

# UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



*Una Institución Adventista*

## **Percepción del ciberperiodismo activista del veganismo en estudiantes de una universidad en Lima Este, 2021**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la  
Comunicación

### **Autor:**

Sophia Pierina De la Cruz Sulca

### **Asesor:**

Lic. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano

Lima, Marzo, 2022

## DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DE TESIS

Romeen Fortunato Aguirre Zambrano, de la Facultad de Ciencias Humanas Y Educación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Percepción del Ciberperiodismo Activista del veganismo en estudiantes de una universidad en Lima Este, 2021”** constituye la memoria que presenta la Bachiller Sophia Pierina De la Cruz Sulca para obtener el título de Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, Ñaña, Villa Unión Marzo, a los 10 días del mes de marzo del año 2022



---

Lic. Romeen Fortunato Aguirre  
Zambrano Asesor

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los dos días del mes de marzo del año 2022 siendo las 11:00 horas, se reunieron en modalidad virtual u online sincrónica, bajo la dirección del Presidente del jurado: Lic. Nick Josías Brañez Medrano, el secretario: Mg. José Víctor Cabrera Aquino y el asesor: Lic. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: "Percepción del Ciberperiodismo Activista, del Veganismo en estudiantes universitarios de Lima Este, 2021". De la bachiller: Sophia Pierina De la Cruz Sulca; conducente a la obtención del título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato hacer uso del tiempo determinado para su exposición.

Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el candidato. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidata: **Sophía Pierina De La Cruz Sulca**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	18	A-	Muy bueno	Sobresaliente

Finalmente, el Presidente del jurado invitó a la candidata a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.



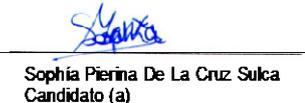
Lic. Nick Josías Brañez  
Medrano  
Presidente



Mg. José Víctor Cabrera Aquino  
Secretario



Lic. Romeen Fortunato  
Aguirre Zambrano  
Asesor



Sophía Pierina De La Cruz Sulca  
Candidato (a)

# **Percepción del Ciberperiodismo Activista del veganismo en estudiantes de una universidad en Lima Este, 2021**

## **Perception of Veganism Activist Cyberjournalism in university students in East Lima, 2021**

Sophia Pierina De la Cruz Sulca

### **Resumen**

El desarrollo del ciberperiodismo en el Perú ha condicionado el ciberactivismo desde 1995, donde se comunica y desarrolla el movimiento activista en la cultura digital. En los últimos años el ciberactivismo vegano ha sido un factor de incremento en la cantidad de veganos en jóvenes de 18 a 24 años. La presente investigación, de carácter descriptivo y enfoque cuantitativo; identifica, mide y analiza el nivel de percepción de los estudiantes de una universidad de Lima Este con respecto al veganismo generado por el ciberperiodismo activista. Finalmente, concluye como resultado general que la Percepción del Ciberperiodismo Activista Vegano es malo para un 75,2% (185) de los encuestados y bueno para un 24,8% (61). Determinando sus deficiencias, el artículo contribuye en el conocimiento del ciberperiodismo como base para la difusión temas de movimientos sociales y de estilo de vida.

### **Abstract**

*The development of cyberjournalism in Peru has conditioned cyberactivism since 1995, where the activist movement communicates and develops in digital culture. In recent years, vegan cyberactivism has been a factor in the increase in the number of vegans in young people between 18 and 24 years old. The present investigation, of descriptive character and quantitative approach; identifies, measures and analyzes the level of perception of students from a university in East Lima about veganism generated by activist cyberjournalism. Finally, it concludes as a general result that the Perception of Vegan Activist Cyberjournalism is bad for 75.2% (185) of those surveyed and good for 24.8% (61). By determining its deficiencies, the article contributes to the knowledge of cyberjournalism as a basis for disseminating issues of social and lifestyle movements.*

Palabras clave:

ciberperiodismo, activismo, veganismo, cambio social, comunicación.

*Key Words:*

*cyberjournalism, activism, veganism, social change, communication.*

## Sumario

### 1. Introducción

#### 1.1 Ciberperiodismo

#### 1.2. Activismo

#### 1.3. Veganismo

#### 1.4. Activismo Vegano

### 2. Metodología

#### 2.1. Instrumento de medición

### 3. Resultados y Discusión

### 4. Conclusiones

### 5. Referencias

### 6. Anexos

## Summary

### 1. Introduction

#### 1.1 Cyberjournalism

#### 1.2. Activism

#### 1.3. Veganism

#### 1.4. Vegan activism

### 2. Methodology

#### 2.1. Measuring instrument

### 3. Results and Discussion

### 4. Conclusions

### 5. References

### 6. Annexes

## I. Introducción

El desarrollo del ciberperiodismo en el Perú ha condicionado el ciberactivismo desde 1995, fecha cuando aparecen los primeros medios de comunicación peruanos en la red conforme a Yezers'ka (200B). Medios donde exploran nuevas herramientas de comunicar y desarrollar una identidad digital cambiante conforme a la evolución del ciberperiodismo. Es así donde surge el movimiento activista en la cultura digital, el constante uso de la red de redes.

En el año 2016, el ciberperiodismo activista también toma un rol importante en los movimientos políticos y resultados de la elección presidencial peruana. Oyarce & Estrada (2016) realizaron una investigación básica, de tipo explicativo, método inductivo, de metodología cuantitativa y cualitativa, y diseño no experimental. Se tomó como muestra investigar a 37 movimientos ciberactivistas de Lima metropolitana que eran influyentes en la población en las elecciones presidenciales del año 2016. Sus objetivos fueron:

1. Determinar el tipo de movimientos ciberactivistas que surgen en el periodo de los comicios presidenciales en el Perú, su relación y vigencia.
2. Establecer la influencia del ciberactivismo en los resultados de las elecciones generales en Perú.

