correlación de Pearson

Tabla 28.

Correlación de Pearson entre técnica del podcast y análisis crítico del estudiante

		Técnica
Análisis crítico	Correlación de Pearson	0.142
	Sig. (bilateral)	0.03
	N	234

Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*



La tabla de correlación presenta la relación entre la técnica utilizada en los podcasts y el análisis crítico realizado por los estudiantes, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0.142. Este valor indica una correlación positiva, aunque débil, entre la técnica de presentación en los podcasts y la capacidad de los estudiantes para llevar a cabo un análisis crítico. La significación bilateral de 0.03 indica que esta correlación es estadísticamente significativa, lo que sugiere que hay una relación que merece atención.

La correlación de 0.142 entre la técnica de los podcasts y el análisis crítico sugiere que, aunque existe una relación positiva, no es intensa y está limitada. Esto implica que la manera en que los podcasts son narrados y presentados (incluyendo aspectos como la atracción por la narración, la preferencia por el formato visual y la inclusión mediante la compartición de pantalla) podría tener cierta influencia en el análisis crítico de los estudiantes, pero no es un determinante fuerte.

C. Resultados de la hipótesis

Se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alterna. Por ende: Las técnicas del podcast se relacionan significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024. Los resultados sugieren que, si bien la técnica puede contribuir a la experiencia general del podcast, no necesariamente significa que los estudiantes son capaces de analizarla críticamente. Esto puede indicar que otros factores, como el contenido, la motivación personal o el contexto de aprendizaje, juegan un papel más relevante en el análisis crítico de los estudiantes. Por lo tanto, se recomienda considerar un enfoque más integral que examine múltiples variables y su impacto en la capacidad crítica de los oyentes.

La prueba de hipótesis desarrollada tiene dos instrumentos de medición:

- La Correlación de Pearson analiza el nivel de significancia cuyo valor tiene que ser $p < 0.05$ para aprobar la hipótesis planteada y determinar la correlación.
- La segunda herramienta es el grado de correlación, el cual determina la relevancia que tiene una variable frente a la otra y si su valor r se acerca a la unidad, significa que es relevante la correlación.

Entonces, en este trabajo de investigación, los resultados indican que sí existe una correlación, por ende, se aprueba la segunda hipótesis específica, determinando únicamente su nivel de significancia de estas hipótesis, esto significa que son importantes y significantes las técnicas del podcast para tener un adecuado análisis crítico. Esto, agregado al grado de correlación, para determinar si la técnica de podcast puede actuar por sí sola para desarrollar el análisis crítico, y los resultados mencionan un grado de relación entre moderado y bajo, lo que significa que las técnicas de podcast deben ir de la mano con otras herramientas para así poder potenciar el análisis crítico de los estudiantes.

5.3.2.3. Resultados de la tercera hipótesis específica

Tabla 29.

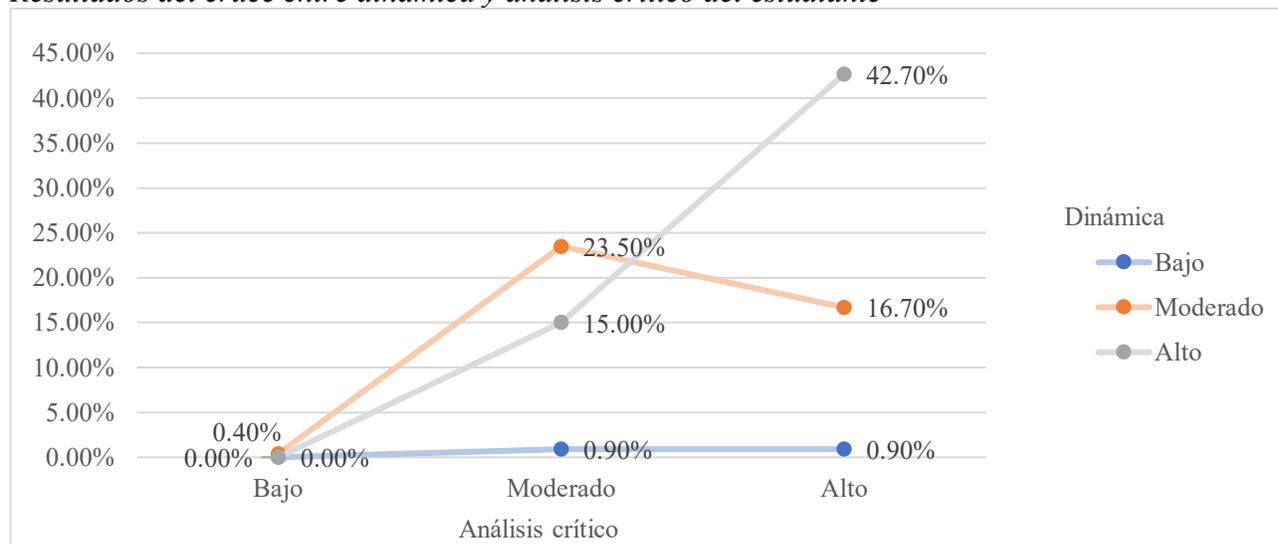
Resultados del cruce entre dinámica y análisis crítico del estudiante

Análisis crítico	Dinámica						Total	
	Bajo		Moderado		Alto		fi	hi%
	Fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%		
Bajo	0	0.00%	1	0.40%	0	0.00%	1	0.40%
Moderado	2	0.90%	55	23.50%	35	15.00%	92	39.30%
Alto	2	0.90%	39	16.70%	100	42.70%	141	60.30%
Total	4	1.70%	95	40.60%	135	57.70%	234	100.00%

Nota: Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.

Figura 24.

Resultados del cruce entre dinámica y análisis crítico del estudiante



Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*

La tabla refleja la relación entre la dinámica de consumo de podcasts y el análisis crítico de los estudiantes. En la categoría "Bajo", solo un estudiante ha sido clasificado como "Moderado", lo que sugiere que la falta de una dinámica adecuada en el consumo de podcasts se traduce en un análisis crítico limitado. En cambio, la mayoría de los estudiantes se agrupan en la categoría "Moderado" con un 39.30% y un 15.00% en "Alto", lo que indica que, aunque muchos utilizan dinámicas que podrían facilitar una mejor comprensión, sus habilidades de análisis crítico no alcanzan su máximo potencial. La presencia de un 60.30% de estudiantes clasificados como "Alto" en el análisis crítico sugiere que las dinámicas empleadas han sido analizadas de manera favorable, pero aún queda un margen para un desarrollo más sólido de habilidades críticas.

A pesar de que existe una correlación entre la dinámica de consumo de podcasts y el análisis crítico, esta no se considera fuerte. La cantidad notable de estudiantes en la categoría "Moderado" resalta que, aunque se están utilizando dinámicas que podrían contribuir a un mejor análisis, todavía no se está logrando un impacto significativo. Este resultado sugiere que se podría beneficiar a los estudiantes mediante la implementación de dinámicas más efectivas que fomenten una reflexión

crítica más profunda sobre el contenido de los podcasts. Con una intervención adecuada, hay una clara tendencia a mejorar la relación entre la dinámica utilizada y el análisis crítico, moviéndose hacia un enfoque más regular en el desarrollo de habilidades analíticas.

A. Hipótesis planteadas

- Hipótesis nula (H_0): La dinámica del podcast no se relaciona significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.
- Hipótesis nula (H_1): La dinámica del podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.

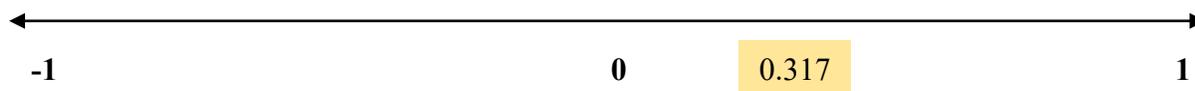
B. Correlación de Pearson

Tabla 30.

Correlación de Pearson entre dinámica del podcast y análisis crítico del estudiante

		Dinámica
Análisis crítico	Correlación de Pearson	0.317
	Sig. (bilateral)	0
	N	234

Nota: *Obtenida de los resultados estadísticos procesados en SPSS.*



La tabla de correlación refleja la relación entre la dinámica de los podcasts y el análisis crítico realizado por los estudiantes, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0.317. Este valor sugiere una correlación positiva, aunque todavía se clasifica como débil. La significación bilateral de 0.000 indica que la correlación es estadísticamente significativa, lo que sugiere una relación que merece ser analizada más a fondo. La muestra utilizada para este análisis incluye 234 participantes.

La correlación de 0.317 entre la dinámica de los podcasts y el análisis crítico sugiere que, aunque la relación se considera débil, existe una tendencia hacia una correlación más regular. Esto implica que las características dinámicas de los podcasts, como la estructura de la presentación, el tipo de interacción y el estilo de comunicación, podrían influir en la capacidad de los estudiantes para llevar a cabo un análisis crítico de los contenidos.

C. Resultados de la hipótesis

Se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alterna. Por ende: La dinámica del podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024. La significación estadística resalta la importancia de esta relación, lo que sugiere que una mayor atención a la dinámica de los podcasts podría potencialmente mejorar el análisis crítico de los oyentes. No obstante, la correlación aún no se clasifica como fuerte, lo que indica que otros factores, como el contenido específico, la motivación de los estudiantes o su experiencia previa con el formato, también podrían jugar un papel importante.

La prueba de hipótesis desarrollada tiene dos instrumentos de medición:

- El primer instrumento es la Correlación de Pearson, en la que se analiza el nivel de significancia, cuyo valor tiene que ser $p < 0.05$, para aprobar la hipótesis planteada y determinar la correlación.
- El segundo instrumento es el grado de correlación, el cual determina la relevancia que tiene una variable frente a la otra y, si su valor r se acerca a la unidad, significa que esta correlación es relevante.

En el presente trabajo de investigación, los resultados indican que sí existe correlación, por tanto, se aprueba la tercera hipótesis específica, determinando únicamente su nivel de significancia,

esto significa que es importante y significativa la dinámica del podcast para tener un adecuado análisis crítico. Junto a este resultado, se agregó el grado de correlación para determinar si la dinámica del podcast puede actuar por sí sola para desarrollar el análisis crítico, y nuestros resultados mencionan un grado de relación entre moderado y bajo, esto significa que la dinámica del podcast tiene que ir de la mano con otras herramientas para así potenciar el análisis crítico de los estudiantes. Se recomienda también investigar más a fondo para determinar cómo optimizar la dinámica de los podcasts y su impacto en el análisis crítico, explorando las posibles interacciones con otras variables relevantes.

5.4. Discusión de resultados

Para la hipótesis general se identifica que el consumo de podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, dando a entender la relevancia que tiene el consumo de podcast para el análisis crítico de los estudiantes. Investigaciones como las de Delgado et al. (2022) y Peralta (2023) destacan que la implementación de materiales digitales, tales como los podcasts, contribuyen significativamente al desarrollo del pensamiento crítico en los estudiantes, afirmando que existe una correlación entre el uso de estas plataformas y el análisis crítico de su contenido. Estos hallazgos se alinean con los resultados obtenidos en el estudio, donde se observa que la mayoría de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac perciben su consumo de podcasts de manera regular, y alta proporción de estudiantes en la categoría “Alta” de análisis crítico, reforzando la afirmación de que existe correlación entre ambas variables. Sin embargo, los antecedentes también enfatizan la necesidad de actividades pedagógicas específicas, como debates o talleres reflexivos, para potenciar dichas habilidades, lo cual no se aborda directamente en el consumo de podcasts reportado por los estudiantes.

