



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN.**

TESIS

**“Influencia del género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas”
de Diario Correo de Piura, en la opinión de los docentes de la Universidad
Alas Peruanas – Piura con respecto a los personajes públicos de Piura
entre los meses de julio a setiembre del 2014”**

PRESENTADO POR: BACHILLER JOSE LUIS CHAPA QUISPE

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

PIURA – PERÚ

2014

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado en primer lugar a Dios, porque nos da la vida y siempre nos alienta para seguir adelante.

A mi madre, a mi padre cuya memoria perdura por siempre, y a mis hermanos y hermanas, quienes representan para mí el motor para salir adelante enfrentando los retos, y pueda contribuir para que cada día también se fijen metas y puedan salir adelante.

A mis docentes, quienes durante el tiempo en el que estuvimos en la Universidad, nos brindaron sus conocimientos y compartieron con nosotros su sabiduría y profesionalismo.

AGRADECIMIENTO

Un profundo agradecimiento a la Universidad Alas Peruanas en la persona de nuestro vicerrector académico, Dr. Rodman Souza Reátegui, por habernos dado la oportunidad para alcanzar el ansiado objetivo de titularnos.

A todos mis profesores quienes contribuyeron a ello, en especial a nuestros cuatro tutores, Carmen Palacios, Práxedes Queneche, Jhon Marlon García y Teodocia Zavala, quienes nos instruyeron y dieron aliento hasta los últimos días de clase en la universidad.

RESUMEN

Generar o formar opinión ha sido, es y será el objetivo de los medios de comunicación, además del de informar. Como canal o medio para llegar a los diferentes públicos se han utilizado diferentes formas o géneros periodísticos, que hagan no solo entendible el acercamiento a ellos, sino que se identifiquen con él y lo haga suyo. En este caso, el canal motivo del estudio ha sido el Suelto Periodístico, conocido en esta parte del Perú como “Chiquitas” por el nombre de la sección en la que aparece regularmente en el Diario Correo, y saber a través de este medio si influye en la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas filial Piura. Además de la encuesta que se les ha aplicado, se ha reforzado el estudio entrevistando a tres expertos, quienes han complementado los resultados obtenidos al final de la investigación. Se comprobaron en parte las hipótesis planteadas, y se han dado algunas recomendaciones, que han surgido del análisis de las respuestas proporcionadas por los docentes y expertos, objeto del estudio.

ABSTRACT

Generate or form an opinion has been, is and will be the focus of the media, in addition to reporting. As a channel or means to reach different audiences have used different forms or journalistic genres, they do not only understandable approach them but to identify with it and make it theirs. In this case, the reason canal of the study was the journalistic Loose, known in this part of Peru as "Chiquita" with the name of the section that appears regularly in the Diario Correo, and know through this medium if influences in the opinion of the faculty of the Universidad Alas Peruanas filial Piura. In addition to the survey that has been applied, has strengthened the study interviewing three experts who have supplemented the results at the end of the investigation. Were tested in part the hypotheses, and there have been some recommendations that emerged from the analysis of the responses provided by teachers and experts surveyed.

INTRODUCCIÓN

La comunicación ha sido desde siempre una necesidad de las personas y de las sociedades del mundo, para intercambiar mensajes y que le permitan relacionarse entre sí.

Esta necesidad de comunicarse ha ido evolucionando a través de los tiempos. En la última centuria, la comunicación ha sido objeto de estudio por parte de especialistas quienes han concluido sus estudios con la elaboración de teorías, las que han pretendido explicar los fenómenos comunicacionales que se producen entre el emisor y el receptor, basándose en la forma que han empleado los medios para hacerlo.

Estas investigaciones han estudiado el tipo y la forma de los códigos que han sido empleados por los medios periodísticos y sus comunicadores, para llegar al receptor, en este caso los lectores.

Una de estas formas son los géneros periodísticos. A través de una canalización adecuada y empleando el estilo acorde al sentir de sus seguidores, y por supuesto, utilizando los códigos adecuados, el mensaje deberá llegar con mayor efectividad, y cumplir con el objetivo deseado.

Por tal motivo, esta investigación tuvo como finalidad la de conocer qué tan eficaz es, en este caso, el texto periodístico “Chiquitas” de Diario Correo, para formar opinión en los docentes de nuestra casa de estudios: la Universidad Alas Peruanas.

La información que se obtuvo al final de la investigación, ha permitido conocer cuanta influencia tiene en la opinión de los docentes respecto a los personajes públicos de Piura, como aporta, y si es una fuente de información.

La presente investigación cuenta con cinco capítulos. El primero consiste en el planteamiento teórico, la descripción de la realidad problemática, antecedentes teóricos y fundamentos teóricos de la investigación.

Como antecedente en el extranjero se ha tomado en cuenta la tesis presentada por el catedrático de la Universidad de Navarra (España), Miguel Ángel Jimeno López titulada “El suelto periodístico. Análisis de un caso: Zigzag de ABC (1983-1992).

Y de dos teorías en las que se fundamenta nuestra investigación: “La Teoría de los Efectos Limitados” y la “Teoría de las Diferencias Individuales”.

El segundo capítulo hace referencia al planteamiento del problema, el problema de investigación, los objetivos de la investigación, la importancia de la investigación, la justificación y por último las hipótesis y las variables.

El capítulo tercero consiste en la metodología, desarrollando los puntos de la metodología de la investigación, el universo y técnicas de investigación, técnicas e instrumentos, técnicas y procedimientos en la recolección de datos, y finalizando este capítulo con el análisis e interpretación de datos.

Luego, en el cuarto capítulo expongo la presentación y análisis de resultados, la confiabilidad del instrumento de estudio, la parte estadística descriptiva de las variables de estudio, el análisis descriptivo de las variables de estudio y la discusión de resultados.

Concluyo con el capítulo quinto en donde presento las conclusiones y recomendaciones. En otro apartado posterior finalizo con la bibliografía y los anexos.

INDICE	Pág.
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO TEÓRICO.....	13
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	14
1.2 Antecedentes teóricos.....	16
1.2.1 En el Perú.....	16
1.2.2 En el extranjero.....	16
1.3 Fundamentos teóricos de la investigación.....	17
1.3.1 Marco teórico.....	17
A. Teoría de los efectos limitados.....	17
B. Teoría de las diferencias individuales.....	18
 CAPITULO II; PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	 19
2.1 El problema de investigación.....	20
2.1.1 Problema principal.....	20
2.1.2 Problemas específicos.....	20
2.2 Objetivos de la investigación.....	20
2.2.1 Objetivo general.....	20
2.2.2 Objetivos específicos.....	21
2.3 Importancia de la investigación.....	21

2.4 Justificación criterios potenciales.....	22
2.5 Las hipótesis y las variables.....	23
2.5.1 Hipótesis principal.....	23
2.5.2 Hipótesis operativas.....	23
2.5.3 Variables.....	23
a) Género periodístico.....	24
b) Género de información.....	25
1. La noticia.....	25
2. La entrevista.....	25
c) Género de interpretación.....	25
1. El reportaje.....	25
2. La crónica.....	26
d) Género de opinión.....	26
1. El editorial.....	26
2. La columna.....	26
3. La crítica.....	27
4. El suelto.....	27
Variable dependiente.....	28
a) Opinión.....	28

b) Opinión Pública.....	29
C) Relaciones humanas.....	29
D) Relaciones humanas y opinión.....	29
1. Nivel cultural de las relaciones humanas.....	29
2. Nivel educativo de las relaciones humanas.....	30
3. Medios de comunicación y opinión pública.....	30
4. La radio como medio de comunicación de masas en la opinión.....	31
5. La televisión y la opinión pública.....	32
6. La prensa escrita y sus diferentes públicos en la opinión.....	32
2.5.4 Definición operacional de variables.....	33
2.6 Definición de términos.....	33
CAPITULO III: METODOLOGÍA.....	35
3.1 Metodología de la investigación.....	36
3.1.1 Tipo de investigación.....	36
3.1.2 Nivel de investigación.....	36
3.1.3 Diseño específico.....	36
A. Enfoques de investigación.....	36
B. Diseño de investigación.....	36

C. Delimitación de la investigación.....	37
3.2 Universo y técnicas de investigación.....	37
3.2.1 Universo poblacional y muestra.....	37
3.2.2 Elección del tipo de muestra.....	37
3.2.3 Criterios de inclusión y exclusión.....	37
3.3 Técnicas e instrumentos.....	38
3.3.1 Técnicas.....	38
3.3.2 Instrumentos.....	38
3.4 Técnicas y procedimientos en la recolección de datos.....	38
3.5 Análisis e interpretación de datos.....	39
CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	40
4.1 Confiabilidad del instrumento de estudio.....	41
4.2 Estadísticos descriptivos y análisis de las variables de estudio.....	41
4.3 Análisis descriptivos de las variables de estudio.....	41
4.4 Discusión de resultados.....	98
CAPÍTULO V: CONSLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	101
5.1 Conclusiones.....	102

5.2 Recomendaciones.....	103
--------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA.....	104
-------------------	-----

ANEXOS.....	107
-------------	-----

-Anexo 1: Matriz del instrumento

-Anexo 2: Matriz de Operativización de variables

-Anexo 3: Matriz de Consistencia

-Encuesta a los docentes

-Entrevista a los especialistas

-Fotos

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1 Descripción de la realidad problemática

En la actualidad, los medios periodísticos han hecho de la comunicación un verdadero pasatiempo comunicacional, actualizándose y ensayando nuevas y diferentes formas para informar y formar opinión, para darle a sus seguidores, la visión de la realidad desde diferentes ángulos y puntos de vista.

En ese continuo batallar para hacer de la comunicación una de las mejores alternativas para mantener informada a la sociedad, es que aparecen las columnas, comentarios, críticas, opiniones, y un texto periodístico denominado por el estudioso de la comunicación, Martínez Albertos: El Suelto Periodístico.

En ella, los medios pueden, en base a una noticia, personaje o tema de coyuntura que no es posible incluir en la nota periodística, juzgar, valorar y dar su posición, empleando para ello un tono irónico y coloquial.

El motivo de este estudio es conocer si es que de acuerdo a su contenido, los docentes lectores de “Chiquitas”, refuerzan o desechan la idea o concepto que se han formado de algún personaje público o de una institución, de un caso o de un hecho, o si pueden incluso cambiar radicalmente su forma de pensar respecto a una idea ya formada.

Los tres medios periodísticos escritos de Piura tienen en sus secciones de opinión este tipo de textos periodísticos: Diario El Tiempo en “Sorprende y no sorprende”, Diario La Hora con “Sal y pimienta” y Diario Correo con su columna “Chiquitas”, que además la define como “Sección crítico-festiva-chismosa con ‘animus jocandi’”.

En esta ocasión nos centraremos en lo que son las “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, y todo su campo de acción como influencia en la formación de opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas, entre los meses de Julio a Setiembre del año 2014.

Diario Correo de Piura es uno de los productos de la Empresa Periodística Nacional (Epena), diario tabloide con 52 años de fundación, creado en el año 1962 por el extinto empresario pesquero, Luis Banchemo Rossi, quien inició su empresa en la ciudad de Tacna, y que desde hace casi una década tiene ediciones locales en el norte y en casi todo el Perú.

Diario Correo, conocido como el diario del logo rojo, tiene en su edición normal 24 páginas. Está compuesta por las secciones de política, locales, ciudad, economía, opinión, espectáculos y cultural (Primera fila) y deportes.

Actualmente es dirigido por Iván Slocovich Pardo en su edición de Lima, y la edición norte por el periodista Renato Sandoval Gonzáles.

La presente investigación fue desarrollada en la Universidad Alas Peruanas filial Piura, la cual cuenta con una cantidad exclusiva de alumnos en sus 13 escuelas profesionales de unos 2000 alumnos matriculados.

Para esta investigación se ha trabajado con parte del personal que labora en nuestra casa de estudios, y para muestra tendremos la participación de los docentes que leen el diario regularmente.

Del total de 194 docentes, 134 ostentan el grado de magíster, 37 de doctor, 21 de licenciado y tres de ingeniero.

Nuestra alma mater se encuentra ubicada en el kilómetro cuatro de la ahora llamada carretera Interoceánica (carretera a Chulucanas).

La UAP filial Piura fue creada en el año 1999 y a la fecha cumple 15 años de trabajo ininterrumpido al servicio de la comunidad formando jóvenes profesionales para el progreso de nuestra comunidad.

Dentro de su lista de carreras cuenta con las siguientes especialidades profesionales: Administración y negocios profesionales, Ciencias contables y financieras, Ciencias de la comunicación, Derecho, Estomatología, Enfermería,

Ingeniería ambiental, Ingeniería civil, Ingeniería de sistemas e informática, Medicina veterinaria, Psicología humana, Tecnología médica y Turismo, hotelería y gastronomía.

Nuestro rector es el Dr. Fidel Ramírez Prado Ph. D. y el Dr. Rodman Souza Reátegui, es nuestro vicerrector académico en la filial Piura.

1.2 Antecedentes teóricos

1.2.1 En el Perú

A nivel local no se ha podido encontrar alguna tesis o tesina que se refiera a este tipo de texto periodístico conocido en España como el Suelto Periodístico. Algunas hablan de subgéneros opinativos pero concretamente, El Suelto, no ha sido materia de investigación.

Incluso, algunos especialistas que he podido consultar sobre el tema, señalaban no conocer el nombre técnico, como sí lo emplea la prensa española.

Generalmente, adopta como nombre el de la columna, o hace referencia el medio que la presenta en sus páginas.

1.2.2 En el extranjero

Jimeno López Miguel Ángel, en su tesis, “El suelto periodístico. Análisis de un caso. Zig Zag de ABC” (1994) defendida por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra (España), para obtener el grado académico de doctor, se centra primero en hacer un análisis de la lectura de miles de sueltos publicados en el diario ABC a través de la sección o columna Zig Zag y ensayar un concepto de lo que para él es este texto periodístico.

Para Jimeno, el suelto periodístico es un “breve texto periodístico retórico político, cuya responsabilidad recae sobre el medio como institución, de ahí que

tenga una autoría colectiva de carácter político y que, además pueda presentar diversos temas y formas expresivas (narrativa, representativa o argumentativa) y cuyo elemento configurador básico es el Ethos del medio de comunicación”.

El esquema que el autor adopta para el estudio de sus contenidos ideológicos, abarca seis áreas y es el siguiente: hombre, naturaleza, sociedad, derechos humanos, Estado y España. Este modelo se analiza comparativamente con diversos diarios, revistas y medios audiovisuales.

La conclusión a la que llega tras el estudio de 8.856 textos, es que los sueltos de ABC, además de coincidir plenamente con la línea de los editoriales del diario, reflejan fielmente la visión del hombre y del mundo propio del ethos retórico de este medio de comunicación periodístico.

1.3 Fundamentos teóricos de la investigación

1.3.1 Marco Teórico

A. Teoría de los efectos limitados

Esta teoría se opone a la de la Aguja Hipodérmica, y señala que las personas tienen la capacidad de elegir e interpretar los mensajes que emiten los medios de comunicación, y que ello dependerá de la forma cómo los individuos reciben y perciben los mensajes.

La obra que dio inicio a esta tendencia es la escrita por Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton. Se llama “Los medios de comunicación de masas, el gusto popular y la acción social organizada”.

En ella, los autores le otorgan a los medios de comunicación de masas, la función de otorgar estatus, darle prestigio y aumentar la autoridad al individuo y de los grupos (Lazarsfeld, Paul F.; Merton, Robert K. 1992: 238), la imposición de normas sociales (Lazarsfeld, Paul F.; Merton, Robert K. 1992: 241) y una

disfunción narcotizante (Lazarsfeld, Paul F.; Merton, Robert K. 1992: 245). (Wikidepedia: Teoría de los efectos limitados).

Sus estudios no solo explicaban y se centraban en que el receptor recibía de diferente manera la información, también intentaba investigar el porqué de esta recepción y el cómo usar esa recepción a favor o hacer que sea más adecuada o parecida a la que el emisor propone (Moragas, 2011).

B. Teoría de las diferencias individuales

Carl Iver Hovland, propulsor de esta teoría nacida durante la segunda guerra mundial, propone que cada persona posee unas características que lo hacen diferente de los demás, entre ellas su conducta, aspecto que va a depender de su personalidad.

Por lo tanto, cada individuo va a recibir el mensaje y lo va a analizar de diferente manera, en base a su nivel cultural, conocimiento del tema y de la realidad, y por lo tanto se va a formar una idea muy particular del mensaje que ha recibido del medio de comunicación.