Según los autores, debido a su oposición a la candidatura de Keiko Fujimori, que fue rechazada por el autogolpe y gobierno dictatorial de su padre, los movimientos tuvieron que definir posición e influencia ante la crítica situación de la segunda vuelta electoral.

Los resultados determinaron que la mayoría de movimientos (19) apoyaron a Pedro Pablo Kuczynski (PPK) para evitar la presidencia de Keiko Fujimori; diez (10) movimientos, sin mencionar alguna preferencia, sólo manifestaron un No a Keiko; dos (2) movimientos propiciaron el voto nulo y uno (1) no lo precisa. Oyarce & Estrada (2016): “*Ciber-Activismo y elecciones presidenciales en el Perú (2016)*”.

Por otro lado, en el enfoque de la relación del ciberperiodismo con el veganismo, la Red Vegana del Perú realizó encuestas entre los años 2016 y 2018; concluyendo que en el 2016 se incrementó a 3026 casos de los cuales el 34.9% fueron veganos. Se determinó que para esta medición hubo incrementación en 3 puntos porcentuales en la cantidad de veganos, los cuales tenían rango de edad entre 18 y 24 años (RED VEGANA, 2016).

Por lo que en los últimos años se ha generado un incremento en jóvenes veganos, el presente estudio dará conocimiento sobre la percepción del ciberperiodismo activista vegano en estudiantes una universidad de Lima Este, y comprender cómo los procesos de mediatización llevan a la acción.

Tiene como objetivo principal determinar cuál es la percepción del ciberperiodismo activista en relación al veganismo en los universitarios. Esto nos permite conocer, comprender y lograr nuestros siguientes objetivos:

1. Diagnosticar y evaluar el nivel de percepción del ciberperiodismo activista y el veganismo.
2. Explicar cómo los comunicadores o periodistas en el ciberespacio pueden plantear y comunicar de manera efectiva el concepto del veganismo en los estudiantes universitarios.
3. Proponer alternativas de mejora del ciberperiodismo activista vegano en los estudiantes universitarios.

A partir de la información recabada, esta investigación es importante porque contribuye en el conocimiento del ciberperiodismo como base para la difusión temas de movimientos sociales y de estilo de vida como lo es el veganismo. Además de observar sus falencias y proponer posibles estrategias para su mejor práctica y lograr un mejor impacto social y cultural.

## **I.I Ciberperiodismo**

El pilar de una sociedad y de su desarrollo socioeconómico es la comunicación, ya que otorga una manera de trabajar de forma más eficiente y eficaz (Gutiérrez, 2015).

En este nuevo mundo digital, nuestra conexión es constante a través de la tecnología.

En 1984 la palabra “ciberespacio” fue acuñada por William Gibson, quien la mencionó en su obra "Neuromancer" luego de observar cómo unos niños se quedaban abstraídos en un espacio imaginario que solo existe tras la pantalla de sus videojuegos. (Armañanzas, Díaz y Meso, 1996).

Según Salaverría (2016) El Ciberperiodismo surge en 1995 cuando aparecen los primeros medios en Internet. Esta especialidad realizada por medios digitales sigue sin un nombre asentado por su constante evolución, Ramón Salaverría (2019)

Se usan términos como “periodismo digital”, “periodismo online”, “periodismo multimedia”, entre otros. Según Salaverría (2005b), la expresión periodismo digital abarca su práctica en cualquier recurso digital, como la radio y televisión digital. En cambio, el ciberperiodismo es en específico su práctica por los medios en el ciberespacio, la red.

Asimismo, Zamarra (2008) concuerda con la definición de Ciberperiodismo por el origen griego de “ciber”, que refiere a guiar, pilotar y dirigir. Acentúa como ventaja que esta especialidad guía, pilota y dirige la multitud de contenidos y empresas de comunicación,

puesto que crea nuevas funciones en el mercado de la información y estas empresas asumen los cambios.

Por otro lado, Canavilhas concuerda con que la idea del ciberperiodismo es difundir, investigar y producir contenidos que usa en la Web, pero aclara que es necesario añadir el uso del medio en específico (periodismo hecho en y para internet): “webperiodismo”. Canavilhas (2007: 6-7).

Salaverría (2005b) concluye que el término “ciberperiodismo” y “ciberperiodista” es el más adecuado y preciso. Además de ser respaldados por expresiones como “ciberespacio”, “cibernética” y “cibernauta” por la Real Academia Española (DRAE, 2001)

Según Rodríguez (2009): EL ciberperiodismo se conforma por 3 dimensiones:

- a. La dimensión ética: Comprende la función y diferenciación del periodista en la red de los demás informantes. Se basa en lograr un compromiso ético de los emisores y de los mensajes a través de diversos recursos (hipertextualidad, multimedialidad, inmediatez e interactividad), procesos de investigación y comprobación de la información.
- b. Dimensión subjetiva: Su relación es específicamente en la teoría de los géneros periodísticos. “El conocimiento del sistema de géneros y no su ignorancia, estimula a superar o modificar los modelos o esquemas tradicionales”. (Casasús, 1991: 92).
- c. La dimensión objetiva: Nos lleva a la apreciación de modelos estructurales y estilísticos (noticias o información, artículo, crítica, reportaje, etc.) , mientras que la dimensión subjetiva se compone por contenidos temáticos como lo económico, científico, político, etc.

Javier Díaz Noci (2002), Concha Edo (2003a), Mariano Cebrián (2005) y Ramón Salaverría (2005b), explican que los instrumentos comunicativos del periodismo digital son 4:

1. Hipertextualidad: Es la herramienta digital que facilita la organización de los contenidos y posibilita vincular de manera no secuencial palabras, frases e incluso documentos completos. Un hipertexto es un documento polimorfo que se construye enlazando distintas piezas textuales y/o audiovisuales interconectadas entre sí gracias a la tecnología digital (Salaverría, 2005b).