Por otro lado, investigaciones como las de Ángel (2019) y Chamorro (2019) destacan la importancia de la interacción y retroalimentación en contextos educativos o digitales para fortalecer el pensamiento crítico, elementos ausentes en gran parte del consumo de podcasts estudiado, donde se observa un 39.30% de estudiantes en nivel moderado. Este contraste sugiere que, aunque el consumo de podcasts contribuye al desarrollo del análisis crítico, la integración de estrategias pedagógicas más activas, como las mencionadas en los antecedentes, podría mejorar significativamente esta relación, alineando los resultados con las mejores prácticas identificadas en contextos similares.

En el análisis de los resultados de la primera hipótesis específica, se identificó que, aunque existe una correlación positiva y significativa entre el contenido de los podcasts y el análisis crítico en los estudiantes, de todos modos, esta relación no es intensa. Este hallazgo coincide parcialmente con los antecedentes revisados, como el estudio de Delgado et al. (2022) que resalta el impacto positivo de los podcasts en el desarrollo del pensamiento crítico mediante habilidades como la reflexión y argumentación. Sin embargo, los resultados del presente estudio difieren en la fortaleza de esta relación, ya que mientras en los antecedentes se observó un desarrollo más robusto de habilidades críticas, aquí se evidencia que un porcentaje significativo de estudiantes se encuentra aún en niveles "Moderados". Esto sugiere que, aunque los podcasts tienen un potencial formativo, su impacto puede estar condicionado por factores como la calidad del contenido o la formación previa de los estudiantes.

Por otro lado, en relación con los hallazgos de Ángel (2019) y Ponce et al. (2023), que subrayan la importancia de actividades discursivas y contextos interactivos como debates y foros para fomentar el pensamiento crítico, se puede observar un patrón similar en cuanto a la necesidad de un enfoque más dinámico y participativo para potenciar estas habilidades. A diferencia de los

antecedentes que destacan metodologías activas como el periodismo radial y los debates críticos, como el de Chamorro (2019), este estudio pone en evidencia la dependencia de los estudiantes hacia el contenido mismo del podcast. Esto indica una oportunidad para complementar el uso y consumo de podcasts con estrategias pedagógicas más interactivas y estructuradas, que permitan fortalecer el vínculo entre el consumo de contenido y el análisis crítico.

Los resultados obtenidos en la segunda hipótesis específica muestran una correlación positiva, aunque no fuerte, entre las técnicas utilizadas para consumir podcasts y el desarrollo del análisis crítico en los estudiantes. Este hallazgo resalta la necesidad de un enfoque integral para fomentar estas habilidades, lo que guarda cierta similitud con los resultados de Delgado et al. (2022), quienes identificaron que los podcasts, como herramienta educativa, pueden promover habilidades críticas como la reflexión y argumentación. Sin embargo, a diferencia del estudio de Ángel (2019), donde los talleres de práctica oral demostraron un impacto más significativo en la construcción de pensamiento crítico a través de la interacción y el discurso, en la presente investigación las técnicas de podcast parecen tener un impacto limitado. Este contraste podría estar relacionado con las diferencias en el formato de interacción y la mediación docente.

En comparación con los hallazgos de Peralta (2023) y Chamorro (2019), quienes destacaron que herramientas digitales como Moodle y redes sociales fomentan el pensamiento crítico mediante la interacción activa y el aprendizaje colaborativo, los resultados de esta investigación sugieren que, los estudiantes saben analizar la técnica de manera crítica, pero el consumo pasivo de podcasts no genera el mismo nivel de impacto. Por otra parte, estudios como el de Soto y Tapia (2024) también señalan que el desarrollo del pensamiento crítico requiere de intervenciones activas, como talleres específicos, para superar limitaciones iniciales, lo que coincide con la recomendación de esta investigación de implementar programas que mejoren las técnicas de análisis. A nivel general, los

patrones muestran que el pensamiento crítico se beneficia más de estrategias interactivas y colaborativas que de herramientas unidireccionales como los podcasts, resaltando la importancia de combinar diversas metodologías para optimizar los resultados.

En comparación con los resultados obtenidos en la investigación de la tercera hipótesis específica, que establece que la dinámica del podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico de los estudiantes, se observa un patrón común en los antecedentes que también destacan la importancia de las herramientas digitales, como los podcasts, para fomentar habilidades críticas. En el estudio de Delgado et al. (2022), se menciona que el uso de materiales educativos digitales como los podcasts contribuye al desarrollo del pensamiento crítico, un hallazgo que resuena con los resultados obtenidos en la investigación actual, donde los estudiantes mostraron una tendencia positiva hacia un análisis crítico, aunque con margen para un desarrollo más robusto. De manera similar, en la investigación de Ponce et al. (2023) se resalta la relevancia de herramientas como el periodismo radial para mejorar la capacidad crítica de los estudiantes. Sin embargo, a pesar de estos patrones, la correlación débil encontrada en este estudio (0.317) sugiere que el impacto de la dinámica del podcast en el análisis crítico no es tan fuerte como en otros estudios, lo que apunta a la necesidad de una mayor implementación y evaluación de métodos más efectivos.

Por otro lado, existen también diferencias en los enfoques de los antecedentes en comparación con los resultados actuales. En los estudios revisados, como el de Betancourth et al. (2021), el uso de estrategias más interactivas, como los debates, son mostrados como una técnica eficaz para el desarrollo del pensamiento crítico, lo que implica que la mera escucha pasiva de podcasts podría no ser suficiente para fomentar habilidades analíticas profundas. De hecho, la investigación de Ángel (2019) sugiere que las actividades prácticas que promueven la interacción, como los debates, son más efectivas para desarrollar un pensamiento crítico robusto. Esto señala

una posible diferencia importante, ya que el estudio actual sugiere que, aunque las dinámicas del podcast tienen un impacto positivo en el análisis crítico, este impacto es relativamente limitado sin una interacción activa o una estructura más profunda en la dinámica de consumo de contenido. Esto podría ser un área de mejora, sugiriendo que los podcasts deberían ir acompañados de actividades complementarias que promuevan un mayor nivel de reflexión crítica.

Analizando el consumo del podcast como tal, los resultados mencionan que un 97.5% de los estudiantes consumen podcasts, y el semestre con el consumo frecuente más alto es 6to semestre. Los estudiantes prefieren el contenido de entretenimiento, aunque una cifra significativa lo utiliza para mantenerse informado.

CONCLUSIONES

Después de presentar los análisis de los datos en el estudio, se formulan las siguientes conclusiones:

PRIMERA: En relación con el objetivo general de esta investigación, el cual fue examinar la relación del consumo de podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024, se estableció que el consumo de podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, además que, a medida que crece el consumo de podcasts, también incrementa el análisis crítico de su contenido. Aún así, es probable que otros factores también estén influyendo con el desarrollo del análisis crítico en los estudiantes de comunicación, quienes están expuestos a una variedad de medios y recursos formativos en su campo académico.

SEGUNDA: En relación con el primer objetivo específico de esta investigación, el cual fue identificar la relación del contenido del podcast con el análisis crítico del mismo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024, se estableció que, existe una correlación positiva y significativa entre el contenido de los podcasts y el análisis crítico del mismo en los estudiantes, esto quiere decir que, gran parte de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación son conscientes en el tipo de consumo que realizan y son capaces de discernir la información que reciben. Aun así, esta relación no es intensa.

TERCERA: En relación con el segundo objetivo específico de esta investigación, el cual fue identificar la relación de las técnicas del podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024, se estableció que, existe una correlación positiva entre las técnicas del podcast con el análisis crítico

del mismo en los estudiantes. Esto implica que la manera en que los podcasts son narrados y presentados (incluyendo aspectos como la atracción por la narración, la preferencia por el formato visual y la inclusión mediante la compartición de pantalla) pueden tener influencia en el consumo y análisis crítico de los estudiantes, pero no es un factor determinante.

CUARTA: En relación con el tercer objetivo específico de esta investigación, el cual fue identificar la relación de la dinámica del podcast con el análisis crítico del mismo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024, se estableció que, existe una correlación positiva y significativa entre la dinámica de los podcasts y el análisis crítico del mismo en los estudiantes. Se resalta estadísticamente la importancia de esta relación, que sugiere que una mayor atención a la dinámica de los podcasts podría potencialmente mejorar el análisis crítico de los estudiantes como oyentes. No obstante, la correlación aún no se clasifica como fuerte, lo que indica que otros factores, como el contenido específico, la motivación de los estudiantes o su experiencia previa con el formato, también podrían jugar un papel importante.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Al corroborarse que un 97.5% de estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac consumen podcasts, se recomienda a los docentes de la misma Escuela Profesional, puedan utilizar el podcast como herramienta educativa y de información, no solo para desarrollar el análisis crítico de los estudiantes, sino también como un medio de información más moderno que puede ser utilizado en el desarrollo de sus habilidades periodísticas.

SEGUNDA: A los docentes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, que puedan considerar métodos que integren ejercicios de reflexión crítica en los alumnos, facilitando así un desarrollo más amplio de habilidades crítica y analíticas en los estudiantes, pues poder analizar críticamente diferentes situaciones a tiempo real es una habilidad que les servirá como futuros comunicadores.

TERCERA: A los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, que consuman de manera consciente los podcasts y no solo como medio de entretenimiento, pues un consumo reflexivo de podcasts puede ayudar con el desarrollo del pensamiento y análisis crítico, habilidades que ayudarán con su desarrollo personal y profesional.

CUARTA: A los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, que puedan desarrollar proyectos propios de creación de podcasts, teniendo en cuenta los datos recopilados en esta investigación con respecto al contenido, las técnicas y las dinámicas del podcast para una mejor optimización de su producto, ya que no basta solo con consumir podcasts, sino que se espera puedan utilizarlo como herramienta de difusión de información, como los futuros comunicadores que son.

REFERENCIAS

- Advertising, C. I.-A. (2021). *Estudio sobre el consumo de audio digital 2021 Perú*. Lima: Cisneros Interactive - Audio Advertising.
- Alaminos, A., & Alaminos-Fernández, A. (2021). *Introducción al Análisis Crítico en investigación social*. Alicante: Limencop S.L.
- Alavi, M., & Leidner, D. (2003). *Sistemas de gestión del conocimiento: cuestiones, retos y beneficios*. Madrid: Stuart Barnes, Colección Negocios, Thompson Editores.
- Ángel, A. (2019). *Pensamiento crítico y discurso oral*. Bogotá: [Licenciatura en Educación Básica con énfasis en Humanidades y Lengua Castellana] Universidad Santo Tomás.
- Angulo, L., & Quispe, M. (2023). *Videotutoriales como recurso didáctico y el desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes de la Institución Educativa Justo Barrionuevo Álvarez N° 50499 - Oropesa 2021*. Cusco: [Tesis para optar al Título Profesional de Licenciada en Educación Secundaria: Especialidad Ciencias Naturales] Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- Arbulú, C. (21 de Octubre de 2023). *ResearchGate*. Obtenido de ResearchGate: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Definicionmetodohipottico-deductivo.pdf>
- Betancourth, S., Tabares, Y., & Martínez, V. (2021). *Desarrollo del pensamiento crítico a través del debate crítico: una mirada cualitativa*. Bogotá: Revista Interamericana de Investigación, Educación y Pedagogía.
- Bingham, T., & Conner, M. (2010). *The new social learning: A guide to transforming organizations through social media*. Oakland: ASTD & Berrett-Koehler.