Y a partir de estos estudios, se formuló el principio de la atención selectiva, la que va a depender del interés (Motivación en relación al mensaje), de la percepción (La interpretación depende de la predisposición, valores y actitudes del receptor), de la exposición (Se centra en los mensajes que más se adaptan a sus actitudes y valores), y de la memoria (Recuerda mejor aquello que le favorece), los cuales llevarán al individuo a desarrollar diferentes opiniones y actitudes sobre un tema.

Ambas teorías sustentan la presente investigación, en especial porque la población seleccionada para este trabajo, tiene características particulares en su formación, educación y nivel cultural que la hacen diferente a otros, y por tanto tienen una capacidad especial para recibir y percibir los mensajes, analizarlos y decidir respecto al mensaje emitido por el medio de comunicación.

CAPITULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 El problema de investigación

2.1.1 Problema principal

¿Cómo influye el género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, en la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014?

2.1.2 Problemas específicos

¿Cómo el género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, aporta en la en la opinión de los docentes la Universidad Alas Peruanas – Piura 2014 con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014?

¿Cuál es el papel que juega el género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, en la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014?

¿De qué manera el género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, es una fuente de información para docentes la Universidad Alas Peruanas – Piura con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014?

2.2 Objetivos de la investigación

2.2.1 Objetivo general

Dar a conocer cómo influye el género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura en la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014

2.2.2 Objetivos específicos

1- Describir el aporte que tiene el género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura en la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014

2- Conocer el papel que juega el género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura en la formación de opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014

3- Demostrar que el género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura es una fuente de información directa para los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura, con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014

2.3 Importancia de la investigación

La presente investigación, ligada a las ciencias de la comunicación, es importante en especial para los jóvenes estudiantes, porque se trata de una sección poco estudiada, pero que aporta como guía sobre cómo tratar las noticias o datos en un pequeño espacio, y que aporten en el receptor en su intento de formarse una opinión sobre algún determinado tema.

Algo importante que va ligado también a ello, es el no poner en tela de juicio la honra y el respeto de los funcionarios públicos y/o de otras personalidades. Además de poder contar con un estilo periodístico que el hombre de prensa o futuro comunicador disponga para dar a conocer la información.

Por tal motivo, esta investigación ha revelado en el análisis e interpretación, y en las conclusiones y recomendaciones, pero principalmente en la comprobación de las hipótesis, qué tanta acogida tiene esta sección que se

publica en el diario Correo, y cuánto influye en la opinión de los miles de usuarios que la leen.

2.4 Justificación y criterios potenciales

La justificación de la investigación se encuentra en el saber cuánto los medios de comunicación, principalmente en sus secciones como “Chiquitas” y otros textos periodísticos con características de Suelto, pueden influir en las opiniones de los lectores y originar una carga que puede ser negativa o positiva para el personaje del cual están informando. Para lo cual, esta investigación perdurará en el tiempo por ser de vital importancia para futuras generaciones del periodismo.

Justificación teórica: Los resultados de la investigación refuerzan la Teoría de las Diferencias Individuales, pero además aportan información respecto al sentir de un segmento de la población, poco estudiado sobre este aspecto importante de la comunicación.

Justificación metodológica: Se busca confirmar que las opiniones de los docentes respecto a este subgénero periodístico, en su interpretación y comprobación de las hipótesis, van a servir para la evaluación educativa.

Justificación práctica: Se busca establecer a través de las conclusiones y la comprobación de las hipótesis, de qué manera el medio de comunicación estudiado a través de su columna “Chiquitas”, puede mejorar la forma cómo presenta sus textos a sus lectores, y a la vez, permitir a los estudiantes y docentes, incrementar sus conocimientos y aplicarlos en su quehacer diario.

Justificación legal: El honor y la reputación de las personas es algo que no se puede poner en tela de juicio porque de infringir la ley, el medio y el periodista que incurra en ello puede ser denunciado por difamación y calumnia.

2.5 Las hipótesis y las variables

2.5.1 Hipótesis principal

El género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, influye positivamente en la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014

2.5.2 Hipótesis operativas

El género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, es un aporte en la formación de la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura, con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014.

El género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, juega un papel importante en la formación de la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014.

El género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, es una fuente de información directa para los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura, con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014.

2.5.3 Variables

- Variable independiente: Género Periodístico

Los géneros periodísticos adoptan tres formas: De Información, De Interpretación y De Opinión.

Y cada forma se expresa de acuerdo a diferentes estilos dependiendo del periodista y del medio de comunicación como son: La Crítica, La Personalidad y La intencionalidad.

a) Género periodístico

Los géneros periodísticos han ido evolucionando a través de los tiempos, de acuerdo a como se ha ido desarrollando la actividad periodística.

Como todos sabemos, el primer género periodístico fue el de opinión, o también conocido como opinativo, aunque algunos autores señalan que la crónica sería la primera manifestación de los géneros, citando como ejemplo a la Biblia con su primer lead “y al principio Dios creó los cielos y la tierra...” Gonzalo Martín Vivaldi (1979).

Esta evolución se hizo más notoria a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX cuando de lo opinativo se pasó a lo informativo por la necesidad de comunicar a la gente de un modo más práctico y en pocas palabras, lo que ocurría a grandes distancias, especialmente durante las guerras mundiales y otros acontecimientos importantes.

Posteriormente, la necesidad de la gente por conocer más, obligó a los comunicadores a ofrecerle a su audiencia y lectores, además de información, explicaciones y análisis de algún tema o hecho, generándose así el género interpretativo.

Los géneros periodísticos serían “aquellas modalidades de la creación literaria concebidas como vehículos aptos para realizar una estricta información de actualidad (o periodismo) y que están destinadas a canalizarse a través de la prensa escrita” (Martínez Albertos, 1974). O, también son “formas periodístico-literarias que debe usar el idioma en forma especial con estilo diferente a las formas literarias de expresión” (Juan Gargurevich 1982).

Según el concepto nuestro, género periodístico sería la forma literaria que emplea un periodista para redactar las noticias que recoge en su quehacer diario o jornada laboral.

b) Género de información

El género de información o informativo es el que relata los hechos tal cual, sin agregar ningún tipo de opinión.

Los géneros de información incluyen a:

1. La noticia

La noticia es el relato de un texto periodístico en el que se informa de un hecho verdadero, actual, novedoso e interesante.

2. La entrevista

Es el diálogo entre el periodista y una persona, o entre dos o más periodistas y dos o más personas sobre temas de interés que sirven para recoger información, no solo del tema en sí, sino también para conocer la opinión o el sentir del o los entrevistados.

c) Género de interpretación

El género interpretativo o de investigación, llamado también de profundidad, es el que analiza y explica todo lo relacionado a un tema, luego de la consulta y contraste de varias fuentes.

Dentro del género de interpretación se encuentran el reportaje y la crónica

1. El reportaje

Es el relato en profundidad, desde distintos ángulos y de manera analítica de un tema noticioso, en el que se busca comprender toda la complejidad del tema tomando en cuenta sus antecedentes, el contexto y sus consecuencias.

2. La crónica

Es el relato secuencial y detallado de los acontecimientos, redactada con un estilo particular y entendible para los lectores de todas las clases.

d) Género de opinión

Este género periodístico se caracteriza porque expone y argumenta el pensamiento de un personaje o medio de comunicación, acerca de un tema. En los medios escritos, los géneros de opinión se utilizan para reforzar la línea editorial del medio.

1. El editorial

El editorial, es la palabra del medio de comunicación respecto a un tema de actualidad, de interés e importancia para la comunidad. En los medios escritos se encuentra en un lugar destacado de la página de opinión y no está firmado.

El editorial es definido por José Luis Martínez Albertos (1983: 379) como el artículo periodístico sin firma que explica, valora y juzga un hecho noticioso de especial importancia. Este juicio colectivo e institucional se formula de acuerdo con una convicción de orden superior que refleja la postura ideológica de cada periódico. (Cuadrado, L.H. 2001)

2. La columna

La columna es el género periodístico que analiza, interpreta y orienta al público sobre un determinado suceso con una asiduidad, extensión y ubicación concretas en un medio determinado. (...) La columna es un arte y una técnica que se adapta, por tanto, a la personalidad del articulista. De ahí

el fuerte grado de identificación que existe entre el comentarista y el lector. Uno de los secretos de la columna es la atmósfera de intimidad que promueve en el lector. La columna responde a la necesidad de conocer al que habla e indica la preferencia del lector por el contacto directo con un individuo más que con el producto editorial anónimo de una corporación. (Moreno E. P 2000).

3. La crítica

Es un artículo firmado en el que se expresa un juicio razonado de valor sobre cualquier producción en el terreno del arte y la cultura en general, que además de la opinión, debe incluir información basada en datos sólidos, fundamentados y probados convenientemente. (Wikipedia 2014).

4. El suelto

Muchos autores y especialistas españoles se han referido y definido a este subgénero periodístico.

Suelen ser trabajos anónimos, como los editoriales, o firmados con iniciales personales o seudónimos, que engloban un equipo de escritores, editorialistas del periódico. 'Es la breve glosa de un hecho, de un suceso, de una idea, de una pequeña noticia, se diferencia de la simple nota (es decir, la gacetilla, la información esquemáticamente presentada, apostillamos nosotros), porque no solo informa sino que juzga y valora, aunque aquí, juicio y valoración estén expresados a veces con una sola palabra', explica Martín Vivaldi'. Martínez Albertos, (1974 p. 146-47).

Martínez también señala que su estilo literario es más libre y desenfadado que el del editorial, y remata diciendo que el suelto es pura y simplemente una pirueta periodística con ciertas connotaciones ideológicas en su intención.

El suelto en España ha sido objeto de estudio e incluso de una tesis doctoral por parte del catedrático de la Universidad de Navarra, Miguel Ángel Jimeno

López, quien se sumó a otros especialistas que con mucha autoridad han establecido una propuesta de definición.

Breve texto periodístico retórico-político cuya responsabilidad recae sobre el medio como institución, de ahí que tenga una autoría institucional de carácter político, y que, además, puede presentar diversos temas y formas expresivas (narrativa, representativa o argumentativa) y cuyo elemento configurador básico es el *ethos* del medio de comunicación. (Jimeno López M.A. 1997).

Pese a ello, sobre el Suelto se ha escrito poco, tanto en España como en otros países, tal como lo reconoce Luisa Santamaría. Incluso, señala que el mismo nombre de este subgénero no es aceptado por todos como sí lo tienen por ejemplo la columna y el editorial.

Los medios en Piura los suelen presentar en párrafos compuestos entre doscientos a cuatrocientos caracteres, que es como diariamente aparecen en la columna “Chiquitas de Diario Correo de Piura, objeto de nuestra investigación.

- Variable dependiente

a) Opinión

La opinión o doxa, es el título que da Platón a una de las formas de conocimiento. Este conocimiento se fundamenta en la percepción, se refiere al mundo sensible, es decir a las cosas espacio temporales, a las entidades corporales, y, en la escala de conocimientos, es el género del conocimiento interior.

El diccionario de la Real Academia Española de la Lengua define opinión como “Dictamen o juicio que se forma de algo cuestionable”. También, “Fama o concepto que se tiene a algo o de alguien”. Y, “Sentir o estimación en que coincide la generalidad de las personas acerca de asuntos determinados”.

b) Opinión pública

“La opinión pública es la tendencia o preferencia, real o estimulada, de una sociedad o de un individuo hacia hechos sociales que le reporten interés” (Wikipedia 2014).

Pero también, la opinión pública “expresa la interpretación y visión de un conjunto determinado de individuos sobre fenómenos, acontecimientos y temáticas que los mismos consideran importantes” (Yamila G. 2009).

c) Relaciones humanas

Relaciones humanas es el conjunto de interacciones que se da en los individuos de una sociedad, la cual tiene grados de órdenes jerárquicos. Las relaciones humanas se basan principalmente en los vínculos existentes entre los miembros de la sociedad. Gracias a la comunicación, que puede ser de diversos tipos: visual o comunicación no verbal, lenguaje icónico o lenguaje de las imágenes, que incluye no sólo la apariencia física, imagen corporal sino también los movimientos, las señales, lingüística, chat, comunicación oral, afectiva y, también, los lenguajes creados a partir del desarrollo de las sociedades complejas: lenguaje político, económico, gestual, etc. (Wikipedia 2014).

d) Relaciones humanas y opinión

1. Nivel cultural de las relaciones humanas

El comportamiento humano en el ámbito cultural y social se halla determinado por el medio en que se ha nacido y criado. Nuestros comportamientos dependen de cómo las fuerzas socio-culturales han moldeado nuestra conducta. No puede interpretarse el comportamiento de un individuo sin tener en cuenta el medio social que ejerce sobre él sus sollicitaciones y determinaciones. (Doldán & Zingaretti 2010).

Lo alcanzado en ese aspecto, va a depender el nivel de las relaciones humanas de los individuos de una comunidad.

2. Nivel educativo de las relaciones humanas

“Es inherente a toda relación humana, siendo cualquier acto educativo una relación de individuos que entran en interacción. Está implícito de hecho, una dimensión comunicación, donde se intercambian mensajes, aunque este objetivo no sea consciente para algunos de los implicados” (Tejera J.F. 2008).

Para este análisis, este especialista cita a Victoria Ojalvo que considera dos niveles, pero contextualiza el tema dándole importancia a la educación como un sistema de influencias que tiene como fin el lucro de la socialización del individuo, a partir de los intereses y valores de una sociedad en un contexto determinado.

Entendemos que el nivel educativo en las relaciones humanas es un aspecto importante que va a influir en la comunicación entre las personas, dependiendo hasta que escala de conocimientos han evolucionado. De allí el poder de asimilación de cada individuo que alcancen durante el intercambio de mensajes durante la relación.

3. Medios de comunicación y opinión pública

Los medios de comunicación han sido desde siempre un instrumento que ha servido a la sociedad, no solo para informar, sino también para formarse una opinión respecto a temas de coyuntura.

Pero esta relación no es solo de emisor a receptor, sino que es recíproca, porque es interactiva, porque ambos se alimentan y retroalimentan de datos, de códigos que procesan de acuerdo a su formación, personalidad y criterio. Es decir a su forma de ver las cosas.

Eduardo Uriarte, en "Introducción a la Ciencia Política, expresa conceptos puntuales al respecto.

Los partidos políticos hacen sus campañas a través de los medios de comunicación, y sus canales principales de comunicación con sus votantes son en la actualidad los medios de comunicación, y en mucha menor medida los encuentros personales, las reuniones o los mítines. Incluso las comunicaciones con los afiliados se hacen cada vez más a través de los medios (Uriarte E. 2000).

Pero, además, los medios de comunicación tienen otra función central en las democracias, la vigilancia del poder político, de las élites políticas. Esta función de vigilancia deriva de la representación de la opinión pública que los medios se han arrogado en las democracias. Si desde la concepción liberal de la política, la opinión pública representa la opinión de los ciudadanos que intervienen en la política para decidir sobre ella, son los medios de comunicación quienes han asumido en nuestras sociedades esa función. (Uriarte E. 2000).

Sin embargo, citando a Pipa Norris, indica que es difícil establecer la dirección de la causalidad en la relación, es decir, si los medios recogen la opinión que ya está en el público o son los medios los que influyen al público, y concluye que la interpretación más plausible es que se trata de un conjunto de interacciones complejas en las que los periodistas son jugadores en el contexto de una cultura política más amplia y no son inmunes a sus influencias.

4. La radio como medio de comunicación de masas en la opinión

La radio es apenas el medio a través del cual se puede canalizar la intencionalidad que subyace en todo el proceso: fortalecer la democracia local desde una concepción pluralista y participativa en el manejo de los medios de comunicación. En este orden de ideas, se ha apelado a la radio, porque incide directamente en lo social y cultural de las comunidades,

porque la radio, en la medida en que genera espacios de encuentro, se convierte en un medio muy escuchado y, en consecuencia, masivo. Buendía, A. (2013).

Por sus características, la radio es un medio de convergencia, pero también de educación.

5. La televisión y la opinión pública

La televisión se ha ido acoplado a la vida familiar y tiene un alto grado de influencia, ya que esta, tiene una gran fuerza expresiva porque se basa en la imagen, y esto es muy eficaz para interiorizar los mensajes ya que se meten directamente en el subconsciente. La televisión construye un mundo que supuestamente representa el mundo real. Da una visión de la vida más agradable y con menos problemas de los que hay en la realidad (Diarivm, 2010).

Y en la televisión el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido que la voz del medio, o del hablante, es secundaria, está en función de la imagen. Comenta la imagen. Y, como consecuencia, el telespectador es más un animal vidente que un animal simbólico (Sartori, G 1988).