Esta herramienta organiza jerárquicamente la información en capas que representan distintos niveles de amplitud, que van añadiendo información y documentación sobre un tema. Para elaborar hipertextos se necesitan dos destrezas: una instrumental (dominio de

aplicaciones informáticas) y la lingüística, capacidad de componer y combinar los nodos. (Correa, 2012).

“El verdadero aprovechamiento del hipertexto implica aprender a disponer de manera estratégica las unidades de contenido o nodos para articular un discurso coherente, completo y hasta múltiple” (Salaverría, 2004).

1. La hipertextualidad también proporciona credibilidad a la información con fuentes y documentos como respaldo.

2. Instantaneidad: El ciberperiodismo rompe las barreras del espacio y el tiempo. Debido a la rapidez de intercambio de información, los contenidos en la Red se han multiplicado: tras la pantalla es posible informarse de toda la actualidad y no solo la que encuentras en la versión papel.

3. Multimedialidad: “La multimedialidad es la capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido” (Salaverría, 2005b: 32). Lo que ofrece información multimedia es una mayor expresividad, puesto que conjuga los lenguajes escritos, sonoros, visuales, gráficos y audiovisuales, en uno solo. Esto permite al ciberperiodismo diferenciarse de la tradicional información periodística.

4. Interactividad: Herramienta que define la relación directa entre el cibermedio y el usuario, y la interacción generada. “La interactividad alcanza otros niveles cuando el lector entabla un diálogo a través de la computadora con el periodista que ha elaborado la información, con algún entrevistado o, incluso, con otros usuarios del cibermedio, para dar sugerencias o solicitar información” (Correa, 2012).

De acuerdo con Navarro (2013), “la interactividad que ofrece Internet permite a los usuarios opinar e intervenir directamente en el cibermedio. Conocer a los editores, cuestionarles y ser parte de su trabajo al proporcionarles información. Se logra la interactividad al menos en potencia”

Ramón Salaverría resaltaba: “el consumidor de información demanda de los medios una información cada vez más profunda y actualizada sobre aquello que le interesa. Reclama imágenes que se lo muestren, sonidos que se lo cuenten, textos que se lo expliquen” (Salaverría, 2001, pág. 393).

El ciberperiodismo pertenece a una nueva era del periodismo, donde se diferencia del escrito, radial y televisivo, por generar interacción y participación con sus receptores, ya no solo el de investigar, producir y difundir información. Llamándolo así un “periodismo participativo” o “colaborativo”. Salaverría (2005 p.6).

En este nuevo escenario digital, el periodista ya no tiene el completo poder de la difusión de la información; ya que todo el entorno social desde políticos hasta ciudadanos, se vuelven protagonistas en este espacio digital.

Los límites del periodismo son lingüísticos, ya no solo tecnológicos. Por ello es importante la correcta función de un periodista, su desafío es experimentar nuevos lenguajes para complementar los elementos textuales con los audiovisuales (Salaverría, 2001).

## **1.2. Activismo**

El término proviene del latín “activista” y etimológicamente como “Movimiento, acción, conjunto de tareas, de funciones, de acciones”, (Diccionario Básico, 2009, p.17). En la psicología, La actividad ocupa un gran papel importante, especialmente en el enfoque marxista. Por lo que no se solo consta en el psiquismo del hombre, sino también la influencia sobre el medio y en las demás personas.

Según Potrony (1989), “la actividad asume las siguientes formas: la actividad vital relacionada con lo económico, las modos de producción, los gustos, las valoraciones, en fin, el modo de vida; la actividad objetal relacionada con los procesos de objetivación y desobjetivación, con la relación motivo - objetivo; y el activismo, como mediación del reflejo de lo externo a nivel de la psicología de la personalidad como fuerza interna generadora de la orientación a fines” (p. 2).

Della Porta y Diani (2003), especialistas en sociología, definen al movimiento social como un conjunto de individuos en acciones colectivas, aquellas que reflejan una relación conflictiva con grupos específicos identificados.

El activismo, dentro de los movimientos sociales, puede ubicarse dentro del tipo de “organizaciones de base”. Estas son organizaciones de orientación participativa, por incentivos ideológicos y solidarios, carece de recursos materiales y posee bajos niveles de estructuración formal (Della Porta, Diani, 2003). Entonces un activista es aquel que participa activamente en un movimiento social.

Además Jvoshev (2008), considera como una estrategia importante al activismo social porque puede lograr la participación en los cambios sociales y el desarrollo. Puede ser determinante en la elaboración de políticas, toma de decisiones, pero también puede promover un cambio social al aportar elementos para la transformación individual, pues hace que las personas que han adquirido una mayor comprensión o conciencia de una situación modifiquen sus ideas, enfoques y conductas.

De este modo, se identifica diversas formas de activismo: pedagógico, deportivo, de salud, científico, de salud, etc. Estas existen por una necesidad de desarrollo y oportunidades de participación que generan.

Sin embargo, el activismo social ha ido evolucionando con el mismo crecimiento tecnológico, científico y de globalización. Según Tascón (2011) las redes sociales y blogs es el espacio donde se concentran ideas, citas, propaganda, y difusión de consignas. Entonces, el activismo es evidente desde lo verbal a la influencia a que otros ejecuten; el mayor efecto mediático en lo que expone el autor como pensamiento y acción (Reyes-Rodríguez & Colás-Cos, 2017).

Teniendo en cuenta que el activismo social es relacionado a la capacidad de las personas para promover y gestar beneficios que mejoren la vida de la población (Torres, 2008), y la participación democrática como solución de determinados problemas, o impulsar normas políticas en cuanto al tipo de sociedad (Valdés y Toledo, 1999), entonces es conveniente decir que debatir tanto el activismo como la participación, se hace con una intención política ya sea gubernamental y no gubernamental (Reyes-Rodríguez & Colás-Cos, 2017).

