

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
"NUESTRA SEÑORA DE LA ASUNCIÓN"
CAMPUS UNIVERSITARIO DE ITAPÚA**



—CAMPUS ITAPÚA—

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

CARRERA:

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TÍTULO:

**"CREDIBILIDAD DE LOS MEDIOS DIGITALES DE COMUNICACIÓN
EN LOS JOVENES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE
ENCARNACIÓN"**

TRABAJO FINAL DE GRADO

AUTORES:

**UNIV. HERRERA CUEVAS, FERNANDO ABDÓN
UNIV. ZALDÍVAR TABOADA, ALEJANDRO DANIEL**

TUTOR:

ABG. JUAN MARCELO FERNÁNDEZ AYALA

**ENCARNACIÓN, PARAGUAY
2022**

Resumen

El presente trabajo analizó el impacto que tuvo sobre las personas la credibilidad de los medios digitales de comunicación de la ciudad de Encarnación, para el logro del mismo se desarrollaron los siguientes objetivos específicos: identificar los medios digitales de comunicación más utilizados por los universitarios en la ciudad de Encarnación, distinguir tipos de noticias más consumidas en los medios digitales de comunicación por los universitarios, determinar la regularidad de la consumición por parte de estudiantes universitarios en las informaciones difundidas por los medios digitales de comunicación de la ciudad de Encarnación, averiguar las características que poseen los medios digitales de comunicación que despierte el interés de los universitarios en la ciudad de Encarnación. La investigación fue de campo o no experimental, alcanzando los objetivos de manera descriptiva, con enfoque mixto. La muestra seleccionada estuvo compuesta por aproximadamente 134 habitantes a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia, entre ellos se encontraban estudiantes universitarios, docentes universitarios, periodistas profesionales y ciudadanos de Encarnación. Como principales resultados de esta investigación se pudo observar que cada persona tiene un punto de vista diferente, también se evidencia que la gran mayoría de la comunidad universitaria tiene un nivel alto en cuanto a conocimiento e interés hacia los medios digitales de comunicación de la ciudad de Encarnación.

Palabras clave: periodismo, periodismo digital, internet, medios, comunicación, credibilidad.