6. La prensa escrita y sus diferentes públicos en la opinión

“La prensa escrita es el conjunto de publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad, que puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario), semanal (semanario), quincenal (quincenario), mensual (mensuario), o anual (anuario); o simplemente periódico” (Wikipedia 2014).

“Los medios de comunicación escritos como formadores de opinión pública, contribuyen a la construcción de los imaginarios con base en los cuales la comunidad y la sociedad desenvuelven sus acciones y sus decisiones. Los medios de comunicación escritos instauran, bajo cánones informativos y significativos específicos, una noción de realidad. En este sentido, la prensa

cumple un rol en la difusión de las estructuras dominantes de poder y posee la capacidad de generar aprobación, desaprobación o consenso de la opinión pública” (Bustos, C. 2003).

2.5.4 Definición operacional de variables

Variable independiente: Género Periodístico

Es la forma literaria que emplea un periodista para redactar las noticias que realiza en su jornada laboral.

Entre los géneros periodísticos podemos mencionar el género informativo, el género interpretativo y el de opinión.

Variable dependiente: Opinión

La palabra opinión tiene un origen latino, derivada de “opinio”, y se usa para designar los juicios que emiten las personas sobre otras, o con respecto a hechos históricos, políticos, económicos, religiosos o sociales, basadas en general en su sentido común, en influencias externas, en argumentaciones no contundentes, siempre sobre cuestiones no demostradas científicamente. Una opinión es un juicio que se forma sobre algo cuestionable.

2.6 Definición de términos

- **Código:** Elementos que utiliza el emisor para comunicarse y transmitir información de tal manera que sea entendible al receptor.
- **Influencia:** Capacidad del comunicador o del medio de comunicación para dirigir o alterar la forma de pensar de las personas.
- **Suelto:** Texto periodístico perteneciente al género de Opinión, que se presenta en la sección especializada del diario y en el que de una forma muy original, se difunden datos, opiniones con cierta intencionalidad, en párrafos de 400 caracteres como promedio.
- **Columna:** Artículo de prensa escrito que aparece regularmente en un medio de comunicación, en donde el autor expresa con libertad su punto

de vista u opinión respecto a una información o temas de actualidad, y puede estar firmado o no con nombre o seudónimo.

- **Fuentes:** Personas o diversos tipos de documentos que proporcionan datos o información para satisfacer la necesidad de construir una investigación.
- **Estilo:** Forma o rasgos peculiares que posee un comunicador y que plasma en sus textos de tal manera que llegue a identificarse con sus lectores.
- **Forma:** Es la manera en que el periodista presenta su trabajo de investigación, siempre siguiendo las pautas o reglas de la comunicación periodística.
- **Glosa:** Texto breve en el que se hace referencia de un hecho, idea o dato, de una forma peculiar y original, y que define en parte lo que es un suelto periodístico.
- **Ethos:** Hábito, carácter o modo de ser de la persona que definen su personalidad y que se expresa a través de sus acciones y valores.
- **Contextualizar:** Construcción de un referente teórico de un tema motivo de la investigación y establecerlas con su entorno.
- **Coyuntura:** Conjunto o combinación de factores o circunstancias que caracterizan o determinan una situación.
- **Consenso:** Acuerdo, aceptación o consentimiento que se da entre dos o más personas respecto a un tema.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 Metodología de la investigación

3.1.1 Tipo de investigación

La siguiente investigación se desarrolló y sintetizó en una tesis para obtener el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Se trata de una investigación de tipo básica, pues no tiene propósitos aplicativos inmediatos, sino solo ampliar y profundizar lo que ya se conoce acerca de las teorías científicas, en este caso la Teoría de los Efectos Limitados y la Teoría de las Diferencias Individuales, sobre que tanto influye la columna “Chiquitas” de Diario Correo en la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas respecto a los personajes públicos de Piura.

3.1.2 Nivel de investigación

Es una investigación de nivel descriptivo, porque en las conclusiones al final de nuestro trabajo, he descrito la influencia que ha tenido el texto periodístico de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, en la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de Julio a Setiembre del 2014.

3.1.3 Diseño específico

A. Enfoques de investigación

El enfoque que tiene esta investigación es cuantitativo, porque ha hecho uso de la estadística para procesar los resultados

B. Diseño de investigación

Y su diseño es no experimental porque no se manipuló la variable independiente, y porque solo se han estudiado los fenómenos de la realidad después de haber ocurrido.

C. Delimitación de la investigación

La presente investigación se ha delimitado de la siguiente manera:

El espacio en el que se ha trabajado es el campus de la Universidad Alas Peruanas filial Piura con sus docentes; y el tiempo en el que se ha realizado es desde el mes de julio hasta el mes de setiembre del 2014.

3.2 Universo y técnicas de investigación

3.2.1 Universo poblacional y muestra

Tomando como referencia las definiciones del Dr. Sergio Carrasco Díaz, en mi caso el universo han sido todos los docentes universitarios de la ciudad de Piura.

La población, los docentes universitarios de la Universidad Alas Peruanas filial Piura, y la muestra, los docentes de la Universidad Alas Peruanas que leen la columna “chiquitas”, que han resultado de los 194 educadores que laboran en nuestra universidad.

3.2.2 Elección del tipo de muestra

Para mi trabajo de investigación he elegido el tipo de muestra no probabilística. Se ha hecho una muestra censal.

3.2.3 Criterios de inclusión y exclusión

Para la elección de la muestra, no he tenido que aplicar la tabla porque la cantidad de 194 docentes de la Universidad Alas Peruanas, no alcanza para aplicarla. Y el criterio de exclusión que se ha aplicado es el de tomar en cuenta solo a aquellos que leen la columna regularmente, o tienen conocimiento de lo que allí se dice, para que sus respuestas me hayan permitido sacar conclusiones más acertadas o ajustadas a la realidad.

3.3 Técnicas e instrumentos

3.3.1 Técnicas

En mi caso he empleado la técnica de la encuesta, la cual estuvo dirigida a los docentes de la Universidad Alas Peruanas que leen la columna “Chiquitas” de diario Correo de Piura para conocer si el texto de este subgénero periodístico, influye en la opinión de los mismos docentes respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del año 2014.

Y también he utilizado la técnica de la entrevista a especialistas en prensa escrita, como a la Dra. Rosa Zeta de Pozo y al Lic. Rolando Rodrich Sarango. Y también a un sociólogo experto en el comportamiento de las masas, el Lic. José Gallo Sánchez, para conocer su opinión también sobre si la columna “Chiquitas de Diario Correo de Piura influye en la opinión de los lectores y en el suyo.

3.3.2 Instrumentos

Para aplicar la encuesta he utilizado como instrumento, un cuestionario de preguntas con ítems o alternativas, así como preguntas con respuestas abiertas y cerradas.

Y para la entrevista, también se ha elaborado un cuestionario de seis preguntas.

Previo a la construcción del instrumento, he tenido que analizar las características de la población a encuestar, y a los expertos seleccionados tomando en cuenta el conocimiento del tema que manejan.

3.4 Técnicas y procedimientos en la recolección de datos

En el caso de los docentes universitarios, se ha elaborado un cuestionario de preguntas a través de una encuesta, en la que se han seleccionado con la

ayuda de nuestros tutores, las más adecuadas para poder sacar conclusiones a partir de las hipótesis y los objetivos.

Y en el caso de los especialistas, se ha recurrido a la entrevista con preguntas puntuales y de acuerdo al nivel de conocimiento del tema y de la realidad que se ha estudiado.

3.5 Análisis e interpretación de datos

En este punto, luego de haber sido procesado mediante el programa SPSS, los datos obtenidos, se han ordenado convenientemente para luego ser analizados y concluir dando respuesta al problema motivo del estudio, comprobando en parte las hipótesis planteadas al inicio de esta investigación.

Estos resultados también me han permitido dar algunas recomendaciones, gracias también a los aportes proporcionados por los especialistas entrevistados, quienes con sus respuestas han complementado los resultados que se han obtenido de las respuestas dadas por los encuestados.

CAPITULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Confiabilidad del instrumento de estudio

La confiabilidad del instrumento de investigación, luego de ser aprobada por los expertos, ha quedado demostrada cuando después de aplicada, permitió recopilar información que ha servido para comprobar las hipótesis, describir los objetivos, sacar conclusiones y dar recomendaciones que permitirán mejorar la aceptación en el sector más instruido de sus lectores.

4.2 Estadísticos descriptivos y análisis de las variables de estudio

Encuesta realizada al personal Docente de la Universidad Alas Peruanas filial Piura que leen regularmente la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura.

La encuesta aplicada a los docentes, contiene 17 preguntas, algunas de ellas con respuestas abiertas que permitió ampliarlas a 29, y buscó saber si el texto periodístico de la columna “Chiquitas de Diario Correo de Piura, influye en la opinión de los docentes de la UAP – Piura con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014.

Para la obtención de resultados se ha trabajado en el tema estadístico con el programa SPSS.

4.3 Análisis descriptivos de las variables de estudio

A continuación, presento un análisis de los resultados de la encuesta aplicada a docentes de la Universidad Alas Peruanas filial Piura – Región Piura. Año 2014.

Tabla 1

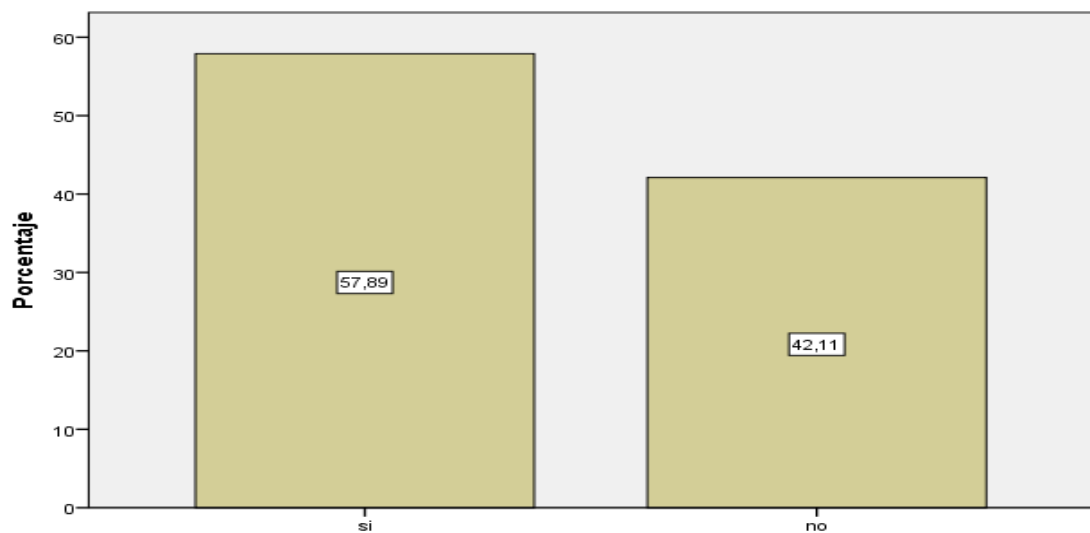
Promedio de los que opinan estar de acuerdo con el estilo en que se presentan los textos de la columna “Chiquitas”

¿Está Ud. de acuerdo con el estilo en el que se presentan los textos de la columna “Chiquitas”?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	22	57,9	57,9	57,9
Válidos no	16	42,1	42,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Un mayoritario 58% de los docentes encuestados manifiestan estar de acuerdo con el estilo de la columna “Chiquitas”

Figura 1



Para los docentes encuestados, el estilo en que los periodistas redactan los textos de la columna es de su agrado, porque al estar de acuerdo, significa que están conformes con la forma en que se redacta este texto periodístico.

Tabla 2

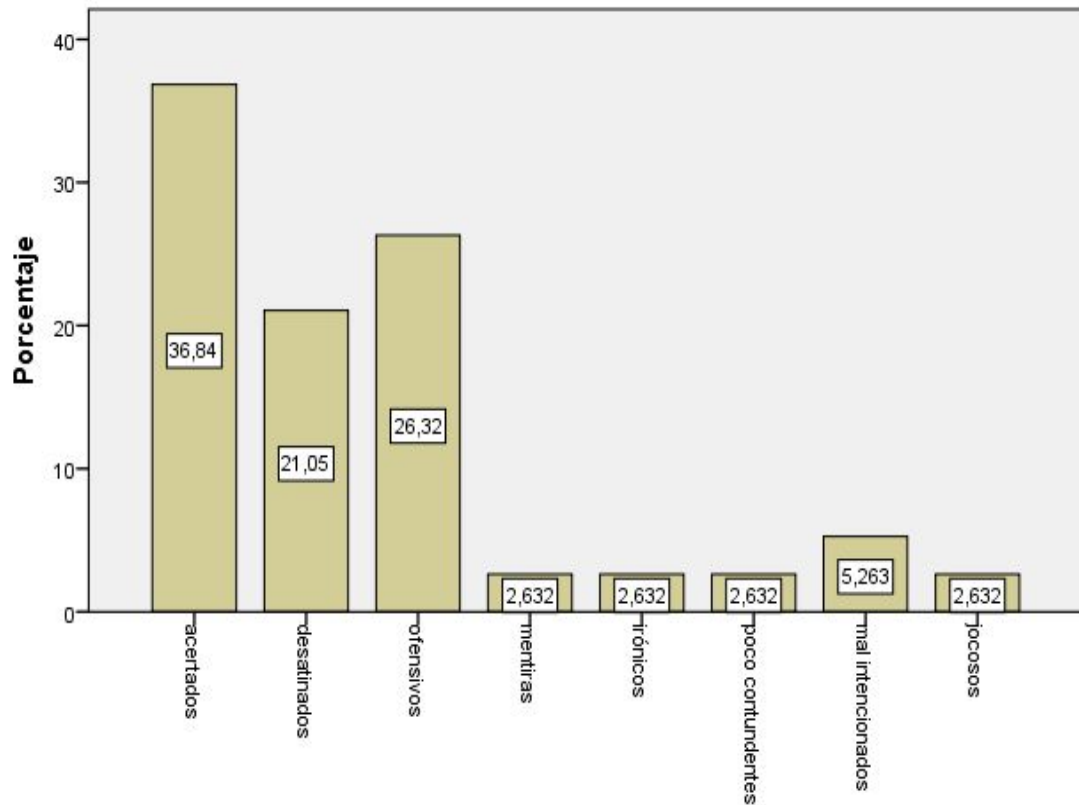
Calificativos de los docentes sobre los comentarios que se expresan sobre algún personaje público

¿Cree Ud. que los comentarios que se expresan sobre algún personaje público son?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
acertados	14	36,8	36,8	36,8
desatinados	8	21,1	21,1	57,9
ofensivos	10	26,3	26,3	84,2
mentiras	1	2,6	2,6	86,8
irónicos	1	2,6	2,6	89,5
Válidos poco contundentes	1	2,6	2,6	92,1
mal intencionados	2	5,3	5,3	97,4
jocosos	1	2,6	2,6	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Un considerable 36%, piensa que los comentarios que se vierten sobre algún personaje público son acertados.

Figura 2



Si bien un buen porcentaje de los docentes lectores de “Chiquitas califican los comentarios que se expresan en la columna como acertados, otro importante sector los define como ofensivos, aunque por ser ofensivos no dejan de ser acertados.

Un buen porcentaje también manifiesta que son desatinados, y en menor cantidad como mal intencionados, mentiras, irónicos, poco contundentes y jocosos, pero estos últimos no alcanzan a igualar a los anteriores.

Tabla 3

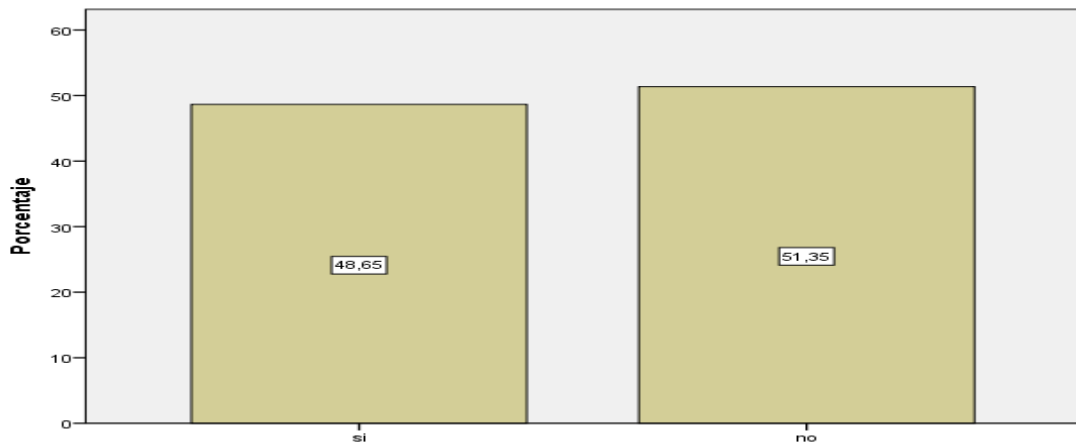
Medición de los que creen que lo que se dice en “Chiquitas” es verdadero

¿Cree Ud. que lo que se dice en “Chiquitas” es verdadero?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	18	47,4	48,6	48,6
	No	19	50,0	51,4	100,0
	Total	37	97,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,6		
Total		38	100,0		

El 51% considera que no es verdad lo que se dice en “Chiquitas”

Figura 3



Hay casi un conflicto entre los que opinan que sí y los que no, pero ello refleja una de las razones por las que hacen de “Chiquitas” una columna que desata polémica y opiniones diversas.