### **1.3. Veganismo**

En 1944 la palabra “vegano” es acuñado por Donald Watson en una edición de “Vegan News”, donde aclaraba la diferencia entre vegetarianismo y veganismo. Siendo lo primero sólo una dieta que se abstiene de comer animales muchas veces por salud o ecología, mientras el segundo se centra en un consumo completo donde su dieta, como un estilo de vida, es basada en la ética.

Posteriormente, el significado del veganismo logra acuñarse como: “El principio de emancipación de los animales de la explotación por parte de los humanos” en 1949 por Leslie J Cross.

Asimismo, en el 2012 se define al veganismo como un movimiento de estilo de vida que busca enfrentar una norma cultural específica: el consumo de productos que utilizan animales. (Haenfler, Jhonson y Jones, 6).

Sin embargo, el psicólogo Alfredo Duro define estilo de vida como: “el sistema de reglas de conducta desarrollado por los individuos para lograr sus metas en la vida” (valores, preferencias personales y puntos de vista). Es por ello que el veganismo va mucho más allá de un estilo de vida. Es una postura ética que involucra el respeto hacia los animales, quienes por ser seres que sienten merecen tener libertad y ser considerados moralmente. (Tovar ,2013)

McDonald cita a Stepaniak (2000, p.3): “Debido a que el veganismo abarca todos los aspectos de la vida diaria, no sólo la dieta, es inexacto que las personas se definan como vegana simplemente porque han adoptado el modo de comer vegan”

El veganismo se asocia mucho con temas de salud, ambientalismo, alimentación, sostenibilidad, entre otros. Esto se debe a que algunas personas eligen el veganismo por la importancia de estos temas.

Según Jaramillo (2019) se pueden definir en 3 posibles razones:

1. Vegano por salud: La OMS publicó un informe en el 2015, donde el resultado concluye que el consumo por cada 50 gramos de carne procesada diaria, aumenta el riesgo de cáncer colorrectal en un 18%.

Domínguez (2015), juntamente con la OMS, declara que el consumo de carne procesada y carnes rojas es cancerígeno para los humanos, tan igual como el humo del tabaco, entre otros, está incluido en el grupo de sustancias más peligrosas para la salud.

“Comer plantas es la forma más poderosa, más eficaz y más sencilla de ser más saludable”. (Borges, 2015. p. 3).

Esto es respaldado por la Asociación Americana Dietética, organización que estudia y se dedica al cuidado nuestra salud. Califica a las dietas vegetarianas y veganas como saludables y nutricionalmente adecuadas para cada etapa de nuestra vida (ADA, 2009, p.1622).

“Además de prevenir muchas enfermedades crónicas, estos cambios integrales en el estilo de vida pueden revertir a menudo la progresión de estas enfermedades”, expone el Dr. Dean Ornish como introducción de su libro “La revolución de los 22 días”.

2. Vegano por ética y bien animal:

La razón más importante y que es de mayor interés, el lado ético. El aspecto moral de la dieta y la abstinencia total de uso de animales.

Uno de los primeros activistas quien propuso la promoción del bienestar de los animales al ideal de los derechos de los animales fue Henry Salt. En su artículo “A plea for vegetarianism” (1886), respalda como un imperativo moral al vegetarianismo.

Tiempo después, en 1970, se crea un importante término en el veganismo: Especismo. El psicólogo, filósofo y pionero activista del movimiento de liberación animal, Richard D. Ryder: “una discriminación moral basada en la diferencia de especie animal” (Ryder, 2010. p. 2).

De la misma manera, Arango (2016) aboga por la ética entendiendo que los humanos al igual que los animales somos seres sintientes. Experimentamos todo tipo de sentimientos, no hay diferencias para explotar a los animales que no pertenecen a la especie humana.

“En ese sentido, es igual de inmoral matar o maltratar a un animal que a un humano; más aún: el animal debería ser tratado con mayor consideración por su situación de indefensión frente a los humanos. El especismo es una forma de discriminación y como toda discriminación es una forma incorrecta de conducta” (p 30,31).

### 3. Vegano por el medio ambiente:

Los veganos ambientalistas priorizan la conservación ambiental que el principio por los derechos de los animales. Están enfocados en que su razón por el veganismo es debido a que la práctica agricultura industrial, la pesca y la caza son ecológicamente insostenibles. Paul Franklin Watson (2010), fundador de Sea Shepherd Conservation Society, una organización no gubernamental que protege a animales marinos, confirmó que todos los que manejan sus barcos son veganos por razones ambientalistas. Específica: “el 40% de los peces capturados en los océanos son utilizados para alimentar al ganado. Los cerdos y los pollos están convirtiéndose en los principales depredadores acuáticos”.

Incluso en el 2009, una publicación en español de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), descubrió que el sector de la cría de ganado surge como uno de los dos o tres contribuyentes a la crisis medioambiental local mundial por sus emisiones de carbono (gas metano), siendo un fuerte impacto a diferencia de las emisiones por los transportes vehiculares.

Al año siguiente, el Programa Medioambiental de las Naciones Unidas (UNEP), en su estudio: “La evaluación del impacto ambiental del consumo y la producción: Productos prioritarios y materiales”, revela que los productos de origen animal en general requieren más recursos para su producción, por lo que genera más emisiones que el alimentos que son basado en plantas.

Si bien es cierto, optar por una alimentación vegana puede traer beneficios en la salud humana y reducir riesgos de enfermedades. Y que la crisis climática, la contaminación y la pérdida de la biodiversidad son causadas por la explotación animal y sus efectos de ello (la agricultura animal y la deforestación). El veganismo genera gran impacto positivo en los temas mencionados, pero es necesario recalcar que la representación del significado del veganismo es netamente ético.