- Bonini, T. (2015). La “segunda era” del podcasting: el podcasting como nuevo medio de comunicación de masas digital. *Quaderns del CAC 41*, vol. XVIII, 23-33.
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos.
- Carvajal, A., Centeno, C., Watson, R., Martínez, M., & Sanz, A. (15 de Diciembre de 2011). *Scientific Electronic Library Online SciELO España*. Obtenido de SciELO España: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1137-66272011000100007#back
- Chamorro, L. (2019). *Influencia del periodismo digital como formador de pensamiento crítico sobre casos de terrorismo en el Perú. Caso: 26 años de la captura del cabecilla de Sendero Luminoso*. Lima: [Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Población, Comunicación y Desarrollo sustentable] Universidad de San Martín de Porres.
- Cóndor, J. (21 de Mayo de 2019). *Diario Gestión*. Obtenido de GESTIÓN: <https://gestion.pe/tendencias/20-usuarios-audio-digital-peru-escucha-podcast-267545-noticia/>
- Delgado, N., José, L., & Escartín, G. (2022). *Desarrollo del Pensamiento Crítico a través del uso de materiales educativos digitales*. Ciudad de México: Instituto Politécnico Nacional.
- Ennis, R. (1985). A Logical Basis for Measuring Critical Thinking Skills. *Educational Leadership*, 44-48.
- Escurra, M., & Delgado, A. (2008). *Relación entre disposición hacia el pensamiento crítico y estilos del pensamiento en alumnos universitarios de Lima metropolitana*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Espino, O. G. (2004). *Pensamiento y Razonamiento*. Madrid: Ediciones Pirámide.

- Facione, P. (1990). *The California Critical Thinking Skills Test: College Level Experimental Validation and Content Validity*. Millbrae: California Academic Press.
- Facione, P. (2007). *Pensamiento crítico: ¿Qué es y por qué es importante?* California: The California Academic Press.
- Facultad de Periodismo y Comunicación Social - Universidad Nacional de La Plata. (2020). *Clase 8 Podcast: definiciones y debates sobre un formato que se instala y crece al ritmo de las nuevas tecnologías*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Fisher, A. (2011). *Critical Thinking: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ganyet, J. (14 de Febrero de 2021). *La Vanguardia*. Obtenido de La Vanguardia: <https://bit.ly/2QYuY04>
- García-Marín, D. (2019). La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting . *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (1), 181-196.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México DF: McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, España: McGraw Hill Education.
- Huamani, S., & Quispe, E. (2020). *El ensayo y fortalecimiento de los niveles del pensamiento crítico en estudiantes de la asignatura Historia de las ideas en el Perú - Especialidad - Ciencias sociales, Escuela Profesional de Educación - Unsaac, 2019*. Cusco: [Para optar el título profesional de Licenciado en Educación: Especialidad Ciencias Sociales] Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

- Ibarra, D. (2017). *Tesis: "Transformaciones y persistencias en la comunicación radiofónica: Incidencia del uso de internet y la digitalización en la radio*. La Plata: [Maestría en Periodismo y medios de comunicación] Universidad Nacional de La Plata.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: NYU Press.
- Lazcano, E. (30 de Marzo de 2020). *Eduardo Lazcano*. Obtenido de Eduardo Lazcano: <https://www.eduardolazcano.com/una-teoria-sobre-la-influencia-en-las-personas/>
- López, G. (2012). Pensamiento crítico en el aula. *Docencia e Investigación, XXXVII (22)*, 41-60.
- Marcel, A., & Piccini, L. (2022). *Guía de podcast*. Buenos Aires: Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia. Ministerio de Desarrollo Social, Argentina.
- Martín, R., García, D., & Martín, A. (2021). Los futuros comunicadores ante el podcast: De la escucha a las necesidades de formación. En J. Valero, *Plataformas, consumo mediático y nuevas realidades digitales. Hacia una perspectiva integradora* (págs. 944-960). Madrid: Dykinson S.L.
- McHugh, S. (31 de enero de 2020). *El Correo de la UNESCO*. Obtenido de UNESCO: <https://courier.unesco.org/es/articles/el-podcast-la-radio-reinventada#:~:text=La%20creaci%C3%B3n%20del%20podcast%20se,pod%C3%ADan%20descargarlos%20a%20su%20conveniencia>
- Meijomil, S. (8 de Noviembre de 2022). *Inboundcycle*. Obtenido de Inboundcycle: <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/podcast#:~:text=hacerlo%20m%C3%A1s%20atractivo.->

,Qu%C3%A9%20es%20un%20podcaster%20y%20c%C3%B3mo%20convertirte%20en%20uno,que%20se%20dedica%20al%20podcasting.

Mendoza, L. (15 de Marzo de 2018). *Medium*. Obtenido de Medium: <https://lospodcasteros.medium.com/podcasting-en-per%C3%BA-entre-el-di%C3%A1logo-y-la-cultura-pop-b57b0e346ab7>

Moreno Espinoza, P., & Román San Miguel, A. (2020). Podcasting y periodismo. Del periodismo radiofónico de inmediatez a la información radiofónica de calidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (1), 432-453.

Moscal, T. (1994). *Sound – The Basic of Sound and Sound Systems*. Hal Leonard Corporation: Milwaukee.

Orna, E. (2023). *Necesidad de implementar el pensamiento crítico en la formación académica de los estudiantes de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*. Arequipa: [Tesis presentada para optar el Grado Académico de Doctor en Filosofía y Humanidades] Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

Parlatore, B., & et, a. (2020). *El podcast y el desafío de pensar lo radiofónico*. La Plata: Question/Cuestión, Vol 2 N°66.

Patiño, H. A. (2014). El pensamiento crítico como tarea central de la educación humanista. *Didac*, Número 64, 3-9.

Paul, R., & Elder, L. (2003). *La mini-guía para el Pensamiento crítico, conceptos y herramientas*. Dillon Beach: Fundación para el Pensamiento Crítico.

- Paul, R., & Elder, L. (2003). *Los fundamentos del Pensamiento Analítico. Cómo descifrar el pensamiento y qué buscar cuando lo descifra*. Dillon Beach: The Foundation for Critical Thinking.
- Paul, R., & Elder, L. (2005). *Estándares de Competencia para el Pensamiento Crítico*. Dillon Beach: Fundación para el Pensamiento Crítico.
- Peralta, R. (2023). *Uso de la plataforma Moodle y el pensamiento crítico en estudiantes de una universidad privada del Cusco, 2023*. Lima: [Tesis para optar el grado académico de Maestro en Docencia Universitaria] Universidad César Vallejo.
- Piñeiro-Otero, T. (2012). *Los podcast en la educación superior. Hacia un paradigma de formación intersticial*. La Coruña: Revista Iberoamericana de Educación. Universidad de La Coruña.
- Ponce, M. A., Oliva, D., & Acuña, D. (2023). *Influencia del periodismo radial para generar el pensamiento crítico en los estudiantes del 5° año de comunicación unheval 2023*. Huánuco: [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Ciencias de la Comunicación Social] Universidad Nacional Hermilio Valdizán.
- Portilla, I., & Herrera, S. (2004). El mercado de la emisora: la audiencia. En *Programación radiofónica* (págs. 161-211). Barcelona: Ariel.
- Progreso, E. (1984). *Diccionario de filosofía*. Moscú: Editorial Progreso.
- Ramírez, M. (2012). *Recursos tecnológicos para el aprendizaje móvil*. Madrid: Revista iberoamericana de educación a distancia.
- Riaño, F. (2016). *Todo Sobre Podcast 2016*. Publicación Independiente Autogestionada.

- Rivadeneira, C. (2022). *El podcasting en el Perú. Análisis de un medio nativo digital*. Lima: Universidad de Lima.
- Romero, V. (18 de Agosto de 2019). *La historia del podcast*. Obtenido de Alterciclo: <https://alterciclo.wordpress.com/2019/08/18/la-historia-del-podcast/>
- Saiz, C., & Rivas, S. (2008). Evaluación en Pensamiento Crítico: Una propuesta para diferenciar formas de pensar. *Ergo, Nueva Época*, 22-23, 25-66.
- Snell, N. (1995). *Internet ¿Qué hay que saber?* Madrid: Sams Publishing.
- Soto, J., & Tapia, R. (2024). *Pensamiento crítico y resolución de problemas matemáticos en estudiantes de 1er grado de educación secundaria de la Institución Educativa Fortunato Luciano Herrera de la ciudad del Cusco, 2022*. Cusco: [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Educación Secundaria: Especialidad Matemática y Física] Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- Torres, J. (Abril de 2021). *ResearchGate*. Obtenido de ResearchGate: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Fiabilidaddelasescalas-interpretacinylimitacionesdelAlfadeCronbach..pdf>
- Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. (2024). *Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación*. Obtenido de Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación: <http://cc.unsaac.edu.pe/home/>
- Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. (s.f.). *Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco: Historia*. Obtenido de Historia: <https://www.unsaac.edu.pe/historia/>

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. (s.f.). *Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco: Infraestructura*. Obtenido de Infraestructura: <https://www.unsaac.edu.pe/infraestructura/#:~:text=La%20Universidad%20Nacional%20de%20San,todas%20ellas%20destinadas%20a%20las>

Vidal, A. (2023). *El podcast como herramienta de enseñanza y aprendizaje en el curso de biología a nivel peuniversitario en Lima Metropolitana*. Lima: [Trabajo de suficiencia académica para optar el título profesional de Licenciado en Biología] Universidad Nacional Cayetano Heredia.

We Are Content. (12 de septiembre de 2023). Obtenido de We Are Content: <https://www.wearecontent.com/blog/podcast/historia-del-podcast>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Título: Consumo de podcast y análisis crítico de su contenido en estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES
GENERAL: ¿Cuál es la relación del consumo de podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024?	GENERAL: Examinar la relación del consumo de podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.	GENERAL: El consumo de podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.	VARIABLE INDEPENDIENTE: Consumo de podcast VARIABLE DEPENDIENTE: Análisis crítico del contenido
ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	ESPECIFICOS	DIMENSIONES
1. ¿Cuál es la relación del contenido del podcast con el análisis crítico del mismo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024?	1. Identificar la relación del contenido del podcast con el análisis crítico del mismo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.	1. El contenido del podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico del mismo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.	Consumo de podcast: - Contenido - Técnica - Dinámica
2. ¿Cuál es la relación de las técnicas del podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024?	2. Identificar la relación de las técnicas del podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.	2. Las técnicas del podcast se relacionan significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.	Análisis crítico del contenido: - Interpretación - Análisis - Evaluación - Inferencia - Explicación - Autorregulación
3. ¿Cuál es la relación de la dinámica del podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024?	3. Identificar la relación de la dinámica del podcast con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.	3. La dinámica del podcast se relaciona significativamente con el análisis crítico de su contenido en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024.	