Tabla 4

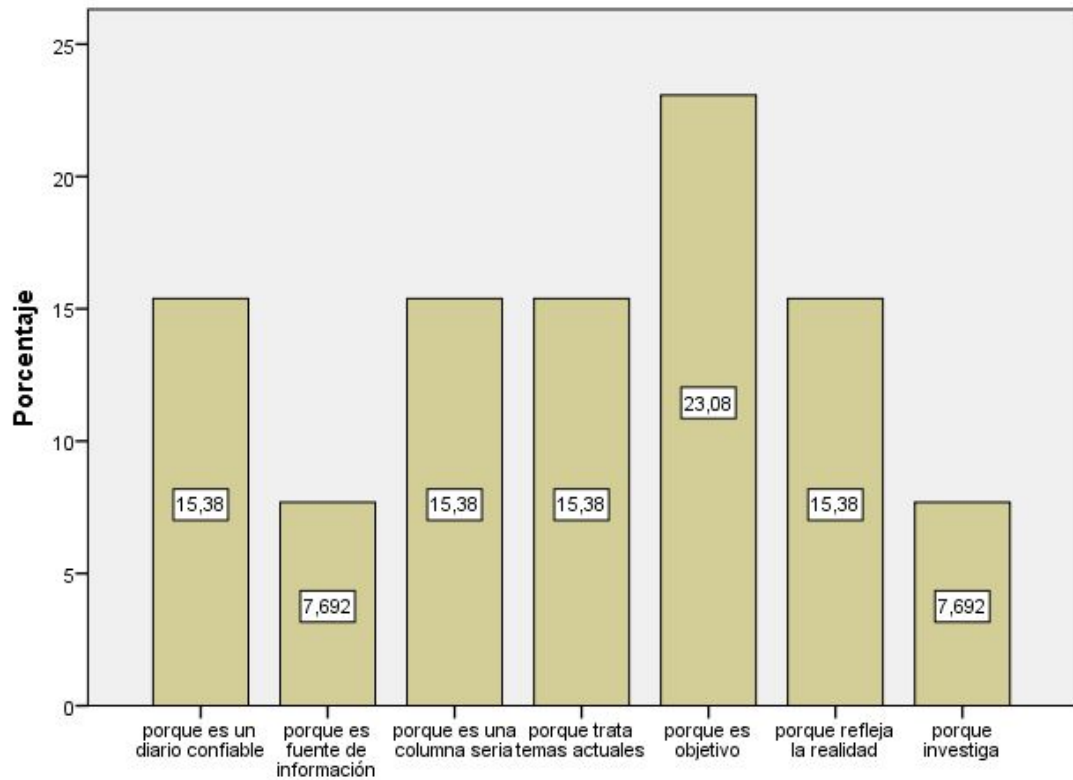
Razones de los que creen que lo que se dice en “Chiquitas” es verdadero

¿Por qué cree Ud. que lo que se dice en "Chiquitas es verdadero?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
porque es un diario confiable	2	5,3	15,4	15,4
porque es fuente de información	1	2,6	7,7	23,1
porque es una columna seria	2	5,3	15,4	38,5
porque trata temas actuales	2	5,3	15,4	53,8
porque es objetivo	3	7,9	23,1	76,9
porque refleja la realidad	2	5,3	15,4	92,3
porque investiga	1	2,6	7,7	100,0
Total	13	34,2	100,0	
Perdidos				
Sistema	25	65,8		
Total	38	100,0		

Un 23% de los docentes encuestados considera que lo que se dice en “Chiquitas” es verdadero porque es objetivo, y otro importante 15% cree que es porque es un diario confiable, porque es una columna seria y porque refleja la realidad..

Figura 4



La objetividad sobresale como razón por la que los docentes encuestados creen que lo que se dice en “Chiquitas” es verdadero. Otros creen que es porque refleja la realidad, porque confían en el diario, porque trata de temas actuales o porque es una columna seria, reflejo de que son asiduos lectores de la columna.

Tabla 5

Razones de los que no creen que “Chiquitas” es verdadero

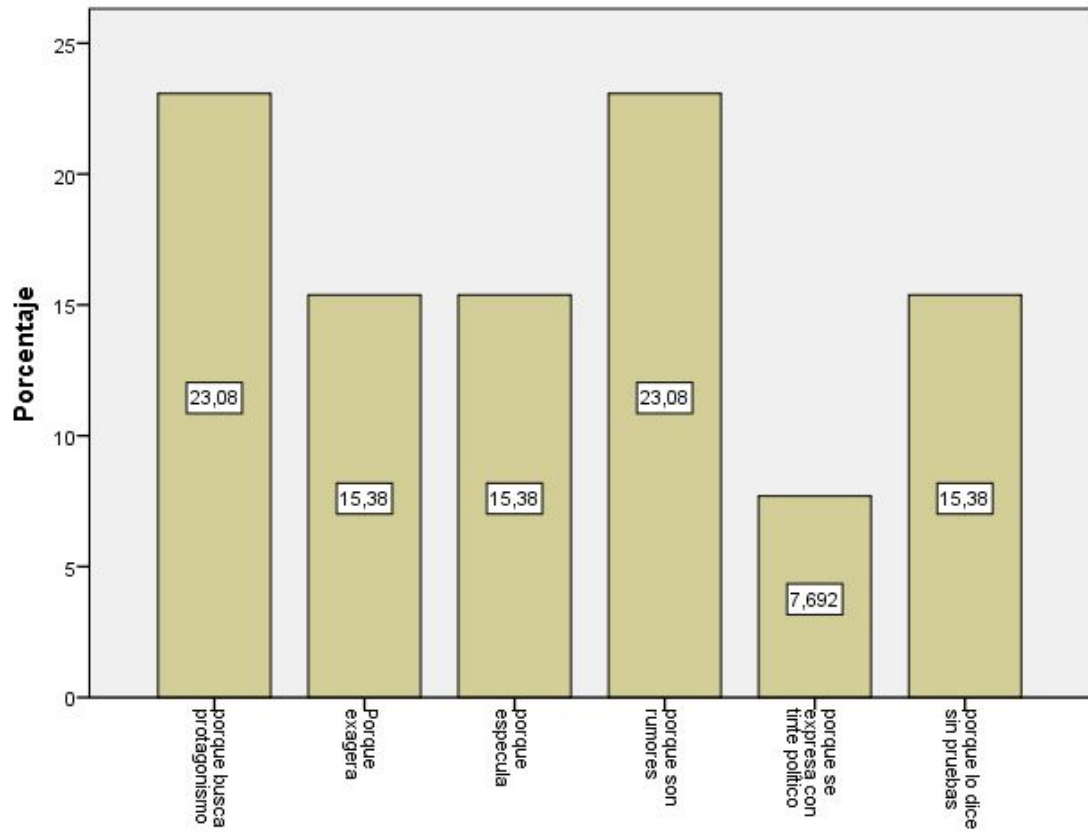
¿Por qué cree Ud. que lo que se dice en "Chiquitas no es verdadero?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
porque busca protagonismo	3	7,9	23,1	23,1
Porque exagera	2	5,3	15,4	38,5
porque especula	2	5,3	15,4	53,8
porque son rumores	3	7,9	23,1	76,9
porque se expresa con tinte político	1	2,6	7,7	84,6
porque lo dice sin pruebas	2	5,3	15,4	100,0
Total	13	34,2	100,0	
Perdidos				
Sistema	25	65,8		
Total	38	100,0		

En igual proporción, un 23% respectivamente respondió que no cree que lo que se dice en “Chiquitas” es verdadero porque busca protagonismo y porque son rumores.

Otras razones que expusieron los docentes son similares a las anteriores como que exagera y especula, cada una alcanzando un 15%.

Figura 5



Se puede deducir que el protagonismo que según los docentes encuestados expone la columna “Chiquitas” en sus textos, se basa en los rumores, exageraciones o especulaciones.

Tabla 6

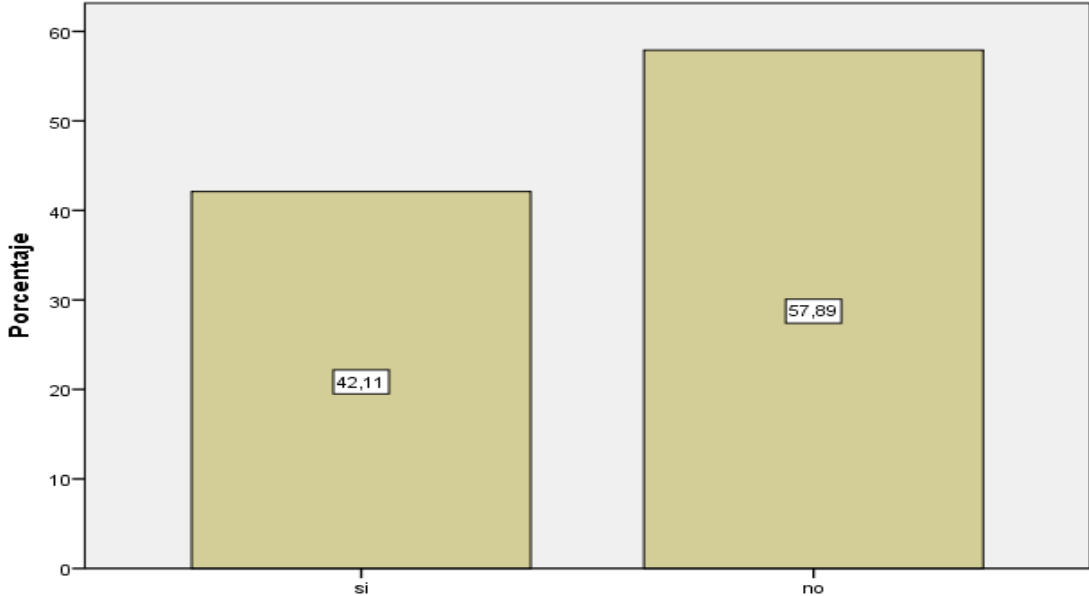
Medición de los que toman en cuenta la información que aparece en la columna “Chiquitas”

¿Toma Ud. en cuenta la información que aparece en la columna “Chiquitas”

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	16	42,1	42,1	42,1
Válidos no	22	57,9	57,9	100,0
Total	38	100,0	100,0	

La mayoría, un 57% sobre un 42% de los docentes encuestados, no toman en cuenta la información que aparece en la columna “Chiquitas”

Figura 6



Al considerar la mayoría de docentes que los textos de la columna “Chiquitas” son exagerados, rumores o especulaciones, y que buscan protagonismo, entonces la consecuencia es que la mayoría no toman en cuenta la información de la mencionada columna.

Tabla 7

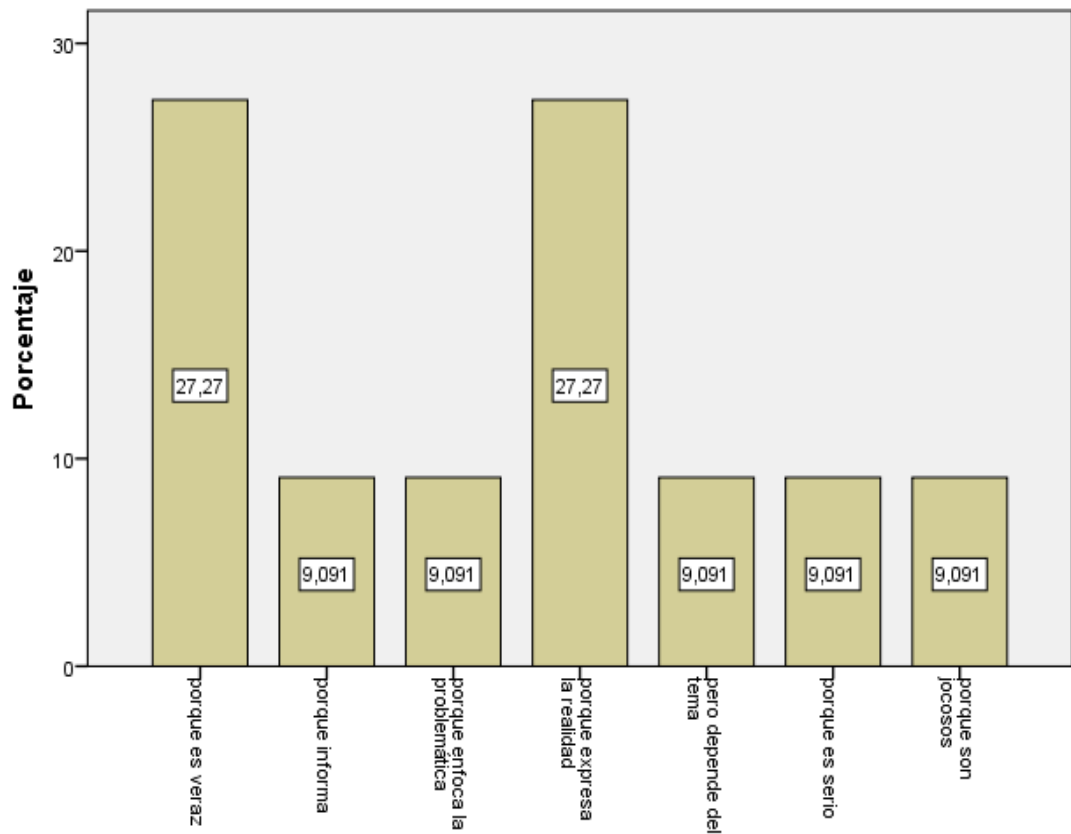
Los que sí toman en cuenta la información de lo que aparece en la columna “Chiquitas”

¿Por qué sí toma Ud. en cuenta la información que aparece en la columna "Chiquitas"?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	porque es veraz	3	7,9	27,3
	porque informa	1	2,6	36,4
	porque enfoca la problemática	1	2,6	45,5
	porque expresa la realidad	3	7,9	72,7
	pero depende del tema	1	2,6	81,8
	porque es serio	1	2,6	90,9
	porque son jocosos	1	2,6	100,0
	Total	11	28,9	100,0
Perdidos	Sistema	27	71,1	
Total		38	100,0	

En igual proporción, un 27% respectivamente de los que sí toman en cuenta la información de la columna “Chiquitas”, es porque es veraz y porque expresa la realidad. El resto que compate uin 9.1% cada uno, toma en cuenta la información porque informa, porque enfoca la problemática, porque es serio y porque son jocosos y depende del tema que toca.

Figura 7



Lo veraz y lo real son la base para los docentes que sí toman en cuenta la información que aparece en la columna “Chiquitas”.