Entonces, el veganismo busca eliminar el especismo de las personas, el proteger a ciertos animales, pero discriminar o explotar a otros por su especie a la que pertenece en cualquier

forma. Como el consumo de productos de origen animal o productos realizados con experimentación animal y el asistir a lugares donde se usen animales.

Su objetivo es difundir ese deber moral que todo ser humano capaz de cuestionar y decidir, opte por una vida más compasiva, respetando el valor intrínseco de los animales.

#### **1.4. Activismo Vegano**

Los veganos consideran que cada acción diaria que realizan es importante, pues estas son maneras de contribuir a cambiar ciertas prácticas culturales (Haenfler, Johnson, and Jones 2012:6).

Los movimientos de estilo de vida se caracterizan por tener un activismo diferente al de los movimientos sociales. Mientras que los primeros se enfocan en una acción colectiva para realizar protestas y apuntan al Estado para generar cambios, los segundos se enfocan en cambiar el estilo de vida propio y tratar de expandirlo a otros a partir de brindar información que los inciten a reflexionar sobre las acciones individuales para generar un cambio en las normas culturales, en este caso la utilización de animales. (Mezarina, 2015) Este activismo se denomina: “activismo de estilo de vida” (Haenfler, Jhonson y Jones 2012).

Realizan activismo con actividades como:

- Difundir pegatinas con mensajes impactantes en calles mucha transición peatonal y vehicular sobre la explotación animal en grupo.
- Ciber- Activismo: Se genera entre individuos y comunidades en la red de internet, asimismo es el contexto vital y su medio esencial para conseguir apoyo social e incluso fuentes. Difunden información del tema usando herramientas audiovisuales como cortometrajes animados, divulgación de videos o fotografías mediante redes sociales, canal de youtube, blogs, etc.
- Plantones pacíficos con afiches en diferentes plazas muy concurridas.
- Realizar el famoso Cubo de la verdad: Manifestación pacífica de activismo vegano que actúa directamente con el público. Cada integrante del cubo sostiene carteles o dispositivos en los que se producen contenidos audiovisuales revelando casos de explotación animal. (País Vegano, 2020)
- Vigilias a matadero de vacas y cerdos: Ser testigos en las vigilias que realizan en las puertas de los camales o frigoríficos de la ciudad, asistiendo con comida y agua a las víctimas.
- Realizar ferias veganas donde se encuentren emprendimientos de comida o productos veganos , asimismo charlas y ponencias sobre temas relacionados al veganismo.

- Compartir comidas que preparan con otras personas no veganas.

## **2. Metodología**

El propósito de la investigación descriptiva es “especificar y medir diferentes propiedades de personas, grupos, comunidades, etc.” (Avendaño María C: 2005, p.38). En tal sentido, la investigación es descriptiva ya que se determina la percepción, es decir, se identifica, mide y analiza el nivel de interés y participación de los estudiantes universitarios generado por el ciberperiodismo con respecto al veganismo. Además, es un estudio de enfoque cuantitativo, por lo que se cuantificarán los datos estadísticamente para las variables, de corte transversal por ser una única medición, y no experimental porque no se manipularán las variables.

La población del estudio estuvo conformada por los estudiantes universitarios de la Universidad Peruana Unión matriculados durante el 2021 de status socioeconómicos media, media-alta y alta, entre los 17 a 29 años de edad. Ellos pertenecen a las diferentes Escuelas Profesionales de Nutrición, Psicología e Ingeniería Ambiental, esta selección es motivo porque se infiere una relación en cuanto a ciertos conocimientos de estudio en sus carreras con el veganismo. Finalmente, para determinar la muestra se empleó el muestreo no probabilístico de tipo por conveniencia, para tal fin se les envió una encuesta elaborada en formulario de Google a través de las redes sociales.

### **2.1. Instrumento de medición**

Se diseñó una encuesta que permite recoger información de la percepción del ciberperiodismo activista vegano, el mismo que contiene 2 dimensiones (Anexo A):

1. Alimentación vegana: ítems 1-2-3-4-5
2. Respeto a la vida sintiente: Ítems 6-7-8-9-10

Las alternativas de respuesta en la escala van del 0 al 4 y tiene las siguientes expresiones: Nada, algo, regular, bastante y mucho.

Como es de carácter descriptivo simple, se analizaron frecuencias absolutas y relativas para las variables categóricas; y medidas de tendencia central y de dispersión para las variables numéricas. De este modo, se usó como herramienta el programa estadístico SPSS (24) y el programa informático Excel (2016).

Para su ejecución, se realizó un documento de consentimiento informado al hacer uso de la información brindada por los encuestados. La participación es de carácter confidencial y anónima, además el retiro de la encuesta puede ser en cualquier momento sin ser perjudicado. (Anexo B)

Correspondientemente, el proyecto fue aprobado por el Comité de Ética de la Facultad de Ciencias de la Salud y la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Peruana Unión. (Anexo C)

Al momento de confeccionar las dimensiones y sus valores con la correspondiente variable, se procuró ser claro y coherente en la redacción de las preguntas para la escala de medición de la Percepción del ciberperiodismo activista vegano. Juntamente se convalidó el instrumento con 4 especialistas, dos periodistas y dos activistas veganos, quienes evaluaron los 10 ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su participación permitió corregir algunas fallas en la escala.