JUSTIFICACIÓN	MÉTODO	UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA
<p>En pleno auge tecnológico, teniendo en cuenta que los medios de comunicación tradicionales están migrando a diversas plataformas en internet y adaptándose a ellas para mantenerse actualizados, no existen estudios específicos sobre el consumo de podcast en nuestra región, mucho menos en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, quienes deberían estar en la vanguardia de estos constantes cambios. Con respecto al análisis crítico, teniendo en cuenta que debería ser parte de nuestra cotidianidad, si existen estudios sobre el pensamiento crítico, pero del mismo modo, ninguno llega a ser específico sobre la variable podcast. La intención de esta investigación radica en contribuir con el conocimiento.</p> <p>Los resultados que la investigación demuestren, motivarían a los estudiantes no solo a consumir podcasts, sino que podrían aprender a utilizarlos como herramientas para poder llegar a más personas. Además, los podcasts pueden ser utilizados como herramientas para el aprendizaje y desarrollo continuo, así como también la aplicación y desarrollo de las habilidades del pensamiento crítico para su vida cotidiana, como ciudadanos más críticos y menos susceptibles a la desinformación, capaces de participar activamente en sociedad.</p> <p>Además, podríamos informarnos del nivel de conocimiento que tienen los estudiantes acerca del podcast y conoceríamos las características de su consumo y, este podría ser utilizado como herramienta digital que brinda información de acuerdo a las preferencias del oyente. Este estudio podría servir como respaldo a la creación de nuevos podcasts, pues podemos ofrecer una retroalimentación para que los podcasters puedan mejorar la calidad de su contenido y conocer de forma más detallada qué aspectos del contenido del podcast son más valorados por una audiencia más crítica.</p>	<p>ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN: Se utilizó un enfoque de tipo cuantitativo, el cual se encuentra dentro del nivel correlacional utilizado para medir y analizar la relación entre las variables mediante métodos estadísticos. Además de ello, el enfoque cuantitativo se caracteriza por su realce en la recolección de información y análisis del mismo, numéricamente, con el objetivo de probar las hipótesis.</p> <p>ALCANCE DE INVESTIGACIÓN: Esta investigación fue descriptiva correlacional, puesto que el estudio consta de dos variables y, además, se buscará determinar si existe una relación entre las variables, cómo y en qué medida se relacionan entre sí, pero sin manipular ninguna variable ni las condiciones del estudio.</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: La investigación realizada fue de tipo descriptivo no experimental, pues el investigador no manipulará directamente las variables. En este tipo de diseño, el investigador observa y recopila datos tal como se presentan naturalmente, sin intervenir para cambiar o influir en las condiciones del estudio. Los diseños no experimentales son comúnmente utilizados en estudios observacionales, descriptivos o correlacionales.</p>	<p>POBLACIÓN La población corresponde a un total de 619 estudiantes matriculados en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac.</p> <p>MUESTRA La selección para esta muestra es de 240 estudiantes matriculados en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac.</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS La técnica que se utilizó fue la encuesta, necesaria para responder los objetivos de la investigación. El instrumento que se utilizó para la investigación fue el cuestionario, el cual se dividió en tres partes, siendo dos de ellas realizadas con la escala de Likert.</p> <p>MÉTODO ESTADÍSTICO Las variables fueron representadas a través de tablas y gráficos para poder ser descritas y analizadas con mayor facilidad. Además, las pruebas de hipótesis fueron contrastadas con la tabla de correlación de Pearson.</p>

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE INSTRUMENTOS

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	# ITEMS	%	ESCALA VALORATIVA	INSTRUMENTO				
Variable Independiente: Consumo de podcast	1.1. Contenido	1.1.1. Entretenimiento	1. ¿Usted consume podcasts?	10	28.57 %	Pregunta de opción múltiple con elección única	Cuestionario de encuesta				
		1.1.2. Educativo	2. ¿Qué tipo de contenido de podcast consume más?								
		1.1.3. Informativo	3. ¿Por qué comenzó a escuchar podcasts?								
		1.1.4. Persuasión									
	1.2. Técnica	1.2.1. Audio	4. ¿Qué dispositivo utiliza más para escuchar podcasts?								
		1.2.2. Video podcast	5. ¿Cuál de las siguientes técnicas de podcast consume más?								
		1.2.3. Screencast	6. ¿Qué plataforma usa más para escuchar podcasts?								
	1.3. Dinámica	1.3.1. Monólogo	6. ¿Qué tipo de dinámica de podcast consume más?								
		1.3.2. Grupal	7. ¿Con qué frecuencia escucha podcasts?								
		1.3.3. Entrevista	8. Cuando usted escucha un podcast, ¿cuánto tiempo suele escucharlo?								
		1.3.4. Debate	9. ¿Cómo suele escuchar un episodio? 10. ¿Qué suele hacer mientras escucha un podcast?								
	A. Contenido		a. Considero que aprendo cosas nuevas al escuchar podcasts b. Prefiero escuchar podcasts en momentos de ocio y relajación, como entretenimiento c. Considero que para elegir un capítulo es necesario conocer sobre el tema del podcast d. Como estudiante, utilizo podcasts para repasar temas que me son útiles en la carrera					13	37.14 %	Escala de medición de Likert, donde: 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo	Cuestionario de encuesta

			e. Alguna vez un podcast logró persuadir mi opinión y/o forma de actuar			5: Totalmente de acuerdo	
	B. Técnica		a. Me siento atraído por la forma de narración que tienen los podcasts que escucho b. Prefiero ver el podcast a solo escucharlo c. Me siento incluido en el podcast cuando el podcaster comparte su pantalla y ambos observamos el mismo contenido al mismo tiempo				
	C. Dinámica		a. Considero que los podcasts que tienen invitados, enriquecen su contenido b. Me siento influenciado a escuchar un podcast por las personas que participan en él c. Cuando escucho un podcast, suelo tomar una posición de acuerdo a mis ideologías d. Considero que un podcast es más interesante y provechoso cuando tiene variedad de opiniones e. Prefiero oír dos o más voces en un podcast que una sola voz porque ayudan a desarrollar mejor un tema				
Variable Dependiente: Análisis crítico del contenido	2.1. Interpretación	2.1.1. Comprensión de la información	1. Puedo comprender bien el tema principal de los podcasts que escucho	12	34.28 %	Escala de medición de Likert, donde: 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo	Cuestionario de encuesta
		2.1.2. Identificación de la información	2. Como oyente, siento que la información que se me presenta es relevante				
	2.2. Análisis	2.2.1. Descomposición de información	3. Soy capaz de evaluar si los argumentos presentados en el podcast son coherentes				
		2.2.2. Identificación de las relaciones.	4. Soy capaz de identificar las conexiones entre los temas de un podcast				

	2.3. Evaluación	2.3.1. Valoración de la información	5. Suelo evaluar la credibilidad de la información que se me presenta en un podcast			5: Totalmente de acuerdo	
		2.3.2. Relevancia de los argumentos	6. Puedo reconocer los argumentos consistentes en un podcast				
	2.4. Inferencia	2.4.1. Predicción de alternativas	7. Puedo formular conclusiones en base a la información que se me presenta en un podcast				
		2.4.2. Planteamiento de conclusiones	8. Frecuentemente me planteo conclusiones después de escuchar un podcast				
	2.5. Explicación	2.5.1. Justificación del proceso	9. Frecuentemente expreso mi opinión después de escuchar un podcast				
		2.5.2. Presentación de argumentos	10. Puedo explicar de manera clara el contenido de un podcast a otra persona				
	2.6. Autorregulación	2.6.1. Autoexaminación crítica	11. Frecuentemente reflexiono sobre mi comprensión de los podcasts que escucho				
		2.6.2. Corrección y adaptación	12. Frecuentemente suelo replantear mi pensamiento y opinión después de escuchar un podcast				

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS: CONSUMO DE PODCAST Y ANÁLISIS CRÍTICO DE SU CONTENIDO EN ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNSAAC, CUSCO 2024

Nro. de Cuestionario: _____

Fecha de Aplicación: ___/___/___

Estimado estudiante de Ciencias de la Comunicación, la presente encuesta está diseñada para obtener información para el trabajo de investigación “Consumo de podcast y análisis crítico de su contenido en estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac, Cusco 2024”, por lo que agradezco su más sincera respuesta. Del mismo modo le recuerdo que la encuesta es anónima y la información obtenida será utilizada únicamente con fines académicos.

Para responder, seleccione la respuesta que usted crea conveniente de acuerdo a su experiencia personal. Gracias por su disponibilidad para participar.

INDICACIONES: Lea cuidadosamente y marque con una X en la respuesta que más le convenga.

I. DATOS GENERALES:

- | | | | |
|--------------------|-----|-------------------------|-----|
| a. Edad: | | c. ¿Qué semestre cursa? | |
| a) De 16 a 17 años | () | a) 1er semestre | () |
| b) De 18 a 20 años | () | b) 2do semestre | () |
| c) De 21 a 23 años | () | c) 3er semestre | () |
| d) De 24 a 26 años | () | d) 4to semestre | () |
| e) Más de 26 años | () | e) 5to semestre | () |
| | | f) 6to semestre | () |
| b. Sexo: | | g) 7mo semestre | () |
| a) Femenino | () | h) 8vo semestre | () |
| b) Masculino | () | i) 9no semestre | () |
| | | j) 10mo semestre | () |

VARIABLE: Consumo de podcast:

Dimensión: Contenido:

1. ¿Usted consume podcasts?
 - a. Nunca ()
 - b. Casi nunca ()
 - c. A veces ()
 - d. Con frecuencia ()
 - e. Siempre ()

2. ¿Qué tipo de contenido de podcast consume más?
 - a. Entretenimiento ()

- b. Educativo ()
 - c. Información ()
 - d. Persuasión ()
3. ¿Por qué comenzó a escuchar podcasts?
- a. Por el contenido diverso ()
 - b. Libertad de escuchar cómo, cuándo y dónde quiera ()
 - c. Facilidad de acceso y descarga ()
 - d. Poder hacer otras actividades mientras lo escucho ()

Dimensión: Técnica:

4. ¿Qué dispositivo utiliza más para consumir podcast?
- a. Smartphone ()
 - b. Computadora de escritorio ()
 - c. Laptop ()
 - d. Tablet ()
5. ¿Cuál de las siguientes técnicas de podcast consume más?
- a. Audio ()
 - b. Video podcast (emisión de audio y video) ()
 - c. Screencast (grabación de la pantalla del podcaster) ()
6. ¿Qué plataforma utiliza más para escuchar podcasts?
- a. Spotify ()
 - b. YouTube ()
 - c. iVoox ()
 - d. Google podcasts ()
 - e. Apple podcasts ()
 - f. Otro () Especifique: _____

Dimensión: Dinámica:

7. ¿Qué tipo de dinámica de podcast consume más?
- a. Monólogo ()
 - b. Grupal ()
 - c. Entrevista ()
 - d. Debate ()
8. ¿Con qué frecuencia escucha podcasts?
- a. Diariamente ()
 - b. Dos o más veces por semana ()
 - c. Una vez por semana ()
 - d. Varias veces al mes ()
 - e. Una vez al mes ()
9. Cuando usted escucha un podcast, ¿cuánto tiempo suele escucharlo?
- a. Menos de 15 minutos ()
 - b. Entre 15 y 30 minutos ()
 - c. Entre 45 y 60 minutos ()

- d. Más de una hora ()
10. ¿Cómo suele escuchar un episodio?
- a. Lo escucha completo ()
- b. Lo escucha por partes, pero completo ()
- c. Suelo escuchar menos de la mitad ()
- d. Suelo escuchar más de la mitad ()
11. ¿Qué suele hacer mientras escucha un podcast?
- a. Tareas de la universidad ()
- b. Tareas domésticas ()
- c. Descanso (solo escucho el podcast) ()
- d. Hacer ejercicio ()
- e. Me transporto de un lugar a otro ()