Tabla 8

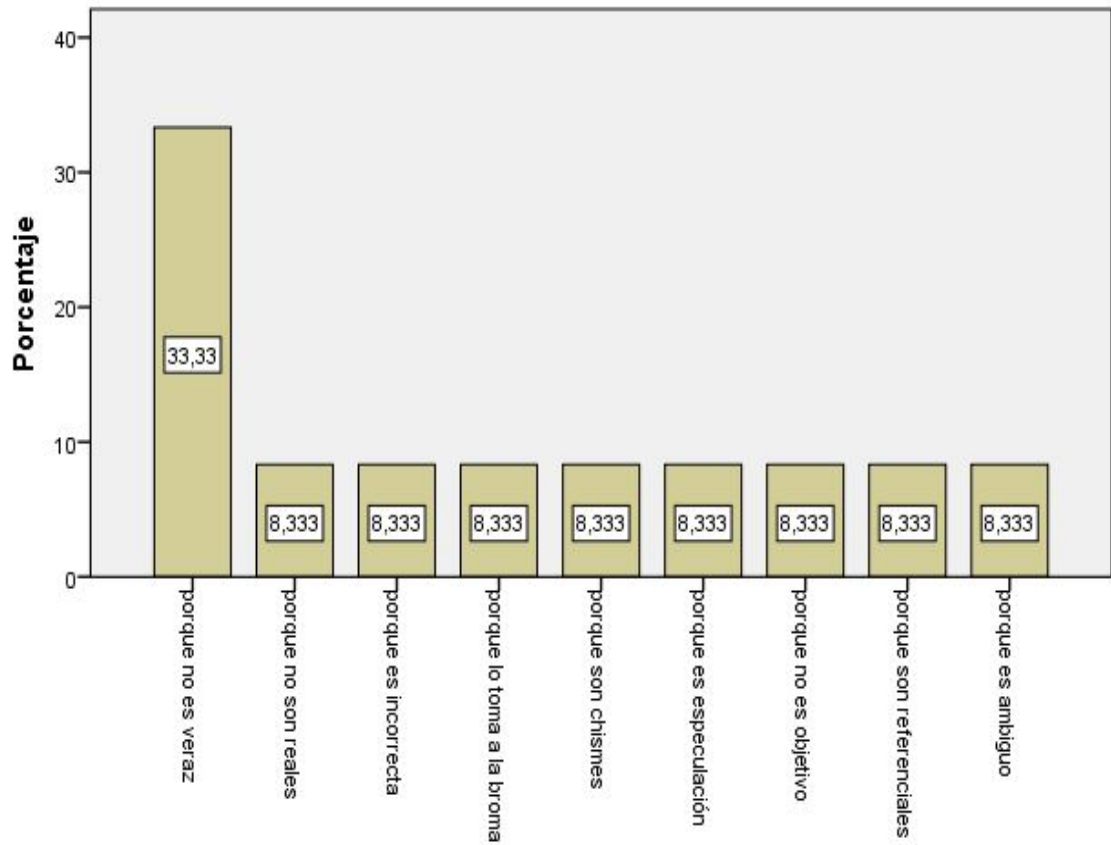
Razones de los que no toman en cuenta la información que aparece en la columna “Chiquitas”

¿Por qué no toma Ud. en cuenta la información que aparece en la columna "Chiquitas"?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	porque no es veraz	4	10,5	33,3
	porque no son reales	1	2,6	41,7
	porque es incorrecta	1	2,6	50,0
	porque lo toma a la broma	1	2,6	58,3
	porque son chismes	1	2,6	66,7
Válidos	porque es especulación	1	2,6	75,0
	porque no es objetivo	1	2,6	83,3
	porque son referenciales	1	2,6	91,7
	porque es ambiguo	1	2,6	100,0
	Total	12	31,6	100,0
Perdidos	Sistema	26	68,4	
Total		38	100,0	

Un 33% de los docentes sobresale del resto y no toma en cuenta la información de la columna “Chiquitas” porque no es veraz.

Figura 8



Y los que no toman en cuenta la información que aparece en la columna “Chiquitas”, que son la mayoría, dicen que no lo hacen porque es no son ciertas, y porque son chismes o solo son referenciales

Tabla 9

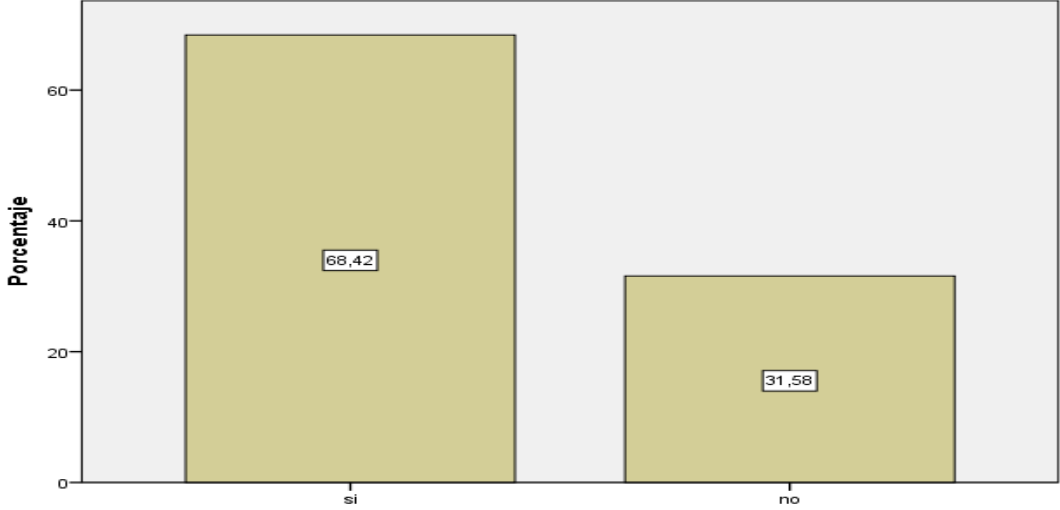
Medición de los que entienden todo lo que lee en la columna “Chiquitas”

¿Entiende Ud. todo lo que lee en la columna “Chiquitas”?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	26	68,4	68,4	68,4
Válidos no	12	31,6	31,6	100,0
Total	38	100,0	100,0	

El 68% entiende todo lo que se dice en la columna “Chiquitas” y el 31% no lo entiende.

Figura 9



La mayoría de los docentes lectores de “Chiquitas” manifiestan entender lo que lee en los textos.

Tabla 10

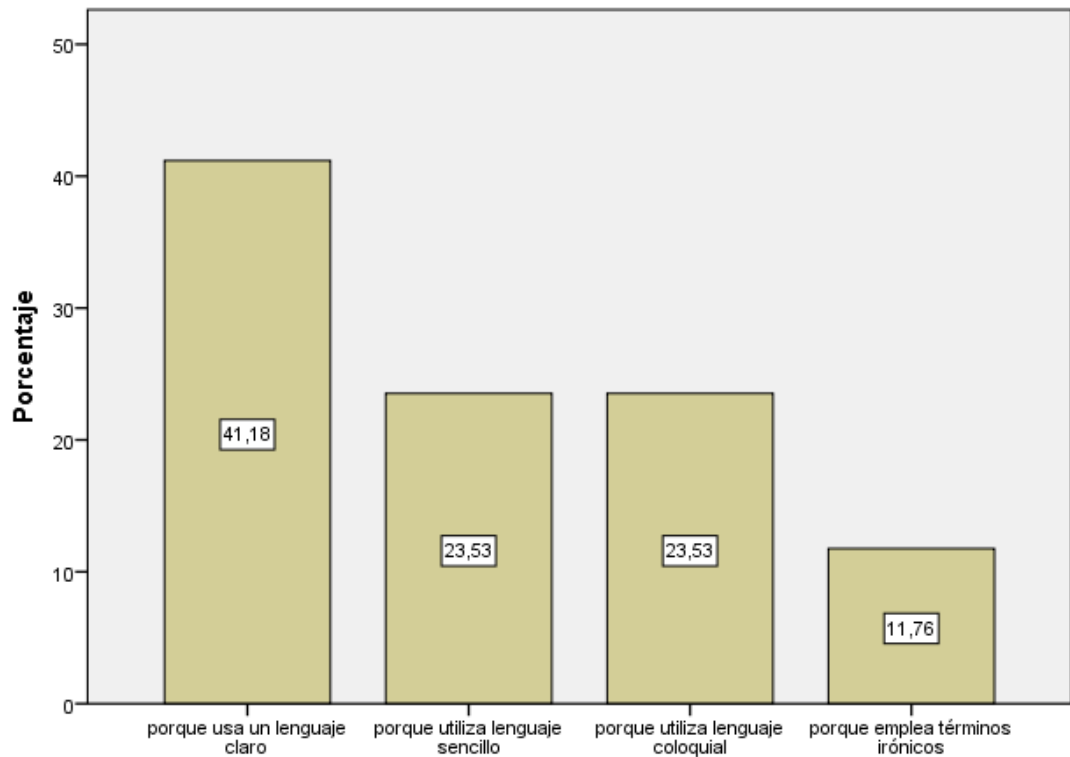
Razones por las que los docentes sí entienden todo lo que leen en la columna “Chiquitas”

¿Por qué sí entiende Ud. todo lo que lee en la columna "Chiquitas"?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
porque usa un lenguaje claro	7	18,4	41,2	41,2
porque utiliza lenguaje sencillo	4	10,5	23,5	64,7
porque utiliza lenguaje coloquial	4	10,5	23,5	88,2
porque emplea términos irónicos	2	5,3	11,8	100,0
Total	17	44,7	100,0	
Perdidos				
Sistema	21	55,3		
Total	38	100,0		

El lenguaje claro como razón alcanza un 41,2%, y le siguen en igual proporción, porque utiliza un lenguaje sencillo y coloquial con un 23.5%, y con un 11.8% porque emplea términos irónicos.

Figura 10



Si bien emplea términos irónicos, lo coloquial y sencillo complementan el lenguaje claro que hace que los docentes sí entiendan lo que leen en la columna “Chiquitas” de Diario Correo.

Tabla 11

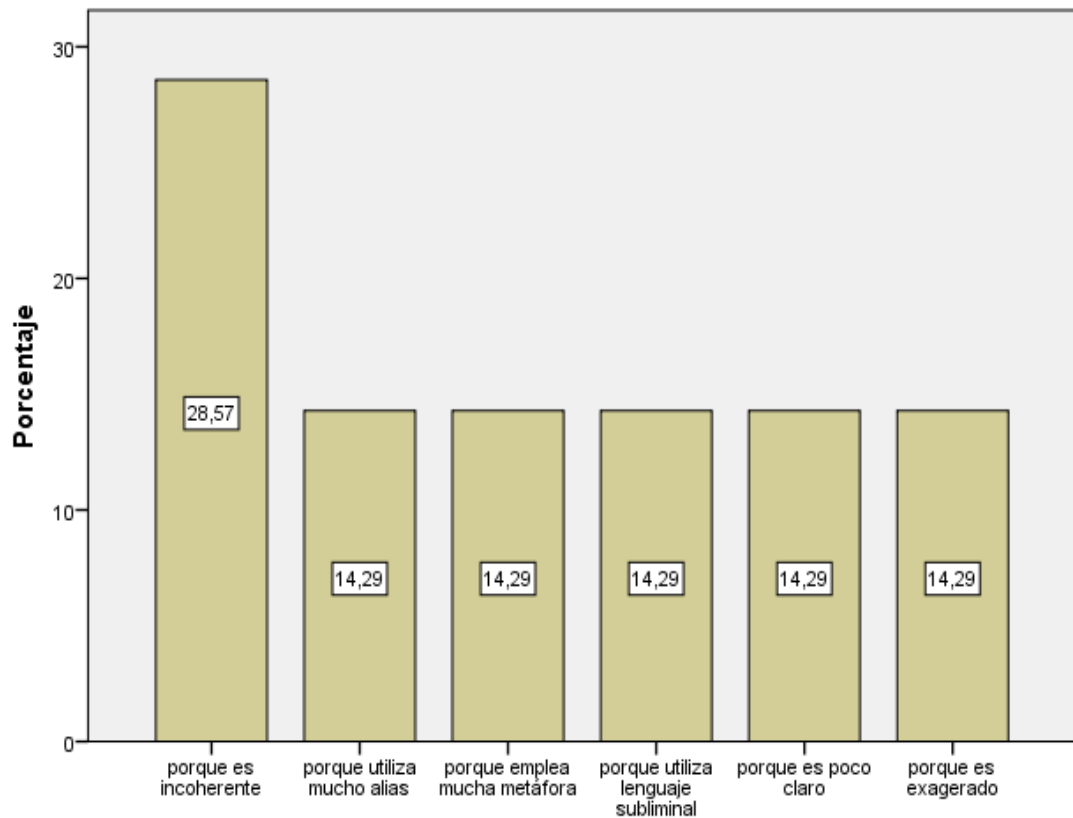
Motivos por los que los docentes no entienden lo que leen en la columna “Chiquitas” de Diario Correo

¿Por qué no entiende Ud. todo lo que lee en la columna "Chiquitas"?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
porque es incoherente	2	5,3	28,6	28,6
porque utiliza mucho alias	1	2,6	14,3	42,9
porque emplea mucha metáfora	1	2,6	14,3	57,1
porque utiliza lenguaje subliminal	1	2,6	14,3	71,4
porque es poco claro	1	2,6	14,3	85,7
porque es exagerado	1	2,6	14,3	100,0
Total	7	18,4	100,0	
Perdidos				
Sistema	31	81,6		
Total	38	100,0		

La mayoría, un 28.6% no entienden lo que leen en la columna “Chiquitas” porque es incoherente, y el resto en un 14.3% cada uno, porque utiliza mucho alias, porque emplea mucha metáfora, porque utiliza lenguaje subliminal, porque es muy poco claro y porque es exagerado.

Figura 11



Si bien la incoherencia es la razón por la que la mayoría de los docentes que no entienden lo que leen en la columna “Chiquitas”, otras razones como el que utiliza mucho alias, porque exagera, porque emplea mucha metáfora o porque utiliza un lenguaje subliminal, no hacen sino ratificar lo dicho.

Tabla 12

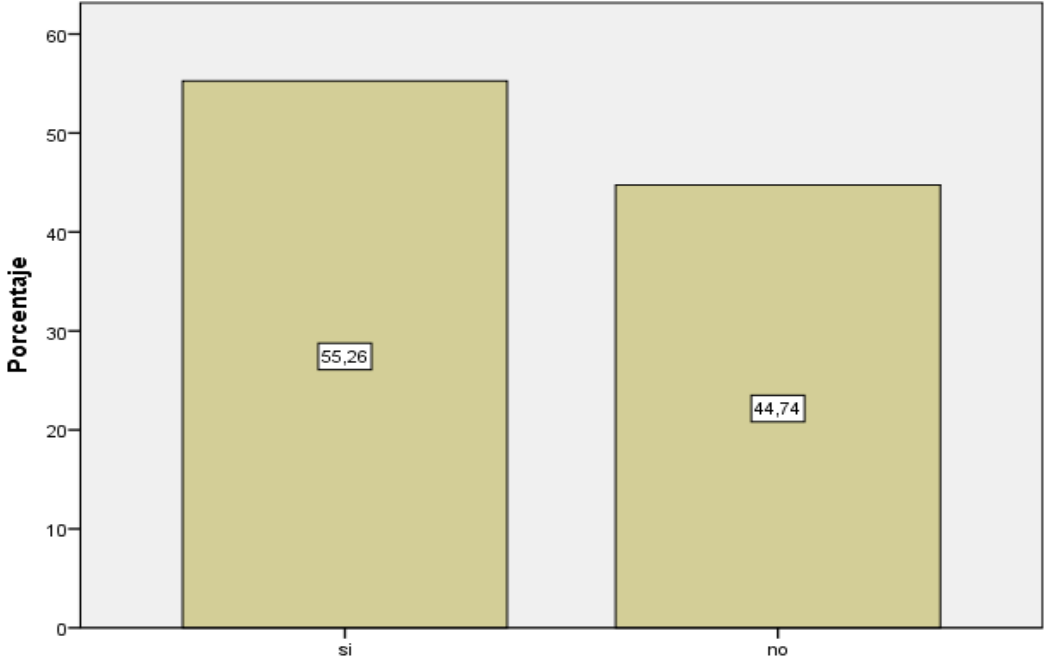
Preferencia por el estilo que se utiliza en la columna “Chiquitas”

¿El estilo que se utiliza en la columna es de su agrado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	21	55,3	55,3	55,3
Válidos no	17	44,7	44,7	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Al 55,3% le agrada su estilo y al 44,7% no

Figura 12



Concordando con lo expresado en la primera pregunta, a los docentes encuestados les agrada el estilo que utiliza la columna “Chiquitas” para presentarse a su público.