Fiabilidad del instrumento elaborado:

De acuerdo con el Alfa de Cronbach ( $,791$ ) existe una fiabilidad buena alta en la Dimensión 1, es decir en los ítems del 1 al 5. De la misma manera, de acuerdo con el Alfa de Cronbach ( $,747$ ) existe una fiabilidad buena alta en la Dimensión 2, es decir los ítems del 6 al 10. Entonces, la fiabilidad del instrumento elaborado es alta, debido a que el coeficiente Alfa de Cronbach alcanzó el nivel  $,833$ . (Tabla D3)

Fiabilidad del total de encuestas:

Se confirma con la fiabilidad alta del instrumento que las encuestas realizadas al 100% (246) resultaron ser válidas. (Tabla 4)

### **3. Resultados y Discusión**

Para ordenar la información, para luego medirla, se efectuó el pre procesamiento de datos de los 246 estudiantes universitarios en el programa SPSS (24). El trabajo estadístico se obtuvo en 5 tablas de resultados, donde a partir de su lectura se concluyeron las siguientes interpretaciones.

Lectura de datos: (Ver Anexo D)

Tabla D1: Datos Personales

La edad media entre los universitarios encuestados es de 20 y 21 años (20,88), de los cuales un 68,7% (169) son mujeres y un 31,3% (77) son varones.

Donde los 246 encuestados, 106 (43,1%) pertenecen a la carrera de Ingeniería Ambiental, 100 (40,7%) a Psicología y 40 (16,3%) a la carrera de Nutrición Humana.

Tabla D2: Nivel de Percepción de las Dimensiones

La percepción de la Alimentación Vegana (Dimensión 1) que tienen los encuestados por el ciberperiodismo activista es mala para un 79,7% (196) y buena para un 20,3% (50). Esto nos permite concluir que los encuestados tienen bajo interés e influencia de los

contenidos periodísticos en la red sobre los beneficios que aportan en la salud una alimentación vegana.

En cuanto al Respeto a la Vida Sintiente (Dimensión 2), un 43,1% (106) mencionó tener una percepción regular, un 36,6% (90) percepción buena y un 20,3% (50) percepción mala. A partir de lo detallado podemos afirmar que la percepción del ciberperiodismo activista vegano, debido a la difusión de contenidos audiovisuales periodísticos, es un recurso aceptado positivamente por generar un regular/ buen interés del veganismo.

Basándonos en Castells (2001), la red es un medio de comunicación, de interacción y de organización social. Es decir, la actividad humana se fundamenta en la comunicación y a partir del internet transformamos el modo en que nos comunicamos.

Por ello, el ciberperiodismo permite la participación del usuario, y a la vez lo invita a accionar en busca de una comunidad (Anderson, Bianco & Flores, 2020).

Finalmente, como resultado general de este trabajo de investigación, podemos concluir que la Percepción del Ciberperiodismo Activista Vegano es malo para un 75,2% (185) de los estudiantes universitarios y bueno para un 24,8% (61). (Tabla D2)

#### **4. Conclusiones**

Este diagnóstico y evaluación del nivel de percepción del ciberperiodismo activista vegano permite concluir a detalle:

- En su mayoría les resulta interesante acceder a informes de recetas veganas, pero no lo suficiente como para generar cambios en sus hábitos de consumo.
- Sí les resulta más accesible el uso de las redes sociales como fuente de divulgación de documentales y reportajes para conocer el veganismo.

Entonces, se expone 2 recomendaciones:

- Para que llegue bien la información, como ciberperiodistas activistas, se propone aprovechar el recurso audiovisual de manera más creativa difundiendo historias o casos sobre la explotación animal en productos testeados en animales.
- Como segunda recomendación para que no sólo llegue la información sino se consiga entender correctamente; enfocarnos en el tipo la explotación animal en productos testeados en animales, tipo de explotación en específico que resultó ser el más preocupante por los encuestados, logrará generar un interés y cuestionamiento en los demás tipos de explotación animal; que es el concepto central del veganismo.

Y en la alimentación vegana se recomienda no solo crear artículos o textos informativos acerca de sus beneficios, sino producir videos que involucren la participación del receptor en la preparación de recetas veganas con el comunicador.

Como ciberperiodistas se recomienda, desde nuestra función informativa y relación con el activismo, ser más conscientes y responsables con el rol que se tiene como comunicadores sociales; sobre todo cuando se busca una sostenibilidad ambiental en armonía con nuestra ética y moral como seres humanos.

## 5. Referencias

- Alvarez, A. M. (2016). *Democracia Ciudadana a través de Medios Digitales* (Tesis de título profesional). Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/12514>
- Anderson, V.; Bianco, M. & Flores, R. (2020). *Ciberperiodismo activista: medio digital sobre ecología y sustentabilidad* (Tesis de título profesional). Recuperado de <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/18202?show=full>
- Arango, C. (2016). *El Mundo Vegano: Un nuevo estilo de vida, una nueva ética* (Tesis de maestría). Recuperado de <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/8727>
- Castells, M. (2001). La Galaxia Internet. *Biblio 3W: Revista Bibliográfica De Geografía Y Ciencias Sociales*, 3(374). Recuperado de <http://www.ub.es/geocrit/b3w-374.htm>
- Córdova Farfán, C. (2016). *Identidad y posicionamiento en la organización vegana “La Revolución de la Cuchara* (Tesis de título profesional). Recuperado de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/5792>
- Farías de Estany, J & Prieto, C. (2009). Ciberperiodismo: hacia un modelo de producción de contenidos en el ciberespacio, *Quórum Académico* 6(1), 11-37. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1990/199016737002.pdf>
- Flores, D. (2017). La búsqueda del cambio social en la era digital: activismo y expresión pública en Internet. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 10(1), 125-138. Recuperado de <https://revistas.uosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/4533/3560>
- Gallur, S. (2019). El ciberperiodismo con perspectiva de género en un contexto de feminicidio. El caso de CIMAC en México, una agencia de noticias alternativa. En *XI Congreso Internacional de Ciberperiodismo: Nuevos actores y estrategias en el espacio mediático compartido*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7433490>
- García, D.M. (2020). *La Innovación Del Periodismo en una Plataforma Digital e Impresa, Gratuita Y Comunitaria en la Construcción de la Ciudadanía Y Democracia en un Contexto De Concentración de Medios: El Caso Wayka* (Tesis de título profesional). Recuperado de <http://repositorio.uarm.edu.pe/handle/20.500.12833/2109>
- Gomez, A. P. (2018). *Motivación Del Consumidor Vegano Y Su Relación Con La Demanda De Restaurantes En Miraflores 2018 Caso: Restaurante El Jardín De Jazmín* (Tesis de maestría). Recuperado de <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4383>
- Hilde, S. (2017). Media Activism as Movement? Collective Identify Formation in the World Forum of Free Media. *COGITATIO. Media and Communication*, 5(3), 59-66. Recuperado de <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/1034>
- Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 30, 300-302. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=616763>