VARIABLE: Contenido de podcast:

Lea las siguientes afirmaciones y marque en cada ítem una “X” en la casilla correspondiente a la alternativa que se ajuste mejor a su percepción personal, siendo:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Nº	DIMENSIÓN	ÍTEM	VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
1	Contenido	Considero que aprendo cosas nuevas al escuchar podcasts					
2		Prefiero escuchar podcasts en momentos de ocio y relajo, como entretenimiento					
3		Considero que para elegir un capítulo es necesario conocer sobre el tema del podcast					
4		Como estudiante, utilizo podcasts para repasar temas que me son útiles en la carrera					
5		Alguna vez un podcast logró persuadir mi opinión y/o forma de actuar					
6	Técnica	Me siento atraído por la forma de narración que tienen los podcasts que escucho					
7		Prefiero ver el podcast a solo escucharlo					
8		Me siento incluido en el podcast cuando el <i>podcaster</i> comparte su pantalla y ambos observamos el mismo contenido al mismo tiempo					
9	Dinámica	Considero que los podcasts que tienen invitados, enriquecen su contenido					
10		Me siento influenciado a escuchar un podcast por las personas que participan en él					

11		Cuando escucho un podcast, suelo tomar una posición de acuerdo a mis ideologías					
12		Considero que un podcast es más interesante y provechoso cuando tiene variedad de opiniones					
13		Prefiero oír dos o más voces en un podcast que una sola voz porque ayudan a desarrollar mejor un tema					

VARIABLE: Análisis crítico:

N°	DIMENSIÓN	ÍTEM	VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
1	Interpretación	Puedo comprender bien el tema principal de los podcasts que escucho					
2		Como oyente, siento que la información que se me presenta en un podcast es relevante					
3	Análisis	Soy capaz de evaluar si los argumentos presentados en el podcast son coherentes					
4		Soy capaz de identificar las conexiones entre los temas de un podcast					
5	Evaluación	Suelo evaluar la credibilidad de la información que se me presenta en un podcast					
6		Puedo reconocer los argumentos consistentes en un podcast					
7	Inferencia	Puedo formular conclusiones en base a la información que se me presenta en un podcast					
8		Frecuentemente me planteo conclusiones después de escuchar un podcast					
9	Explicación	Frecuentemente expreso mi opinión después de escuchar un podcast					
10		Puedo explicar de manera clara el contenido de un podcast a otra persona					
11	Autorregulación	Frecuentemente reflexiono sobre mi comprensión de los podcasts que escucho					
12		Frecuentemente suelo replantear mi pensamiento y opinión después de escuchar un podcast					

Muchas gracias por su participación.

ANEXO 4: TRÁMITE DOCUMENTARIO PARA CONOCER LA POBLACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
UNIDAD DE CENTRO DE CÓMPUTO

NOTA DE ATENCION N° - 032-2024-UCC-DSI-UNSAAC-VIRTUAL

DE : ING. AGUEDO HUAMANI HUAYHUA
 JEFE DE LA UNIDAD DEL CENTRO DE CÓMPUTO

A : CLAUDIA ANDREA BECERRA FLORES
 EGRESADA DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
 COMUNICACIÓN.

ASUNTO : REMITE INFORMACION SOLICITADA.

REFERENCIA: EXPEDIENTE N° **684115**

FECHA : CUSCO, 19 DE SETIEMBRE DE 2024

Habiendo tenido conocimiento del documento de la referencia y mediante la Unidad de Tramite Documentario sírvase hacer de conocimiento al usuario, la información solicitada mediante el expediente N° 684115. El mismo que se adjunta a la presente

Es cuanto puedo informar a usted para las acciones que amerite el caso.

Atentamente.



)LUPDGR GLJLWDOPHQWH
 SRU+8\$0\$1, +8\$<+8\$ \$JXHGR
)\$8 VRIV
 0RWLYR (Q 6HxDO GH &RQIRUPLGDG
 -HIH 8QLGDG GH &HQWUR GH
 &yPSXWR
)HFKD

C.C.
 AHH/sab.
 Archivo

ANEXO 5: LISTA DE ALUMNOS MATRICULADOS

MATRICULADOS 2024-2 EN CS. DE LA COMUNICACIÓN	
Alumno	Nombre
225112	ABARCA-CONCHA-LUANA IRAMY
200163	ACERO-AUCCATINCO-BRIHAM STIVE
215519	ACHAHUI-CHISEN-ELOY ARMANDO
240970	ACHAHUI-GAMES-ALEX SANDER
200630	AGUILAR-ABARCA-ALEJANDRA
204509	AIMITUMA-COTOHUANCA-JOSE
211144	AITARA-CRUZ-YASER AMERICO
210670	ALARCON-HERRERA-CLAUDIA
240971	ALCCACONDORI-HINOJOSA-LETICIA HERMINIA
192815	ALMANZA-PANIAGUA-MARCOS ISAAC
240972	ALMIRON-NINA-YESED ABRAHAM
225113	ALTAMIRANO-MAMANI-FRIEDRICH YOZHIRO
210671	ALVAREZ-CCOPA-GABRIEL SAMID
210672	ALVAREZ-LOAIZA-FABIAN
141870	ALVAREZ-TINCO-MARIA DE LOS ANGELES JULISSA
234622	ALVAREZ-TUPAYUPANQUI-RAPHAEL
245926	ANCCASI-CHALLCO-JOEL
221641	ANTO-MONTALVO-EIRTON CESVER
194734	APARICIO-HUAMAN-BRAYAN ADRIAN
194324	APARICIO-LAZO-ALDOUS RUDEL
193693	APASA-HUAMAN-EMILIO
182064	APAZA-AYTE-JOHN EMERSON
235159	APAZA-CAHUATA-EVO GONZALO
163593	APAZA-CHOQUE-YOSELIN
245224	APAZA-QUISPE-PAULINA
184432	APAZA-QUISPE-RUBEN ANGEL
192191	AQUINO-ILLA-SHERY MIRSA
211145	AQUINO-JAQUEHUA-RUTH MERY BEATRIZ
245927	AQUINO-MENDOZA-ROBERTO CARLOS
200164	ARAUJO-GARCIA-VANESSA
240196	ARIAS-AMPA-MAGALI
234579	ARIAS-CARRASCO-BORIS ANGGELO
182067	AROTAYPE-PILLCO-ALAN FABRIZIO
210673	ARRIAGA-ROZAS-MARIA DEL CARMEN
215010	ASCUE-QUISPE-ALISSON ESTEFANY
224849	ATACO-TORRES-NESTOR
245225	ATAYUPANQUI-TERRAZAS-SHIRLEY ESTEFANY
230383	AYERSA-SUCASACA-VICTOR BRUNO

235768	AYLLON-MACEDO-YURICO MERCEDES ELIZABETH
200165	AYMA-BRAVO-ADRIEL TEOFILO
241886	AYMITUMA-HANCCO-FLOR ROXANA
224602	BACA-AITE-RUBEN FERNANDO
194735	BACA-CHOCATA-WALDIR
224603	BACA-MOZO-HELEN INGRID
225114	BACA-TORRES-DEYSI LEONOR
200166	BANEGAS-LUNA-DANIELA
224604	BARRIENTOS-CONTRERAS-ADRIANA ABIGAIL
221219	BARRIENTOS-MARKA-LEYDI ESTEFANI
230144	BARRIENTOS-TORRES-WILIAN
215011	BAUTISTA-CHAMPI-KELITA
231218	BAUTISTA-CUELLAR-YHANELA VANESSA
245928	BAUTISTA-VALLEJOS-LUIS FIDEL
204510	BEDOYA-GARCIA-LUIS EDUARDO
215012	BEDOYA-MACUTELA-INDIRA BRISSETTE
210674	BELLIDO-PAUCAR-MICAELA MERY
234580	BELLOTA-PORTILLA-DAYANA
215013	BENIQUE-IBARRA-VALERY
204217	BENITES-MENDOZA-SALOMON
204218	BERNAL-TINTAYA-ANA GABRIEL
141033	BERNARDO-HUAMBO-WALTER OCTAVIO
224605	BOLAÑOS-MONTES-ANYELI HASHIRA
245929	BOMBILLA-PEÑA-CINDY MABELIN
204511	BONIFACIO-QUICO-MARIA ESTRELLA
240197	BORDA-LOPEZ-DAMMARIS FRANCISCA
230735	BRAVO-CONDORI-JOSELINE ANTUANELA
240974	BUSTAMANTE-CONDORI-DANIELA YAMILET
200167	BUSTOS-CUNO-MELANNI ALEJANDRA
211647	CABRERA-HUILLCA-JULIA MILAGROS
245930	CACERES-CCOLQUE-ALVARO
245226	CALACHAHUIN-CARRASCO-LUZ YOSHIRA
240975	CALANCHA-MEDINA-JHON SEBASTIAN
215520	CALLA-CHAMPI-YUDITH ELISABETH
241887	CALLAPIÑA-PINARES-DAYMAR GERMARYORI
234581	CALLO-CONDORI-LIZ AMALY
204220	CAMACHO-DAZA-SAYDA BRILLITH
220124	CANA-TTITO-KARLA FIORELA
231625	CANDIA-MAR-ADRIANA CELESTE
245227	CANDIA-ÑAUPA-HELEN DAMARIS
124500	CANDIA-ZAPATA-YRWIN JEHOVANY

220329	CANSINO-ZEA-MIGUEL ANGEL
204515	CARAZAS-QUISPE-MARICIELO RUBITH
204516	CARBAJAL-ESPINOZA-FABIOLA YRIS
240976	CARBAJAL-ORUE-VALERIA ANGELY ESTHER
211648	CARDENAS-QUISPE-KATHERINE LUCIA
191662	CARPIO-HUAMANQUISPE-ENMANUEL ANDERSON
240198	CARRION-FLOREZ-MATIAS
204221	CARRION-PUELLES-YANELA SAYURI
234582	CASAFRANCA-AGUILAR-JESSELETH KIARA
210126	CASTAÑEDA-HUALLPAMAYTA-ANDREA PILAR
210676	CASTELLANOS-TISOC-JOSE ALBERTO
164037	CASTILLO-CHANI-FELICIANO
200168	CASTILLO-DEZA-CHRISTIAN GABRIEL
215015	CASTRO-BARRIENTOS-MARIA JOSE
240199	CASTRO-CACERES-ANYELI ZAHIRA
215521	CAVERO-PACCO-SARAI
215522	CCACYAVILCA-MERMA-MADELEYNE
200455	CCAHUANTICO-RAMOS-ANA CECILIA
183995	CCALLA-QUISPE-CRISTIAN
235160	CCANCHI-CHOQUE-IMELDA MARIBEL
215523	CCANCHI-QUISPE-MERY ANGELICA
245229	CCANSAYA-RIVERA-SHAKIRA SHEYLA
220330	CCANTO-ORMACHEA-MIJAEEL RODRIGO
210677	CCAPA-CARAZAS-LISBET
170885	CCAPATINTA-PAJA-WILLIANS
204519	CCARITAYÑA-DAVALOS-FIORELLA
192401	CCOLQQUE-ARIAS-CELEDONIO
224606	CCOLQUE-CAVIEDES-HECTOR
155099	CCOLQUERE-SAAVEDRA-YHORDAN
201027	CCOMPI-QUISPE-RUTH REBECA
241888	CCONOCHUILLCA-ALVAREZ-MIA FIORELLA
230384	CCORAHUA-RIOS-MARIA DEL CARMEN
225115	CCORIHUAMAN-HURTADO-EMILY
225116	CENTENO-GUTIERREZ-MARIA DEL CARMEN
240645	CHACOLLI-CALANI-CAMILA MILENA
221220	CHACON-MAYCA-JOAQUIN GUILLERMO
204520	CHAMPI-JALIXTO-ANALISBE
194737	CHAMPI-VERGARA-MATTHEUS ANDREI
215017	CHANI-CAMACHO-ELISA ANAMI
194738	CHAÑI-LOPEZ-NANCY
230385	CHAÑI-YAMPI-KATHERIN ANDREA