Tabla 13

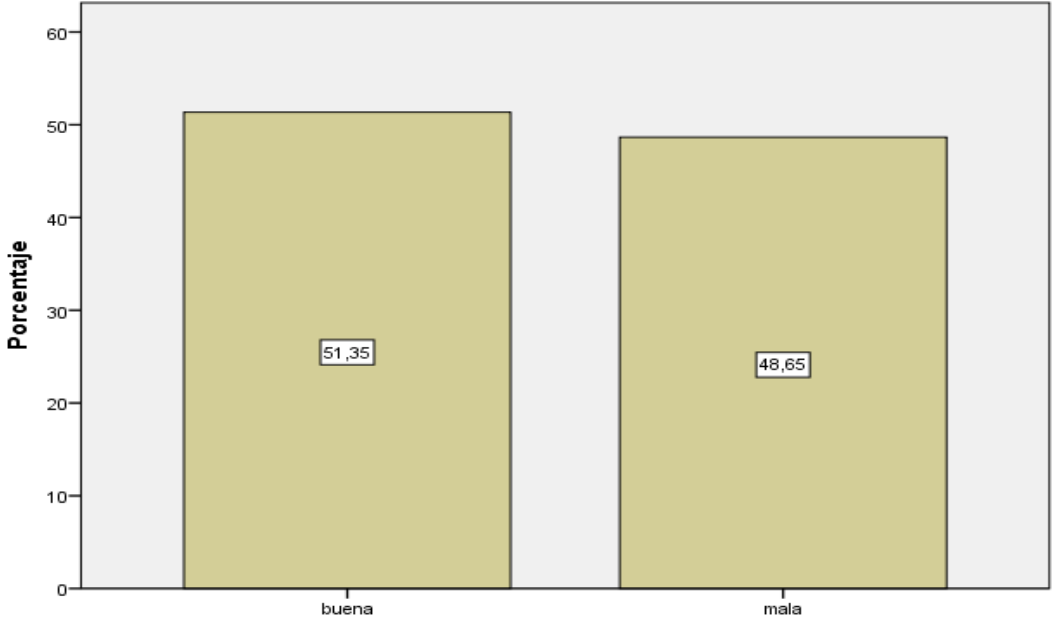
Medición de la crítica que hace la columna “Chiquitas” de los personajes públicos

¿La crítica que hace de los personajes públicos es?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	buena	19	50,0	51,4
	mala	18	47,4	100,0
	Total	37	97,4	100,0
Perdidos	Sistema	1	2,6	
Total		38	100,0	

El 51,4% considera que la crítica que hace de los personajes públicos es buena, y el 48,4% que es mala.

Figura 13



Un porcentaje ligeramente mayoritario de los docentes encuestados concuerdan que la crítica que hacen en la columna “chiquitas” sobre los personajes públicos es buena.

Tabla 14

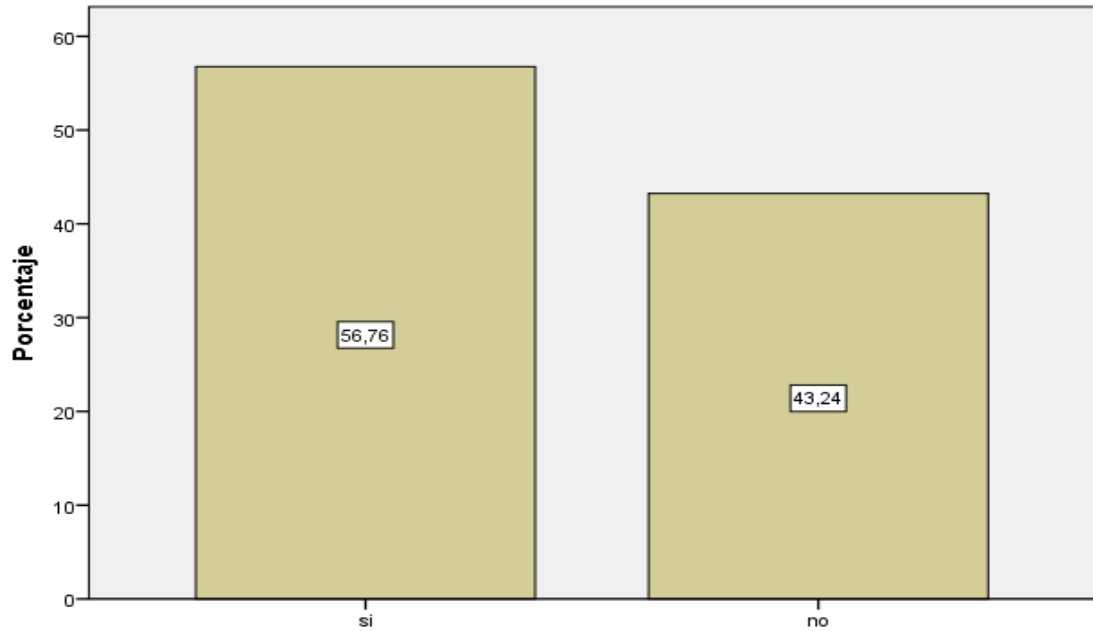
Enfoque que utiliza la columna columna “Chiquitas” para referirse a los personajes públicos

¿Comparte Ud. el enfoque que utiliza la columna “Chiquitas” para referirse a los personajes públicos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	21	55,3	56,8
	no	16	42,1	100,0
	Total	37	97,4	100,0
Perdidos	Sistema	1	2,6	
Total		38	100,0	

A la mayoría, un 56,8% comparte el enfoque que utiliza la columna para referirse a los personajes públicos.

Figura 14



El que la mayoría de los docentes encuestados compartan el enfoque que utiliza la columna “Chiquitas” para referirse a los personajes públicos de Piura, ratifica lo expresado por ellos en las anteriores respuestas.

Tabla 15

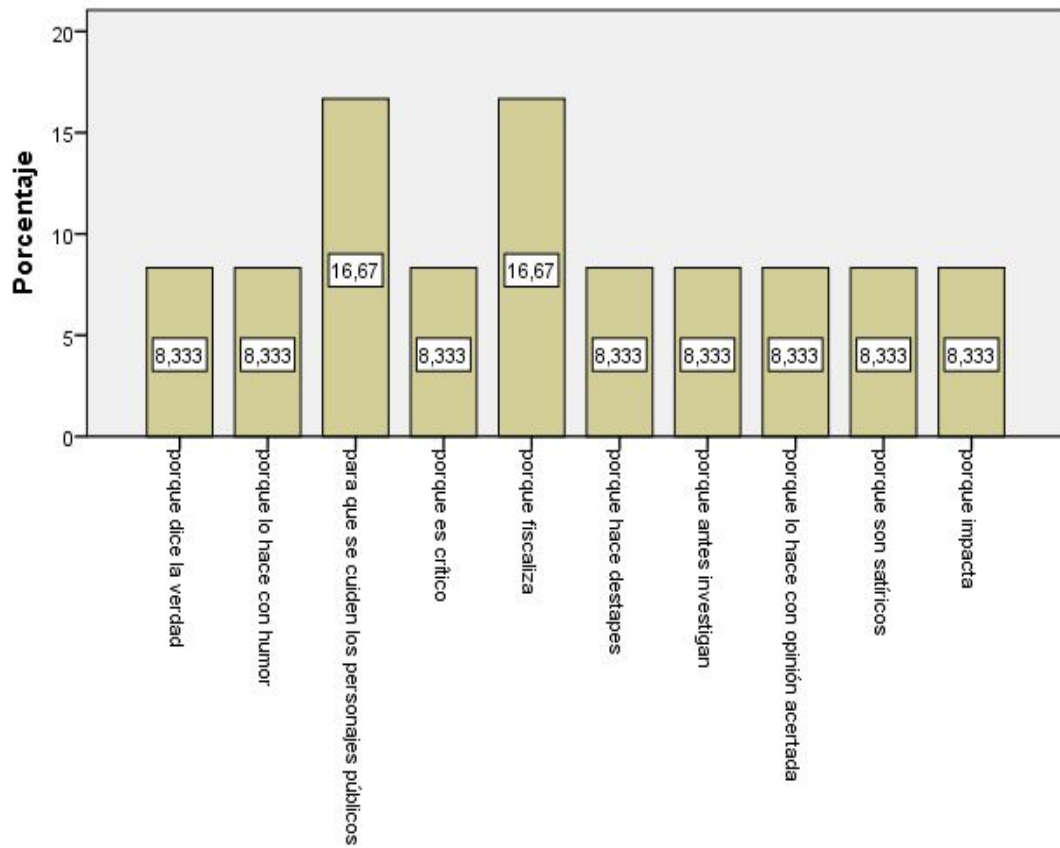
Razones por las que los docentes comparten el enfoque que utiliza la columna “Chiquitas” para referirse a los personajes públicos

¿Por qué sí comparte Ud. el enfoque que utiliza la columna “Chiquitas” para referirse a los personajes públicos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
porque dice la verdad	1	2,6	8,3	8,3
porque lo hace con humor	1	2,6	8,3	16,7
para que se cuiden los personajes públicos	2	5,3	16,7	33,3
porque es crítico	1	2,6	8,3	41,7
porque fiscaliza	2	5,3	16,7	58,3
porque hace destapes	1	2,6	8,3	66,7
porque antes investigan	1	2,6	8,3	75,0
porque lo hace con opinión acertada	1	2,6	8,3	83,3
porque son satíricos	1	2,6	8,3	91,7
porque impacta	1	2,6	8,3	100,0
Total	12	31,6	100,0	
Perdidos				
Sistema	26	68,4		
Total	38	100,0		

Un 16,7% respectivamente, comparte el enfoque que utiliza la columna “Chiquitas” para referirse a los personajes públicos porque fiscaliza y para que se cuiden. Y un 8,3% porque dice la verdad, porque lo hacen con humor, porque es crítico, porque hace destapes, porque su opinión es acertada, porque impacta, lo hace con sátira y porque creen que antes investiga.

Figura 15



Todas las razones expuestas por los docentes exponen el contexto de la columna "Chiquitas"

Tabla 16

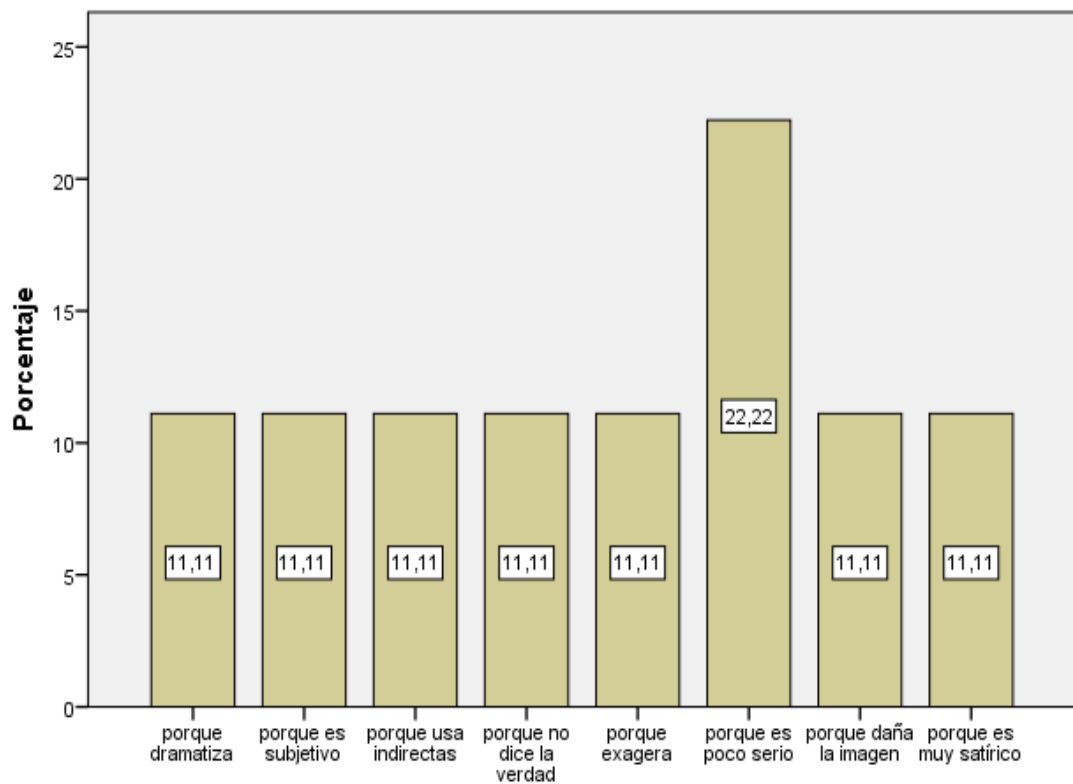
Motivos por los que los docentes no comparten el enfoque que utiliza la columna “Chiquitas” para referirse a los personajes públicos

¿Por qué no comparte Ud. el enfoque que utiliza la columna “Chiquitas” para referirse a los personajes públicos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
porque dramatiza	1	2,6	11,1	11,1
porque es subjetivo	1	2,6	11,1	22,2
porque usa indirectas	1	2,6	11,1	33,3
porque no dice la verdad	1	2,6	11,1	44,4
porque exagera	1	2,6	11,1	55,6
porque es poco serio	2	5,3	22,2	77,8
porque daña la imagen	1	2,6	11,1	88,9
porque es muy satírico	1	2,6	11,1	100,0
Total	9	23,7	100,0	
Perdidos				
Sistema	29	76,3		
Total	38	100,0		

El mayoritario 22,2% dice que no comparte el enfoque que utiliza la columna “Chiquitas” para referirse a los personajes público lo sustenta argumentando que es porque es poco serios, y el resto en un 11,1% cada uno dice que es porque dramatiza, porque es subjetivo, porque usa indirectas, porque no dice la verdad, porque exagera, porque daña la imagen y porque es muy satírico.

Figura 16



El resto de argumentos que han esgrimido el resto de docentes, no hace más que sustentar o ratificar lo que la mayoría manifiesta como razón para no compartir el enfoque que utiliza la columna “Chiquitas” para referirse a los personajes públicos.

Tabla 17

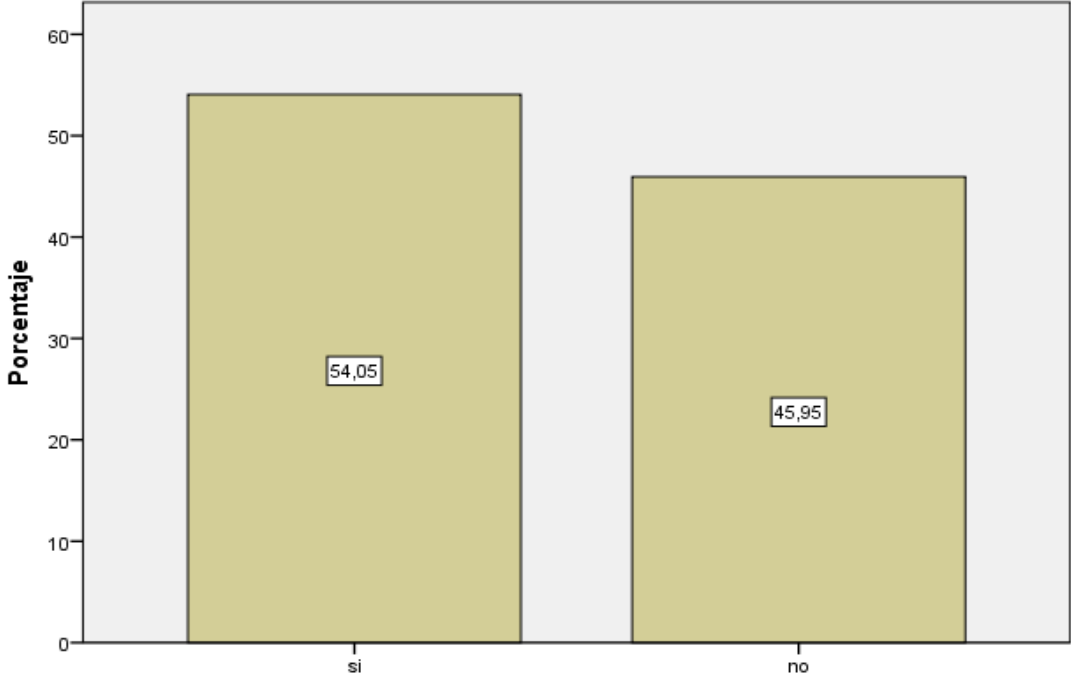
Preferencias de los docentes que comparte el interés que le pone la columna “Chiquitas” a los temas de coyuntura

¿Comparte Ud. el interés que le pone la columna “Chiquitas” a los temas de coyuntura?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
si	20	52,6	54,1	54,1
no	17	44,7	45,9	100,0
Total	37	97,4	100,0	
Perdidos				
Sistema	1	2,6		
Total	38	100,0		

El 54,1% sí comparte el interés que le pone la columna “Chiquitas” a los temas de coyuntura sobre un 45,9%.

Figura 17



La mayoría de los encuestados refieren estar de acuerdo con el interés que le pone la columna “Chiquitas” a los temas de coyuntura.