- López, X. (2010). La metamorfosis del periodismo. Historia de lo que permanece y de lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio. *Zer. Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria*
- Marañón, C. (2014). El Periodismo Digital y sus Retos en la Sociedad Global y del Conocimiento, *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (61), 1-30. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>
- Mezarina, J. A. (2015). *El activismo como estilo de vida: el proceso de formación y la práctica activista de los miembros de la Articulación de Jóvenes LGTB en Lima* (Tesis de título profesional). Recuperado de <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6562>
- Moreno, I. (2019). *De La Influencia En Redes Sociales A La Confluencia En Espacios Reales Caso: @Vegangourmetcolombia* (Tesis de título profesional). Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/50701>
- Núñez del Prado, I. (2016). *El proceso de adoptar y mantener el veganismo: motivaciones, interacción y activismo de estilo de vida* (Tesis de título profesional). Recuperado de <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8425>
- Oyarce, J. & Estrada, A. (2016). Ciber-Activismo y elecciones presidenciales en Perú. *TecCom Studies. Estudios de Tecnología y Comunicación*, 7(5), 135-143. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/32436/1/Ciberactivismo%20y%20elecciones%20en%20Per%C3%BA.pdf>
- Quiroz, Y. (2014). Las Redes Sociales Como Herramientas Del Periodismo Digital. *Cultura*, 28(28), 280-303. Recuperado de [http://www.revistacultura.com.pe/imagenes/pdf/28\\_10.pdf](http://www.revistacultura.com.pe/imagenes/pdf/28_10.pdf)
- Reyes-Rodríguez, E., & Colás-Cos, I. (2017). El activismo social y sus particularidades en la educación. *EduSol*, 17(61), 39-49. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6137059>
- Rueda, O. B. (2017). *Ciberactivismo en Colombia una apuesta por nuevas agendas públicas* (Tesis de doctorado). Recuperado de <https://ddd.uab.cat/record/187187>
- Salaverría, R. (2000). Criterios para la formación de periodistas en la era digital. Ponencia presentada al *I Congreso Nacional de Periodismo Digital*. Recuperado de [www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/crite.htm](http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/crite.htm)
- Salaverría, R. (2016b). *Ciberperiodismo en Iberoamérica: marco general*. En Salaverría, R. (coord.) *Ciberperiodismo en Iberoamérica* (pp. 15-34). Madrid: Fundación Telefónica y Editorial Ariel.
- Salaverría, R. (2017). Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(1), 19-32. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.2>

- Salaverría, R., & Negro, S. (2013). *Caracterización de los cibermedios nativos digitales*. En Cabrera, M. Á. (coord.) *Evolución de los cibermedios. De la convergencia digital a la distribución multiplataforma* (pp. 175-180). Madrid: Fragua.
- Vargas, H. (2008). Comunicación Digital Y Ciberperiodismo: Nuevas Prácticas de la Comunicación en los Entornos Virtuales. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 1(1). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511555566008>

## 6. Anexos

Anexo A: Instrumento de recolección de datos

Encuesta de Percepción Del Ciberperiodismo Activista del Veganismo (2021)

URL: <https://forms.gle/c63f9LR3G1PG4YjU8>

	Items	Nada	Algo	Regular	Bastante	Mucho
1	¿Considera que la información brindada por los activistas veganos pueda generar cambios en sus hábitos de consumo? ¿Cuánto?					
2	¿Con qué frecuencia ha leído artículos o posts de estudios donde se demuestran que la alimentación vegana reduce el riesgo de COVID grave?					
3	¿Cuán influyente ha sido un post o artículos de platos de comida vegana como publicidad en su día?					
4	¿Cuán interesante le sería acceder a una guía o tips diarios de recetas veganas para cambiar su alimentación?					
5	¿Ha pensado en suscribirse a alguna página o ha reaccionado a algún post de comida vegana en redes sociales?					
6	¿Ha pensado en suscribirse a alguna página sobre explotación animal en redes sociales?					
7	¿Considera incómodos o fuertes los contenidos audiovisuales que se comparten sobre la explotación animal en la industria láctea, cárnica o pesquera? ¿Cuánto?					
8	¿Considera necesaria la difusión de entrevistas, documentales, reportajes, sobre el veganismo para entender su concepto del respeto a la vida sintiente?					
9	¿Cuán importante le resulta la divulgación de videos como evidencia de la explotación animal en productos testeados/ experimentados en ellos?					
10	¿Le resulta más accesible llegarle información del veganismo por redes sociales que por televisión?					