201028	CHARA-FLORES-YASER RUNI
245931	CHASIN-QUISPE-CARLO EDUARDO
215018	CHAVEZ-MOREANO-ALDAIR JUVENAL
210261	CHAVEZ-QUISPE-SHEYLA SHARMELY
245230	CHECCO-CHACON-LENIN LEOMAR
210262	CHERO-PALOMARES-ANNIE MARIAN
211650	CHILO-ZUÑIGA-JESSICA
220732	CHINO-CHINO-EDUARD YONATHAN
215524	CHIPA-CHUMPISUCA-PAMELA MILAGROS
224607	CHIRA-SUNA-ROSMERY
216007	CHIRAPA-QUISPE-YASHIRA NINOSKA
211147	CHOA-QUISPE-NAY SHEUMADA
245231	CHOQQUE-TARAPAQUI-FLOR NAYDA
235161	CHOQUE-ALANOCA-DANIELA DEL PILAR
231626	CHOQUE-QUISPE-BRENNY LUZ
204223	CHOQUECCOTA-ALARCON-ELIAN ZORAIDA
215019	CHOQUEHUANCA-CUNO-CARMEN LUZ
220331	CHOQUEMAQUI-MAMANI-PAOLO VALERO
221644	CHOQUEPUMA-TACOMA-YESMILA
200169	CHUCTAYA-MAMANI-JOSE ANTONIO
211651	COLLANTE-CARRASCO-RODRIGO
221221	CONCHA-BUSTAMANTE-DAYANA THALY
221562	CONDE-HUILLCA-RONAL JHONATAN
182079	CONDE-TORRES-NATHALY MARLENE
221222	CONDORI-ESCOBEDO-KELY VIANNEY GABRIELA
230145	CONDORI-HUAMAN-MARIA MAGDALENA
234583	CONDORI-PUMA-ROCIO
234584	CONDORI-SONCCO-LUCY MAYELI
234585	CONTRERAS-FARROÑAN-CECILIA JADMELLY
220126	CONTRERAS-QUISPE-BRYAN NICOLAS
211148	CORAZAO-CHAUCA-PAMELA SIOMARA
204522	CORBACHO-HUAMULLO-ALEXANDRA SOLANGE
225117	CORDOVA-CHALLCO-WALDO
215021	CORPUNA-INGA-LUPE CAROLINA
245932	CORRALES-TAIÑA-ELIZABET NOEMI
210678	CRUZ-CARLOS-FERNANDO
234586	CRUZ-MORALES-YONY
234587	CRUZ-PUMALLICA-ELISABETH
215022	CRUZ-YUPANQUI-LUIS ALBERTO
215525	CUBA-VELASQUEZ-LESDY CAROL
240200	CUCHILLO-CHALLCO-KARENT ALISON

225118	CUSI-ZAPATA-VIVIANA LUCRECIA
210127	CUSICUNA-HUAMAN-YAMIL INTI
210128	CUSIHUALLPA-HUAMAN-SILVANA PAOLA
225119	CUSIHUAMAN-GAMARRA-FLOR ADRIANA
200170	CUSIHUAMAN-HUILLCA-WILSON ROMULO
235162	CUSIHUAMAN-HUILLCANINA-CLARIS BETZABETH
240201	CUSIHUAYTA-QUISPE-SALOME
245232	CUTIMBO-ALVAREZ-GABRIELA MILAGROS
245933	CUTIRE-PALLANI-JOSUE EDU
245233	DE LA CRUZ-MAYHUIRE-MAYRA XIMENA BRIGYTH
200457	DELGADO-HUAMAN-RONALD JOSEPH
210680	DIANDERAS-CABRERA-DAYANA
173967	DIAZ-CAMPANA-KUSI KCOULLUR
204523	DIAZ-FARFAN-ANDREA ISABEL
230146	DÍAZ-VIDAL-KATHERINE ALEJANDRA
211149	DOLMOS-FLORES-LILA KANTU SURIYA
235163	DONAIRES-MENDOZA-JONAS ESSAU
240977	DUEÑAS-MAMANI-JULIA SHIRLEY
245934	DURAN-QUISPE-MIGUEL ANGEL
200631	DURAND-DAVALOS-PEDRO DANIEL
194332	ESCALANTE-PACCO-NATHALY JANET
210263	ESCALANTE-ZAVALA-ROYER
192196	ESPETIA-CJUIRO-LUIS ROLANDO
210681	ESPINOZA-ZEA-YANELA
192198	ESTRADA-DELGADO-FRANCO SEBASTIAN
215023	FERNANDEZ-ALEJOS-LEYDI ROSARIO
220332	FERNÁNDEZ-MENDOZA-DANA ANDREA
221223	FERNANDEZ-PAQUILLO-YULISSA MAYRA
210684	FIGUEROA-RIOS-INDIRA MELANIE
211652	FLORES-ARCEGA-CARLA STEFANY
215526	FLORES-HUALLPA-OLIVER
240979	FLORES-MOZO-AXEL SEBASTIAN
234588	FLORES-YAPURA-JHONATAN
195305	FOLLANA-VILCA-ANGELA
133985	FRANCO-RUIZ-OSCAR EDUARDO
235164	GALIANO-QUISPE-NICOLE MISKY
235165	GALLEGOS-ACURIO-XIONE ROCIO
224608	GALVAN-HUICHO-LILIANA
204525	GAMARRA-ARAGON-SITA RAM
215024	GAMARRA-CUSIHUAMAN-LUIS ANDRE
221224	GARCIA-HUAMAN-MAYDA ROSMERY

235166	GARCIA-RODRIGUEZ-JAVIER SEBASTIAN
182091	GARCIA-SANTA CRUZ-BRENDA SHIRLEY
240980	GARRIDO-CRUZ-ANALI
240981	GAVANCHO-CARTAGENA-DIANA
091099	GOMEZ-GOMEZ-NESTOR
230147	GONGORA-BENAVENTE-AYLETHE LUCIA
245234	GONZALES-CALDERON-LUIS FERNANDO
170192	GONZALES-CUEVA-SOLANGE MAYLI
240202	GONZALES-FLORES-SARISA ABIGAIL
211150	GONZALES-MAYTA-CARLOS EDUARDO
235167	GONZALES-PINARES-ANALY
235168	GONZALO-SULLCAPUMA-ERICK OLIVER
220333	GRAMADA-QUISPE-ALESSANDRA INES
240982	GRANDILLERT-NEGRÓN-NANDINI
245935	GUERRA-PUCLLA-EVERTH ARTURO
230387	GUTIERREZ-ANGELINO-JUAN DIEGO
245235	GUTIERREZ-DURAND-MARCELA ALDANA
221225	GUTIERREZ-MARTINEZ-KIMBERLY GABRIELE
200171	GUZMAN-HUAMPOTUPA-LINDA NOEMY
231221	GUZMAN-MAMANI-PAMELA ISABEL
224610	HALANOCCA-CCAHUANA-VALERI
225120	HANCCO-SONCCO-ANDREE DEMIAM
235169	HERRERA-ZAPANA-EMERSON
211653	HOLGUIN-VILLALOBOS-MAYRA JUDITH
204527	HUACAC-CORDOVA-JUANA MARY
211654	HUACAC-QUIÑONES-ALDAIR RICHARD
221226	HUACHACA-CRUZ-JHOEL JIMMY
211655	HUALLPA-QUISPE-MILBIA
215527	HUALLPA-TTIRA-BRANDY MATEO
200458	HUAMAN-FERNANDEZ-DEYSI LUCIA
210264	HUAMAN-HIDALDO-BRANDON SMITH
210683	HUAMAN-HUAMAN-NILSON WALDIRSON
221227	HUAMAN-HUAMANI-MERY LUCIA
215025	HUAMAN-HUILLCA-CARLOS ALBERTO
114455	HUAMAN-PAREJA-MELISA
215528	HUAMAN-PARI-LIRIS LILIANA
245936	HUAMAN-PASTOR-LUIS ALBERTO
204528	HUAMAN-PFUYO-SHARON GABRIELA
240983	HUAMAN-PILARES-ANTONY MARCO
224611	HUAMAN-PUMA-FATIMA MEDALITH
215026	HUAMAN-QUIRITA-BRIGHITTE YURIKO

245236	HUAMAN-QUISPE-CRISTHIAN MANUEL
245938	HUAMAN-QUISPE-MARINA
240984	HUAMAN-SUMA-RUTH NASHIERY
200173	HUAMAN-TOCRE-EVELIN
192202	HUAMAN-TTITO-ELVIS ANTONI
230148	HUAMAN-YUCRA-EMELY GABRIELA
240203	HUAÑAHUI-CABRERA-SALY QOYLLUR
220734	HUANCA-HUAMANI-IVETH DANIELA
200633	HUANCA-MAMANI-EDU EDUARDO
221646	HUANCA-QUISPE-RODRIGO ISSAEL
240985	HUANCA-TUPAYACHI-SARAIT JAZIA
240986	HUARACHA-HUAMANI-MELANY MITZUANY
240987	HUARANCA-QUISPE-LIYAM MENLY
245237	HUARCO-LIMA-BRISAYDA
230388	HUARHUA-LAZO-FABRICIO RONALD
225121	HUASCAR-LLAVILLA-IVAN
225122	HUAYACONZA-HUANCA-MISHELL MARIELA
221228	HUAYLLANI-CUBA-LUIS ALBERTO
200174	HUAYOTUMA-FERNANDEZ-MILAGROS GABRIELA
240646	HUILLCA-CCASA-FLOR DE MARIA
211656	HUILLCA-CRUZ-SHIRLEY YULISSA
200634	HUILLCA-MUELLE-IZEL
211619	HUILLCA-REYES-DAVID ANGEL
245238	HUILLCA-TINTAYA-EFRAIN MELCHOR
220335	HUILLCAS-APAZA-GABRIELA
245939	HUIÑAPE-AUCCAYPFURO-IVAN RODRIGO
163602	HURTADO-SANTA CRUZ-JOSE CARLOS
215027	ILLA-MASI-JHOJAN
110917	IRCO-VALDEZ-GERSON ROLANDO
221647	JARAMILLO-VALLENAS-MAYLI
230389	JORDAN-DONAIRES-JHULIANA ALISSON
210686	JUSTINIANI-CURASI-NOE
204224	JUSTINIANI-LOZANO-MARCELLO
235767	KARI-SERRANO-JHOSEP GUIHOSEPY
210129	LABRA-AVILES-DALIA YAZMIN LUCERO
210687	LAIME-MENDOZA-ANEL DANAE
215530	LANDEO-KCALA-CIELO ABIHAIL
200176	LAURA-CABRERA-VICTOR RAUL
101387	LEON-CURASI-JACKELINE RUTH
230149	LEÓN-HUAMÁN-CARLOS ALBERTO
204226	LEON-SULLCA-VITMAR