Tabla 18

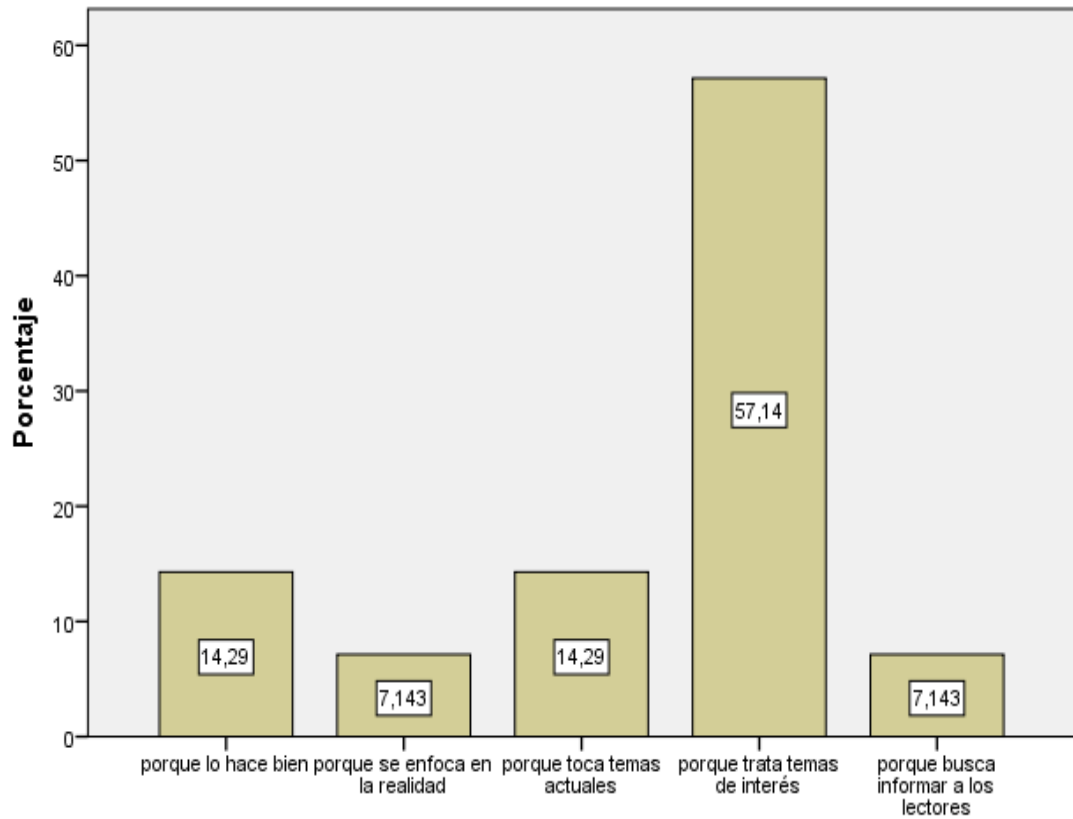
Razones de los que sí comparten el interés que le pone la columna “Chiquitas” a los temas de coyuntura

¿Por qué sí comparte Ud. el interés que le pone la columna “Chiquitas” a los temas de coyuntura?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
porque lo hace bien	2	5,3	14,3	14,3
porque se enfoca en la realidad	1	2,6	7,1	21,4
porque toca temas actuales	2	5,3	14,3	35,7
porque trata temas de interés	8	21,1	57,1	92,9
porque busca informar a los lectores	1	2,6	7,1	100,0
Total	14	36,8	100,0	
Perdidos				
Sistema	24	63,2		
Total	38	100,0		

El 57,1% dice que es porque trata temas de interés, un 14,3% respectivamente señala que es porque lo hace bien y porque trata temas actuales, y un 7,1% cada uno dice que es porque se enfoca en la realidad y porque enfoca a los lectores.

Figura 18



Los docentes que si comparten el interés que le pone la columna “Chiquitas” a los temas de coyuntura, señalan que es porque trata temas que interesan a los ciudadanos, y el resto otras razones que no son más que el sustento de lo que argumenta la mayoría.

Tabla 19

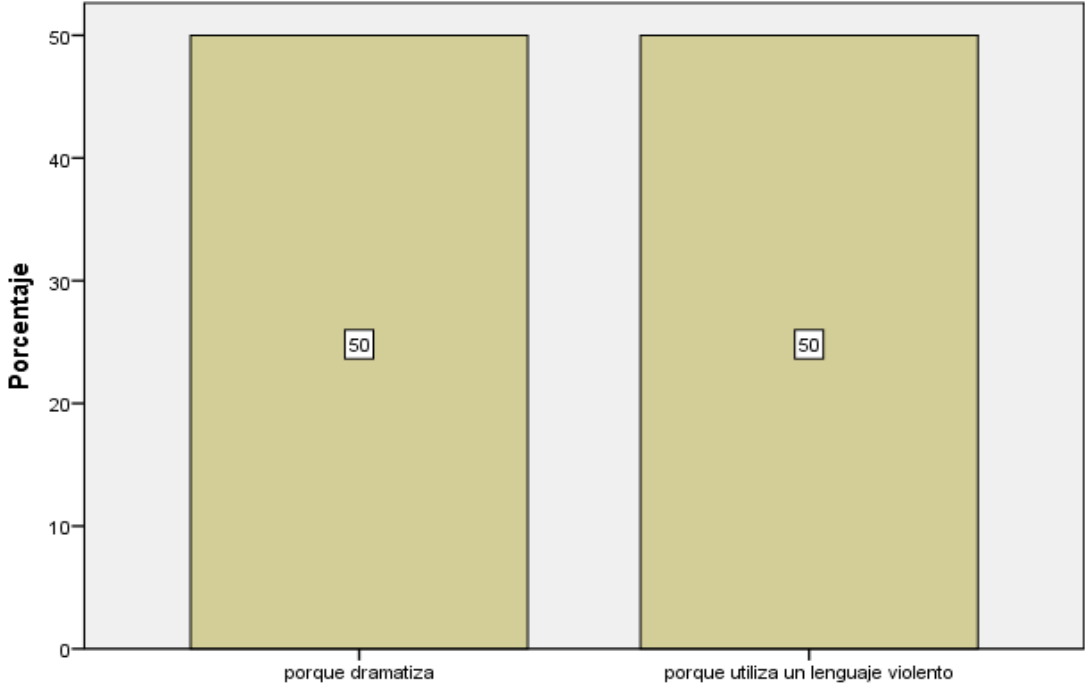
Razones de los que no comparten el interés que le pone la columna “Chiquitas” a los temas de coyuntura

¿por qué no comparte Ud. el interés que le pone la columna “Chiquitas” a los temas de coyuntura?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	porque dramatiza	1	2,6	50,0
	porque utiliza un lenguaje violento	1	2,6	100,0
	Total	2	5,3	100,0
Perdidos	Sistema	36	94,7	
Total		38	100,0	

El interés de los docentes está compartido en un 50%, porque dramatiza, y porque utiliza un lenguaje violento.

Figura 19



En cambio, los que no comparten el interés que le pone la columna “Chiquitas” a los temas de coyuntura, argumentan razones de forma como el de utilizar un lenguaje violento y porque le pone mucho dramatismo.

Tabla 20

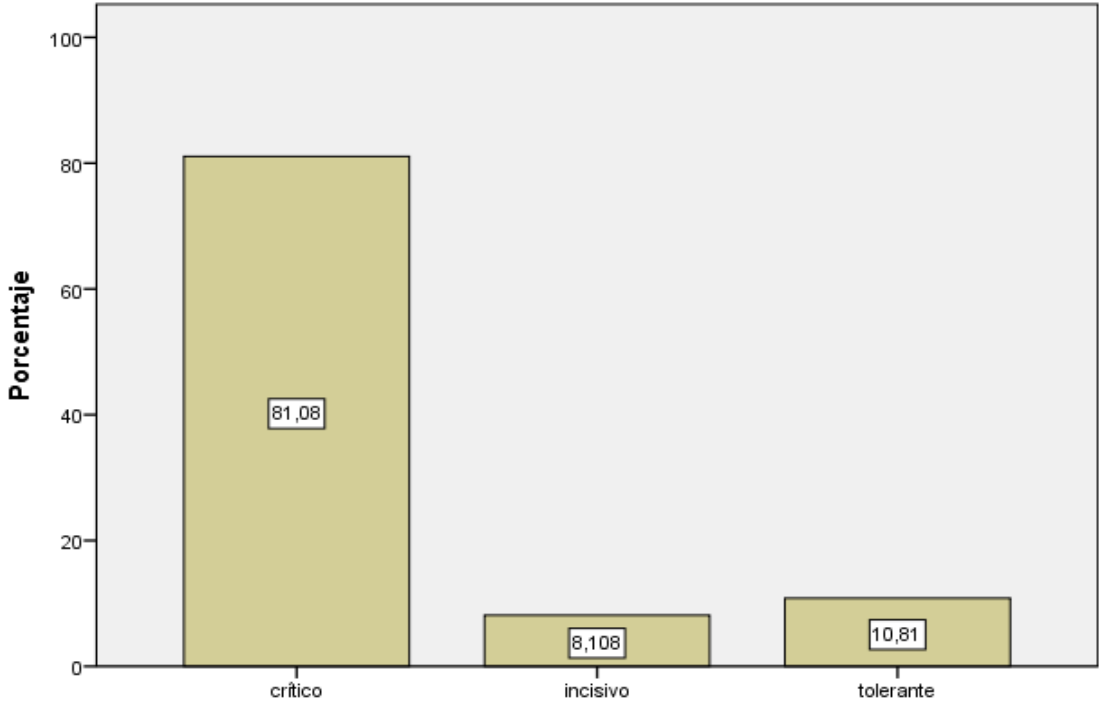
Como se debería enfocar los temas que se refieren a un personaje público

¿En qué sentido piensa que debería enfocar los temas que se refieren a un personaje público?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	crítico	30	78,9	81,1
	incisivo	3	7,9	89,2
	tolerante	4	10,5	100,0
	Total	37	97,4	100,0
Perdidos	Sistema	1	2,6	
Total	38	100,0		

Un 81,1% cree que debe ser más crítico, el 10,8% piensa que debe ser más tolerante y 8,1% que debe ser incisivo.

Figura 20



Los docentes lectores de “Chiquitas” piensan que el diario debería ser más crítico cuando se refiere a un personaje público.

Tabla 21

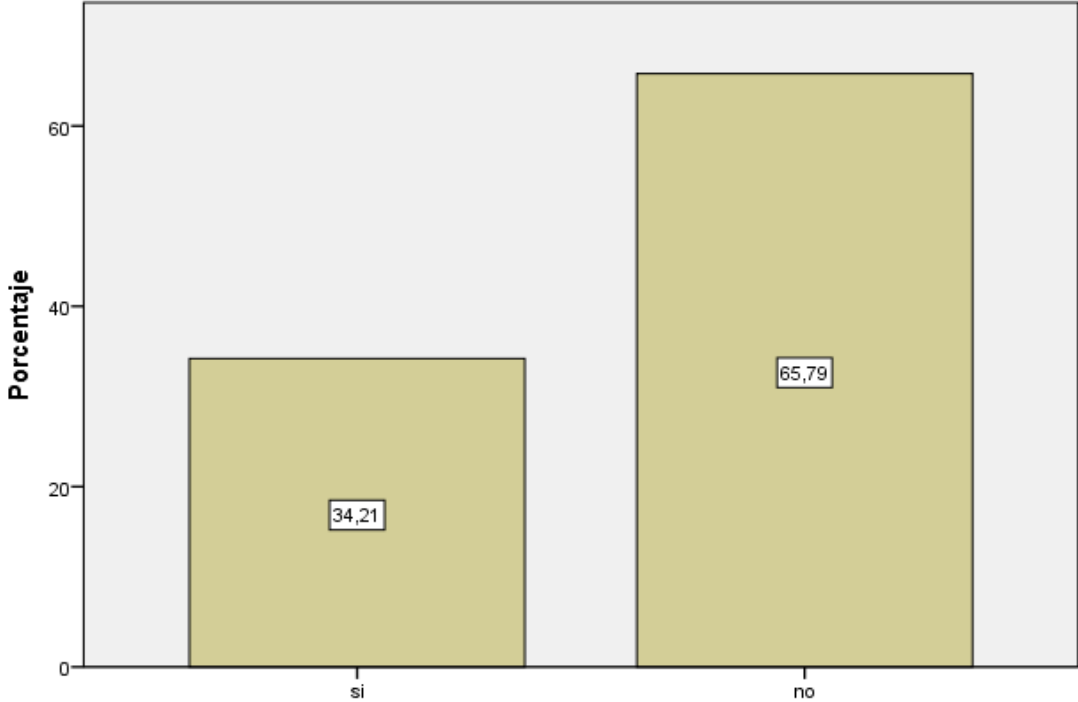
Respuesta a si el tratamiento que le da la columna a los temas que involucran a los personajes públicos le hace cambiar de forma de pensar

¿El tratamiento que le da a los temas que involucran a los personajes públicos le hace cambiar de forma de pensar?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	13	34,2	34,2	34,2
Válidos no	25	65,8	65,8	100,0
Total	38	100,0	100,0	

65,8% dice que no le hacen cambiar su forma de pensar sobre el 34,2% que dice que si.

Figura 21



Si bien están de acuerdo y comparten mucho de lo que se dice en la columna “Chiquitas”, el tratamiento que le da a los temas que involucran a los personajes públicos de Piura no les hace cambiar su forma de pensar a los docentes lectores de la columna.

Tabla 22

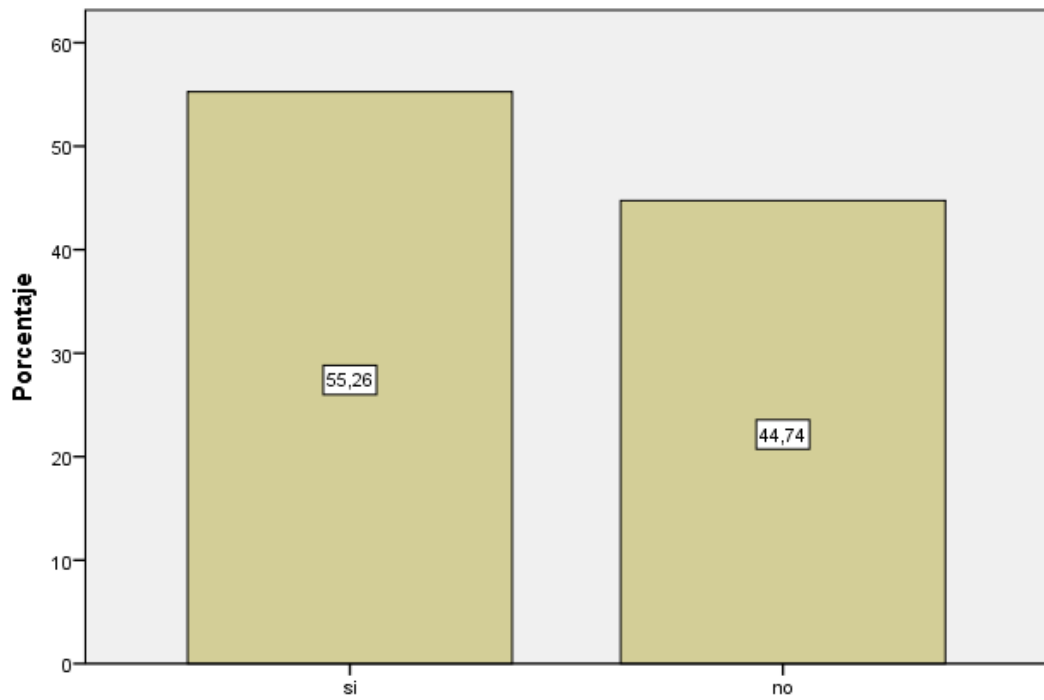
Respuesta a si el medio de comunicación hace uso correcto de la libertad de prensa y de expresión?

¿Piensa que el medio de comunicación hace uso correcto de la libertad de prensa y de expresión?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	21	55,3	55,3	55,3
Válidos no	17	44,7	44,7	100,0
Total	38	100,0	100,0	

55,3% afirma que sí, y el 44,7% no.

Figura 22



Pese a las opiniones divididas, los docentes sí consideran que el medio de comunicación hace uso correcto de la libertad de prensa y de opinión con la columna “Chiquitas”.