Fuente: Elaboración propia

Las alternativas de respuesta en la escala medición van del 0 al 4 de la siguiente manera:

Nada	Algo	Regular	Bastante	Mucho
0	1	2	3	4

Anexo A1:

Variable	Dimensiones	Definición operacional	Valores
Ciberperiodismo Activista Vegano	1. Alimentación vegana	<p>1. ¿Considera que la información brindada por los activistas veganos pueda generar cambios en sus hábitos de consumo? ¿Cuánto?</p> <p>2. ¿Con qué frecuencia ha leído artículos o posts de estudios donde se demuestran que la alimentación vegana reduce el riesgo de COVID grave?</p> <p>3. ¿Cuán influyente ha sido un post o artículo de platos de comida vegana como publicidad en su día?</p> <p>4. ¿Cuán interesante le sería acceder a una guía o tips diarios de recetas veganas para cambiar su alimentación?</p> <p>5. ¿Ha pensado en suscribirse a alguna página de comida vegana en redes sociales?</p>	<p>- Bueno - Regular - Malo</p>
	2. Respeto a la vida sintiente	<p>6. ¿Ha pensado en suscribirse a alguna página vegana sobre explotación animal en redes sociales?</p> <p>7. ¿Considera incómodos o fuertes los contenidos audiovisuales que se comparten sobre la explotación animal en la industria láctea, cárnica o pesquera? ¿Cuánto?</p> <p>8. ¿Considera necesaria la difusión de entrevistas, documentales y reportajes, sobre el veganismo para entender su concepto del respeto a la vida?</p> <p>9. ¿Cuán importante le resulta la divulgación de videos como evidencia de la explotación animal en productos testeados/ experimentados en ellos?</p> <p>10. ¿Le resulta más accesible que le llegue información sobre el veganismo por redes sociales que por televisión?</p>	<p>- Bueno - Regular - Malo</p>

## Anexo B: Consentimiento Informado

### Encuesta de Percepción Del Ciberperiodismo Activista del Veganismo (2021)

Hola, soy una egresada de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión. Este encuesta busca conocer la percepción del Ciberperiodismo Activista sobre el veganismo en estudiantes de una universidad privada de Lima Este. Teniendo en consideración que el ciberperiodismo activista es la investigación, desarrollo y difusión de contenidos que generan participación y cambios socioculturales en las personas. Y que el veganismo es una postura ética que respeta la vida sintiente y libertad animal (Enfrenta el consumo de productos de cualquier origen animal o realizados con experimentación animal, y lugares donde usen animales).

Su participación es totalmente voluntaria y no será obligatoria llenar dicha encuesta si es que no lo desea. Si decide participar en este estudio, por favor responda el cuestionario, así mismo, puede dejar de llenar el cuestionario en cualquier momento, si así lo decide.

Es importante que al responder lo hagas con honestidad porque los resultados podrán servir para conocer las falencias de la práctica actual del ciberperiodismo activista sobre el veganismo, y así determinar sus deficiencias para lograr un mejor impacto sociocultural del tema en los estudiantes universitarios.

Cualquier duda o consulta que usted tenga posteriormente puede escribirme al correo institucional.

***He leído los párrafos anteriores y reconozco que al llenar y entregar esta encuesta estoy dando mi consentimiento para participar en este estudio.***

## Anexo C: Aprobación del Comité de Ética



*Una Institución Adventista*

Lima, Ñaña, 18 de octubre de 2021

### EL COMITÉ DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

#### CONSTA

Que el proyecto de investigación de **Sophia Pierina De la Cruz Sulca**, identificada con DNI No. **70443455**, su asesor **Roomen Fortunato Aguirre Zambrano**, identificado con DNI No. **10193397**, con el título: **“Percepción del Ciberperiodismo Activista del veganismo en estudiantes de una universidad en Lima Este, 2021”**, fue evaluado y aprobado por el Comité de Ética de Investigación de la Universidad Peruana Unión, considerando su calidad científica, consideración del bienestar de sus participantes, y conformidad con los estándares de la ética establecidas en el Código de ética para la Investigación de la Universidad Peruana Unión.

Para mantener la aprobación del Comité de Ética, se tiene que cumplir con los siguientes requisitos:

- 1) Cada participante debe dar consentimiento informado. En el caso de menores de edad, por lo menos uno de sus padres o guardianes debe registrar su consentimiento informado y el menor de edad debe registrar su asentimiento informado, en caso de trabajos prospectivos. En caso de trabajos retrospectivos contar con la carta de autorización de la institución.

Los resultados de este proyecto puedan ser publicados con referencia a aprobación Número 2021-CE-FCS - UPeU-00298.



**Mg. María Magdalena Díaz Orihuel**

Presidente

Comité de Ética de Investigación



**Psic. Josías Trinidad Ticse**

Secretario

Comité de Ética de Investigación

Anexo D: Tablas de resultados estadísticos

Tabla D1

	<b>n</b>	<b>%</b>
Edad (media/ds)	20.88	2.77
<b>Género</b>		
Femenino	169	68.7
Masculino	77	31.3
<b>Carrera</b>		
Ing. Ambiental	106	43.1
Psicología	100	40.7
Nutrición	40	16.3
<b>Total</b>	<b>246</b>	<b>100.0</b>

Tabla D2

	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Alimentación vegana</b>		
Malo	196	79.7
Bueno	50	20.3
<b>Respeto a la vida sintiente</b>		
Malo	50	20.3
Regular	106	43.1
Bueno	90	36.6
<b>Ciberperiodismo activista vegano (General)</b>		
Malo	185	75.2
Bueno	61	24.8
<b>Total</b>	<b>246</b>	<b>100.0</b>

Tabla D3

Estadística de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.833	10
Dimensión 1	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,791	5
Dimensión 2	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,747	5

Tabla D4

Alimentación Vegana		
N	Válido	246
	Perdidos	0
Percentiles	33,33333333	7.00
	66,66666667	11.00
Respeto a la Vida Sintiente		
N	Válido	246
	Perdidos	0
Percentiles	33,33333333	10.00
	66,66666667	14.00
P.Total		
N	Válido	246
	Perdidos	0
Percentiles	33,33333333	18.33
	66,66666667	24.00