922024	LEZAMA-RIVAS-JAZMIN AUREA
225123	LIGARDA-ALARCON-REYNALDO
230390	LIMA-HUISA-ANDERSON GREGORY
204530	LLACTA-PEREIRA-MIGUEL ANGEL
221648	LLAMOCCA-ALIRI-SEBASTIAN NOE
231627	LLANQUE-VELASQUEZ-ANMY ANNETTE
230736	LLICAHUA-GARCIA-CAROLINA
231224	LLOCLLA-PACCOCONZA-WILFINS HABID
211657	LOAIZA-CONDO-JOSWAL ESTIK
210265	LOAYZA-ROMERO-ELVIN
240205	LOPEZ-POCOHUANCA-RUTH SINFANY
210689	LUNA-CHAMPI-SUSAN RAQUEL
174695	LUNA-MARTINEZ-RAUL
215531	LUQUE-HUAYLLA-SHEYLA FLOR
245940	LUQUE-YUPANQUI-KATHIA BELINDA
204532	MAMANI-AQUISE-LIZARDO RAMIRO
163603	MAMANI-ARENAS-JULY ANALI
245941	MAMANI-CHACON-DEYVIT BRIYAN
170481	MAMANI-CLEMENTE-LINDA ANGELY
241891	MAMANI-CONDORI-NAYELY
234589	MAMANI-GUZMAN-LIZELY KORINA
245942	MAMANI-HANCCO-GABRIEL ANTAURO
221650	MAMANI-QUISPE-YOSELYN MISHEL
220336	MAMANI-TITO-MASHIELI
240206	MAMANI-YANQUE-DANIELA MILENE
210690	MAMANI-YANQUE-DANITZA KRUPSKAIA
130934	MANGO-RAYME-JULIO CESAR
235171	MAQUERE-MAMANI-ANALU
225125	MAQUE-CARDENAS-RIDBEL JOSE MARIA
220337	MARCAVILLACA-CASTILLO-ANA GABRIELA
221229	MARTINEZ-ALLENDE-EVELIN
240990	MASIAS-HUAMAN-SHAIT E-MANUEL
184444	MATTO-HUAMAN-CESAR BEKER
231629	MAXDEO-KADAGAND-AXEL GABRIEL
204534	MAYTA-CALSINA-CHRISTIAN RODRIGO
240207	MAYTA-CERVANTES-MELISSA
240208	MAYTA-CUSIHUAMAN-MATILDE
231225	MAYTA-HUAMAN-NELY
221651	MAYTA-MERCADO-MILAGROS LUCY
240647	MAYTA-VISA-YOSELIN
211658	MEDINA-ASTETE-YONY LUZ

231630	MEDINA-CCOLQQUE-PAULA MABELA
240648	MEDINA-PANDO-THYRZA MERCEDES
204535	MEJIA-LLANCCACURO-LIZBET
192204	MELO-ACOSTUPA-MARCELA PIERINA
215028	MELO-MAMANI-RONALD
211151	MENDOZA-CCANA-GABRIELA MATILDE
220736	MENDOZA-CHUSI-MEDALY MILAGROS
230150	MENDOZA-LETONA-YOSHI YANINA
931710	MENDOZA-SALAS-THONY
240991	MENDOZA-USCA-JOSÉ OSWALDO
225126	MERMA-TORRE-DANA DRUZILA
235172	MESCO-CHOQQUE-PIEDAD DIANA
141348	MEZA-BELLIDO-BRENDA NINOSKA
192392	MEZA-QUISPE-RONY FERNANDO
230391	MIRANDA-CASTRO-RAYDA LUCRESIA
224613	MIRANDA-CUTIRI-SUSAY DANIELA
211659	MIRANDA-SALLO-RUTH MARCELA
170891	MIRANDA-TERREROS-GONZALO ERNESTO
224614	MOLLENIDO-ESCUDERO-SHEYLA LINDA
235173	MONGE-BAZAN-ERIKA JUSTINA
200636	MONTES-ESCOBAR-SASHA VALERIA
220338	MONTOYA-EGUILUZ-JOSELINE ADRIANA
240992	MORA-CARRERAS-DAKOTA
220127	MORA-CCAHUA-SEBASTIAN GUIDO
110918	MORA-QUISPE-YURANDIR
234590	MORA-USCA-KAROLAY
215534	MORANTE-MORALES-FRANCCESCA MILENA
245240	MOREANO-YUCRA-ITALO
211660	MORVELI-LOAYZA-CARMEN CAMILA
141850	MUELLE-ARCE-MARIELA
245241	MUJICA-MENDOZA-SEBASTIAN
192604	MUÑOZ-MEZA-BRAYAN JONATHAN
210692	ÑAHUI-ARIAS-MAX ADRIAN
231631	NAYHUA-CHALLCO-DANIELA
201031	NIETO-ESPEJO-GIANELLA HELLEN
221230	NINA-CCOYA-JUDITH
160342	NINA-CURO-CAROLINA MILAGROS
245943	NINA-LLIMPI-KEYSY ANGELA
241892	NINA-LLOCLLE-SONALY YANIRA
215535	NINA-VILLALVA-RUTH ARACELY
220339	NOA-SANCHEZ-OSCAR ANTHONY

161561	NÚÑEZ DEL PRADO-MORVELY-SEBASTIAN DARÍO
220128	NUÑEZ-HUAMAN-VALERYE PAOLA
224615	OCAMPO-GUTIERREZ-SHEYLA JHOSELIN
224616	OCHOA-OCHOA-ZOIL FERDINAN
234592	ODICIO-CAMACHO-ALVARO AUGUSTO
225127	OLIVERA-GRANDEZ-LIMBER STIVEN
240649	OLIVERA-ZARATE-MAJA JOCABET
215536	ONOFRE-CONDORI-GILDA BRITNEY
210693	OPORTO-GAMARRA-BRENDA ANTUANETTE
210130	OQUENDO-ESCARCENA-ANEL IMA SUMAC
215537	ORCON-YUPAYCCANA-YULIANA MICHELL
220340	ORIHUELA-CAÑARI-CLAUDIO SEBASTIAN
231227	ORMACHEA-FUENTES-EDGARD ALEXANDER
200178	ORTEGA-HUAMAN-GEIDY
215538	ORTIZ-GUTIERREZ-YAKELIN FIORELA
221231	ORTIZ-HUAMANÑAHUI-ALEAN
234593	ORTIZ-VALENCIA-ANA ISABEL
144607	OTAZU-VALDIVIA-YENELEE MARCIA
230394	OVALLE-HUACHACA-DANGHER EDENMYZ
221232	PACCO-ESTRADA-SHERELYN DANAYT
194747	PACHA-CARBAJAL-JUAN XAVIER
245242	PACHECO-GOMEZ-PAULA ALEXANDRA
193705	PACHECO-HURTADO-JHON UZIEL
204536	PALOMINO-CASTRO-ALBIERI NAYFOL
230738	PALOMINO-CRUZ-FLOR ANALY
801186	PAREDES-VARGAS-JAVIER JUAN
234594	PAREJO-CHUMBES-MIRIAM RUSMERY
220129	PARIGUANA-CUTIPA-DANIELA BIANCA
161564	PARIGUANA-HUANCA-MISHIEL
240209	PARILLO-BRAVO-GADELY ZENDIA
230395	PATI-RODRIGUEZ-ROSA ANGELA
231632	PAUCARMAYTA-HUAMANI-EDSON RONALDO
221233	PEÑA-SANCHEZ-OLIVER SAUL
230396	PERALTA-BORDA-ERIK ROBERTO
051771	PERALTA-HANCO-SUSAN
090567	PERALTA-MAMANI-LESLIE LIZETTE
245944	PERALTA-VARGAS-MELANY
240210	PERCCA-ANTONIO-JULIO CESAR
234595	PERCCA-SUNI-RENE ALEX
201032	PERCCA-TUPAYACHI-GABRIELA
204537	PEREIRA-QUISPE-RUBY NAYELY

245945	PEREYRA-CRUZ-ROSSY MILAGROS
110189	PFOCCORI-QQUERAR-JAVIER
231633	PFURA-CONDE-ZURIC CAMILO
220737	PILLCO-PUMALLICA-RUTH ERIKA
220341	PINO-HUAMAN-KADIJA NOHELIA
245243	PISFIL-SEQUEIROS-ARIANA PAOLA
101958	POMPILLA-SALAS-DANNY MARTIN
211154	PUMA-BERNA-FERNANDO
204538	PUMA-CHATATA-JOSHELYN DANIA
215539	PUMA-CRUZ-SHEYLA
230397	PUMA-LIMACHI-ISMAEL LENYN
210695	PUMA-OCAMPO-ANGEL DAVID
234597	PUMA-UNZUETA-LUZ JIMENA
231228	PUMA-USCA-SAMANTA
234598	PUMALLOCLA-MENDOZA-EDWIN
200638	QUENTA-SOTO-ROCIO
231229	QUENTA-MELO-SONIA
210696	QUIJHUA-PAILE-JENNIFER ELIDA
200179	QUILCA-MENDOZA-GUADALUPE ADELA MILAGROS
224617	QUILCA-PINTO-LUCY MAGDA
215029	QUIÑONES-AMAO-SEBASTIAN LUIS
221234	QUINTASI-PÉREZ-GABRIEL GONZALO
130577	QUIROZ-PEÑA-GILMAR RICARDO
220342	QUISHUA-LIMPE-FLOR MILAGROS
241893	QUISINI-MAMANI-YENIFER
231230	QUISPE-AGUILAR-YOSI SHAMIRA
234599	QUISPE-APARICIO-OMAR ANTONY
200180	QUISPE-ARREDONDO-LIZ DAMARIS
230739	QUISPE-AYALA-CARLA MIGUELINA
200639	QUISPE-BARREDA-SHOMI DIANA
134560	QUISPE-BOLAÑOS-ROLY
224618	QUISPE-CALLAPIÑA-SAMUEL
216008	QUISPE-CARDENAS-OLGA
240994	QUISPE-CARDENAS-ROSARIO ROMINA
211662	QUISPE-CASCAMAYTA-JEAN CARLOS
211155	QUISPE-CCALTA-DEYSI SOLEDAD
240211	QUISPE-CCOMPI-HILDA
231231	QUISPE-CHAIÑA-INES YESICA
234600	QUISPE-CHAUCCA-MAYOLAY
215030	QUISPE-CONDORI-BENJAMIN
194750	QUISPE-CRUZ-EDSON JUEL

224619	QUISPE-CURI-DIEGO
192210	QUISPE-DOMINGUEZ-JEAN LOUIS
224620	QUISPE-FERNANDEZ-JOSE GABRIEL
230398	QUISPE-LABRA-JOEL EDISON
200181	QUISPE-LATORRE-JHON DEYVIS
235174	QUISPE-LLAMACCHIMA-ESMERALDA
220130	QUISPE-LLIHUAC--CARLOS SEBASTIAN
192211	QUISPE-LOZANO-SHEILA PAMMELA
211156	QUISPE-LUQUE-KATYUSKA
145055	QUISPE-MAMANI-RUICHAR
245946	QUISPE-MONTESINOS-CHRISTIAN
194340	QUISPE-NUÑONCA-MARY CARMEN
211157	QUISPE-PAIVA-SAYDITH INDIRA
215031	QUISPE-PALOMINO-YANETH
234601	QUISPE-PERALTA-JENNIFER
220739	QUISPE-PUCHO-PAMELA SKARLET
221235	QUISPE-PUCLLA-SOFIA MAGALY
241894	QUISPE-QQUECCAÑO-VILMA VICTORIA
240995	QUISPE-QUISPEHUANCA-LUZ YAMELIN
245947	QUISPE-RAMOS-CHRISTIAN
230741	QUISPE-SALAZAR-MEDALY RUBY
210267	QUISPE-TECSI-JASMIN
211663	QUISPE-TTITO-ELVIA TERESA
215540	QUISPE-VARGAS-DIOSNED
216009	QUISPEHUANCA-CHILO-RUTH MERY
234602	RAMIREZ-FLORES-ABIGAIL BELEN
221652	RAMIREZ-NINA-ANDREA DANIELA
194341	RAMOS-ACCOSTUPA-MARJORIE ANGELA
171375	RAMOS-CARRION-JULISSA PAOLA
245244	RAMOS-CASTILLO-JUAN GABRIEL
241895	RAMOS-CCOLQUE-NELIDA
230742	RAMOS-PEÑA-MARIA ELENA
234603	RAMOS-VARGAS-NICOLE CECILIA
245245	REINOSO-LLAMOCCA-FLOR ALEJANDRA
224622	RICALDE-HUAHUACCAPA-MILAGROS
241896	RIOS-CARRASCO-GERARDO ENRIQUE
210697	RIVERA-GALIANO-ANGHELY DANIELA
241897	RIVERA-PEÑA-NICOL DAYANA
124517	RIVERO-CHAMPI-SERGIO
240996	RODRIGUEZ-RAYO-JEANNIE
221236	RODRIGUEZ-TAPIA-ANDREA MILAGROS

204541	RODRIGUEZ-VIZCARRA-ESMERALDA
221237	ROJAS-PAREJA-MARTIN FABRICIO
200183	ROJAS-SANCHEZ-JULIO CESAR
215032	ROJAS-SANCHEZ-LUIS ANGEL
194751	ROJAS-TORRES-FATIMA ALEXANDRA
194753	ROQUE-CONDORI-OSCAR SERGIO
215033	ROQUE-HUAMANI-JESSICA CELINA
230743	ROSA-PIZARRO-RUTH SAMIRA
182116	ROZAS-VILLACORTA-ALESSANDRA
215034	ROZAS-VILLENA-LUCAS AHMED
204542	SAENZ-WARTON-NATALY
220740	SALAS-TTITO-JHOSEP ALEXANDER
182118	SALAZAR-SEDANO-MARIA DEL PILAR
235175	SALCEDO-PAÑO-DALIA JASMIN
230399	SAMANIEGO-ALFEREZ-KEVIN RAUL
200640	SANCAS-ROMERO-ARACELY JOHANA
221653	SANCHEZ-BENITES-YEFERSON
231232	SANCHEZ-MAMANI-LUIS ALBERTO
230152	SANCHEZ-OLIVERA-MARIA DAMARIS
192213	SANI-LLAVILLA-AIRTHON
231233	SANTA MARIA-CARDENAS-ALLEXANDRA FIORELLA
240997	SARMIENTO-CAVIDES-AMIRA ABIGAIL
234604	SECCA-CARAZAS-BRYAN RODRIGO
204791	SENCIA-GAYONA-EDWIN ABELARDO
201033	SENCIA-HUACHACA-LUCI LUCERO
221654	SENCIA-MENDOZA-MELANY
170200	SENCIA-ZARATE-BRANDY
231634	SERNAQUE-USCAMAYTA-LUZ MELYZA
204228	SERRANO-ALVAREZ-FRIDA
230400	SERRANO-VALLENAS-KATHERINE
231234	SICOS-HANCCO-SHIRLEY KAROL
224623	SIHUINCHA-FLORES-JENNY
240213	SIHUINCHA-HUARAYA-ROY JHUNIOR
204543	SILLOCCA-CCOYLLULLE-GROVER
210698	SILVA-TENORIO-LUCIA GABRIELA
245247	SINCHO-GUTIERREZ-MERCEDES URPY
200184	SOCOALAYA-HUILLCAHUAMAN-SHELMY ANGELA
240214	SOLANO-TTITO-CALEB
194343	SONCCO-ALARCON-FRANKLIN EMERSON
210699	SOTO-HUARACHA-LUZ MILENA
240650	SOTO-QUIÑONES-NICOLE ALMENDRA

234605	SUAREZ-CABALLERO-JEREMY FRANCESCO
170201	SUCASACA-GRANDE-JUNIOR EDU
184007	SUCNO-MAMANI-EDWIN JAIR
230401	SULLCA-SOSAYA-RAUL
224624	SUMIRE-RODRIGUEZ-MARLLI
210700	SUNI-CONDORI-BEATRIZ
211664	SURCO-LIPA-MÓNICA
221239	SURCO-SANCHEZ-HERBERT DAVID
204544	SUYO-CRUZ-CRISBEL SOLEDAD
245248	TACO-BENAVIDES-BRIAN STHIP
225128	TACURI-SENCIA-CARMEN ROSA
225344	TACUSI-HUAYTA-JOSEPH CHARLIE
235176	TAIÑA-CONDORI-MARCO RAUL
211666	TANCAYLLO-MAMANI-ROSAURA
241898	TAPIA-ARRIAGA-LUZ ESTEFANI
204545	TAPIA-QUISPE-ROSA MARIA
221240	TARIFA-JALIXTO-ANGELA SONALY
231635	TARRAGA-GRANILLA-LIZ GABRIELA
241899	TARRAGA-HANCCO-FRAN FRANCO
230402	TECSE-PERCCA-MARI YASMIN
230403	TECSE-QUISPE-RUBY BRIZAYDA
204546	TERAN-CARRILLO-ANALI
225130	TERAN-CHAUPI-GABRIELA
245249	TERRAZAS-TITO-FABIANA NAZARET
245250	TEVES-CANDIA-JOSE SAUL
235177	TEXSE-QUISPE-CRISTHIAN
160178	TICONA-BEJAR-JHOSEF ANTHONY
221411	TICONA-HURTADO-IVANIA DE LOS ANGELES
245948	TINTAYA-CONDORI-MARCIA
240215	TITO-MENDOZA-RONALD FABRIZIO
240651	TORRES-AVILES-MARGEORY MILAGROS
210701	TORRES-CHUQUICHANCA-EDDIN ARNOLD
211667	TORRES-CORREA-ALEXSANDER
221655	TTICA-CCAMA-TRAICY
210268	TTITO-LLUSCA-ALDO
200460	TTITO-MARMANILLO-MARCO ANTONIO
200642	TTITO-SALAS-GONZALO
240653	TTITO-SINGUÑA-FLOR YENIFER
241900	TUCO-COILA-DIEGO JOSUE
210702	TUMPAY-ANDIA-CAROL VANESSA
230404	TUMPAY-TTITO-WILMER

240999	TUPA-RAURAU-JUAN ESTEBAN
231636	TUPAYACHI-FALCONI-URPI
245251	TUPAYACHI-TIJERA-ANGELA LUCIA
192216	TUPAYACHI-VISA-DULCE RAFAELA
231637	TURPO-ARONI-GONZALO SEBASTIAN
221241	TURPO-CABRERA-YACKELINE AZUCENA
230405	TURPO-JIMENEZ-FLOR SHAMELY
221657	UMIYAURI-VIZARRETA-BETSABE SULAYCA
235178	URACAHUA-CONDORI-RICHARD ANTERO
200643	USCAMAYTA-CHINHAZO-JHON NELSON
240654	USCAMAYTA-NUÑEZ-RODRIGO SEBASTIAN
240216	USCAPI-LATORRE-SILVIA ARACELY
225131	USTO-MOLINA-MICHAEL HOWEN
211668	USUCACHI-CRUZ-MARIA MERCEDES
234606	VACA-HUAMAN-JULIO CESAR
201034	VALDIVIA-FIGUEROA-KILLA ARIANA
211158	VALDIVIA-QUISPE-JHADE LUCERO
235179	VALENCIA-CONDORI-JULIA ELENA
235180	VALVERDE-ROJAS-CLAUDIA FERNANDA
184009	VARGAS-PILCO-TALIA NASARIN
221242	VARGAS-PORTILLO-ROSSELYN VALERIA
100843	VARGAS-QUISPE-EVELYN MIREYA
192829	VARGAS-ROCHA-BELINDA CONSUELO
221243	VEGA-PALOMINO-JAMYLETH JENNY
204548	VELASQUE-ARONI-ANDY RODRIGO
151865	VELASQUE-FLORES-YEISON DARWIN
211159	VENERO-MEDINA-PERSY ALEXANDER
225132	VILA-LOPEZ-SAID JEREMY
210269	VILLAFUERTE-OBLITAS-VANESA
231638	VILLAGRA-CHUCTAYA-YOSELIN ZENAYDA
204549	VIZCARRA-FARFAN-ANGELA YVONNE
204550	YANA-CAMARGO-STEFANY DANIXA
151856	YANQUE-MAMANI-ROSMERY
225133	YAPO-AYERVE-SOL CRISTAL
204551	YAQUETTO-PACHECO-ALESSANDRA VERÓNICA
194346	YEPEZ-CHOQUECAHUA-LUZ ANDREA
150937	YUCRA-HUAYLLAHUAMAN-JHON FERNANDO
224625	YUNGURI-GUTIERREZ-WILLIAM
221244	YUPANQUI-ICHUHUAYTA-MAYCOLL ALEJANDRO
204229	ZAMALLOA-DELGADO-AMMI LUISA
080551	ZAPANA-CURASI-WALTER LUCIO

204230	ZAVALETA-FLORES-LIZ SHARMELI
220132	ZAVALETA-SASARI-SARAI BRIDGET
240217	ZEА-USCA-ALLISON NAYELI
224626	ZULOAGA-PARI-GUSTAVO MIGUEL
210270	ZUÑIGA-CONDORI-GABRIELA ESPERANZA
200644	ZUNIGA-CRUZ-DANTE
922047	ZUÑIGA-MENDOZA-JACKELINE

Leyenda: La presente tabla contiene los nombres y códigos de los alumnos matriculados en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac para el semestre 2024-II. La información fue solicitada para conocer la población de investigación, siendo 619 el total de alumnos matriculados. La tabla fue elaborada y entregada por el Centro de Cómputo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, mediante trámite documentario y expediente N° 684115.

ANEXO 6: REGISTRO FOTOGRÁFICO



Leyenda: Estudiantes del décimo semestre de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac resolviendo las encuestas.

Fecha: 17/09/2024



Leyenda: Estudiantes del sexto semestre de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac resolviendo las encuestas.

Fecha: 18/09/2024



Leyenda: Estudiantes del cuarto semestre de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac resolviendo las encuestas.
Fecha: 19/09/2024



Leyenda: Estudiantes del primer semestre de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac resolviendo las encuestas.
Fecha: 19/09/2024



Leyenda: Estudiantes del octavo semestre de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac resolviendo las encuestas.

Fecha: 19/09/2024



Leyenda: Estudiantes del tercer semestre de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac resolviendo las encuestas.

Fecha: 20/09/2024



Leyenda: Estudiantes del séptimo semestre de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac resolviendo las encuestas.
Fecha: 21/09/2024



Leyenda: Estudiantes del noveno semestre de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac resolviendo las encuestas.
Fecha: 21/09/2024