Tabla 23

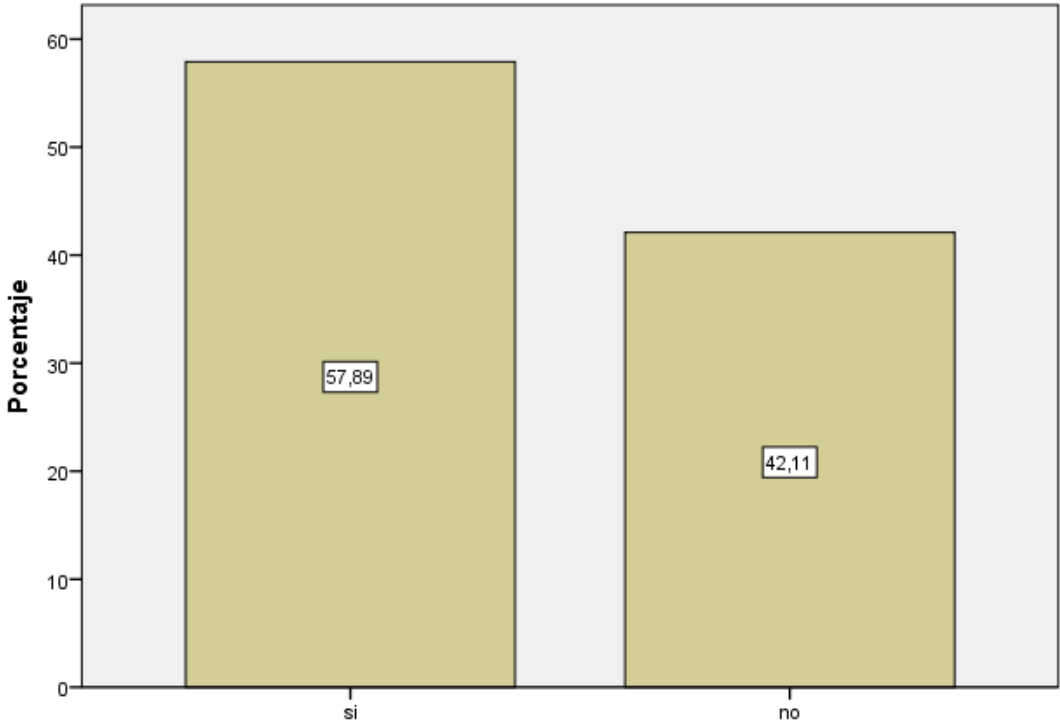
Opinión respecto a si la columna es un buen interlocutor de sus ideas respecto a los temas de coyuntura

¿Cree que la columna es un buen interlocutor de sus ideas respecto a los temas de coyuntura?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	22	57,9	57,9	57,9
Válidos no	16	42,1	42,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

57,9% dicen que sí, y 42,1% manifiestan que no.

Figura 23



Un porcentaje mayoritario de los docentes lectores de “Chiquitas” se identifica con la columna porque hace suya sus ideas respecto a los temas de coyuntura.

Tabla 24

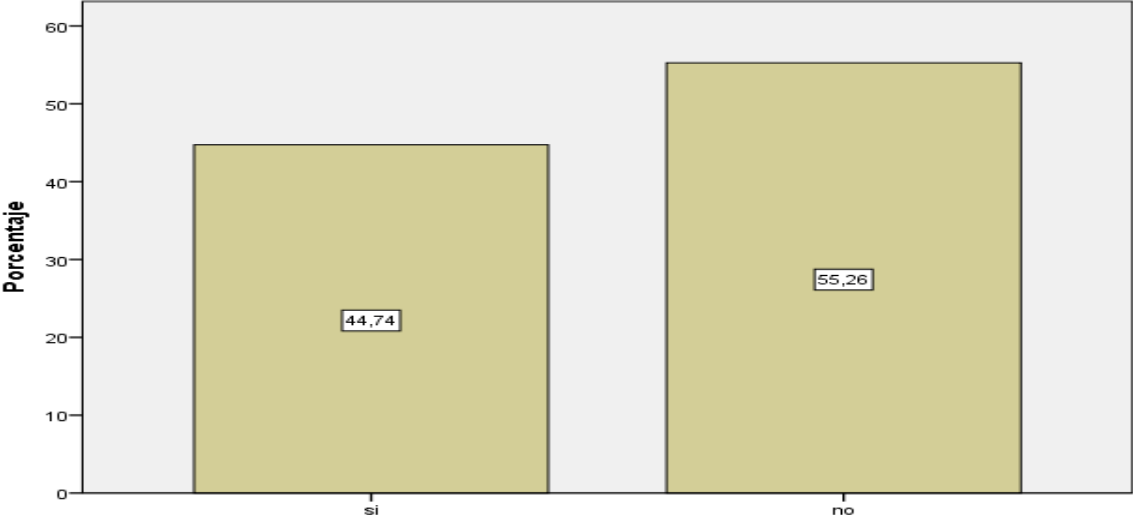
Sobre el buen o mal uso que hace del lenguaje la columna “Chiquitas”

¿Cree Ud. que en la columna “Chiquitas” se hace buen uso del lenguaje?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	17	44,7	44,7	44,7
Válidos no	21	55,3	55,3	100,0
Total	38	100,0	100,0	

55,3% dice que no y el 44,7% sí.

Figura 24



En cambio, la mayoría no cree que el diario, con la columna “Chiquitas, haga buen uso del lenguaje, basados en las razones antes expuestas en las anteriores preguntas.

Tabla 25

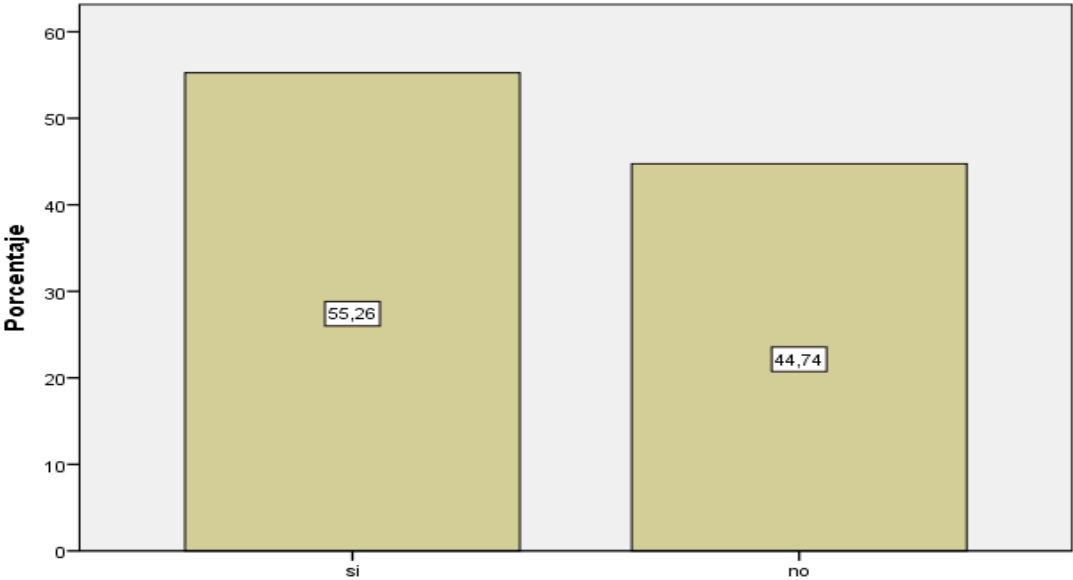
Se busca conocer si los lectores piensan que el texto periodístico de la columna “Chiquitas” lo asimilan los lectores de todos los estratos sociales

¿Piensa Ud. que el texto periodístico de la columna “Chiquitas”
lo asimilan los lectores de todos los estratos sociales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	21	55,3	55,3	55,3
Válidos no	17	44,7	44,7	100,0
Total	38	100,0	100,0	

El 55,3% piensa que sí, y el 44,7% no.

Figura 25



Un porcentaje considerable de los docentes lectores de “Chiquitas” piensan que el texto lo asimilan los lectores de todos los estratos sociales.

Tabla 26

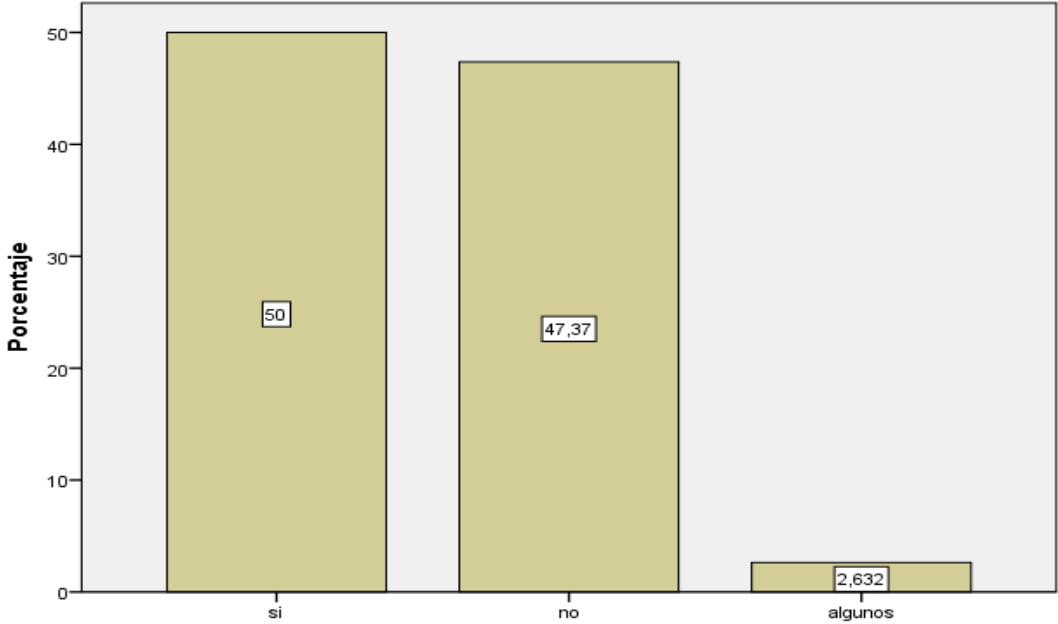
Conocimiento de los docentes sobre si lo que lee en “Chiquitas lo escucha en los medios radiales

¿Los temas que lee en “Chiquitas” lo escucha en los noticieros radiales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	19	50,0	50,0	50,0
no	18	47,4	47,4	97,4
Válidos algunos	1	2,6	2,6	100,0
Total	38	100,0	100,0	

El 50% dice que sí y el 47,4% señala que no y el 2,6% que solo algunos.

Figura 26



Los temas que leen en la columna “Chiquitas” trascienden a los demás medios, en este caso los radiales porque lo escuchan en los noticieros radiales.

Tabla 27

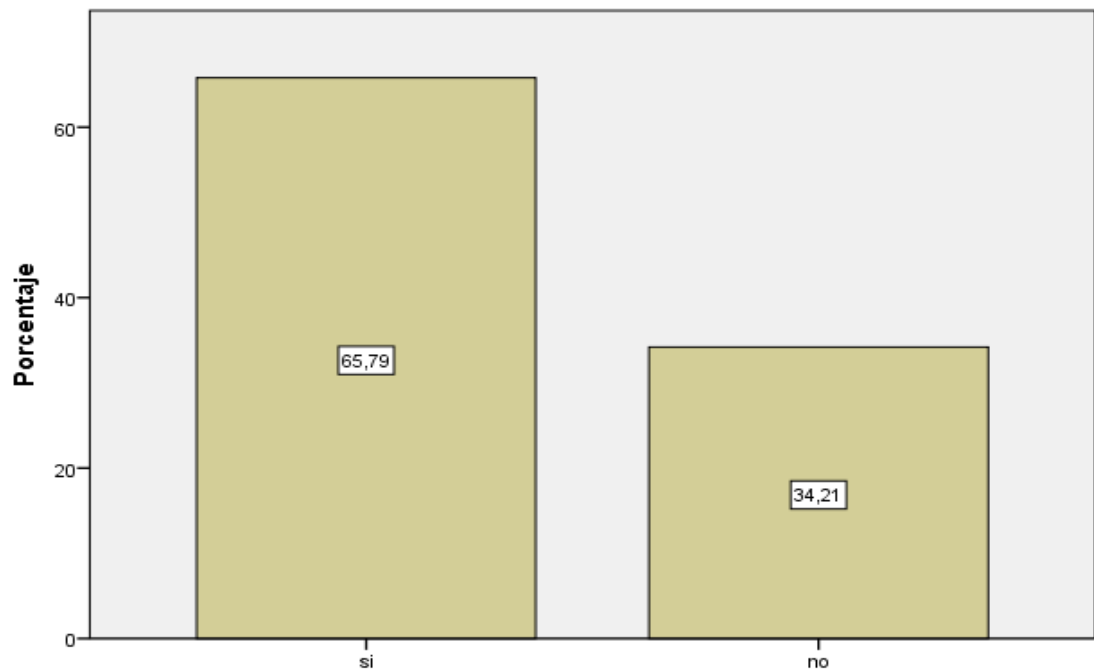
Pensamiento de los docentes sobre si la columna “Chiquitas” contribuye a formar opinión en los lectores de Piura.

¿Piensa Ud. que la columna “Chiquitas” contribuye a formar opinión en los lectores de Piura?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	25	65,8	65,8	65,8
Válidos no	13	34,2	34,2	100,0
Total	38	100,0	100,0	

El 65,8% piensa que sí y el 34,2% cree que no.

Figura 27



Aunque la mayoría de los docentes encuestados piensan que la columna “Chiquitas” contribuye a formar opinión en los lectores de Piura, ellos se excluyen por las razones antes mencionadas.

Tabla 28

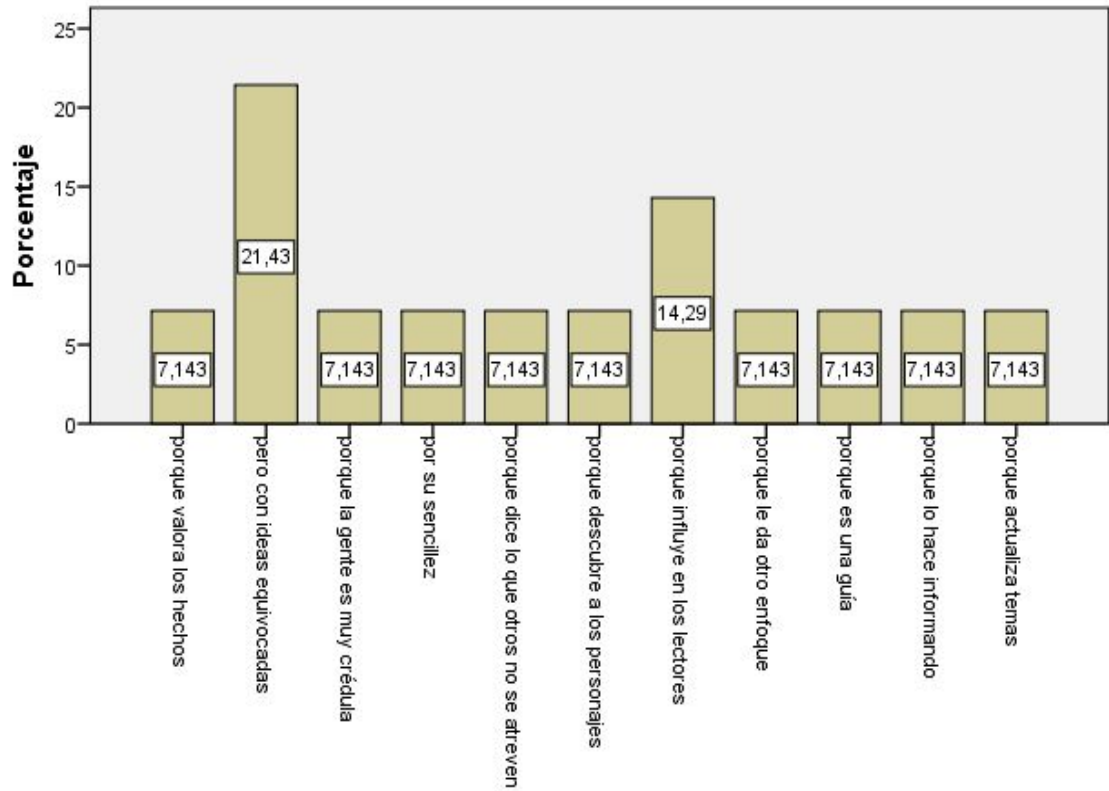
Razones que hacen pensar a los docentes que la columna “Chiquitas” sí contribuye a formar opinión en los lectores de Piura

¿Por qué piensa Ud. que la columna “Chiquitas” sí contribuye a formar opinión en los lectores de Piura?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
porque valora los hechos	1	2,6	7,1	7,1
pero con ideas equivocadas	3	7,9	21,4	28,6
porque la gente es muy crédula	1	2,6	7,1	35,7
por su sencillez	1	2,6	7,1	42,9
porque dice lo que otros no se atreven	1	2,6	7,1	50,0
porque descubre a los personajes	1	2,6	7,1	57,1
porque influye en los lectores	2	5,3	14,3	71,4
porque le da otro enfoque	1	2,6	7,1	78,6
porque es una guía	1	2,6	7,1	85,7
porque lo hace informando	1	2,6	7,1	92,9
porque actualiza temas	1	2,6	7,1	100,0
Total	14	36,8	100,0	
Perdidos				
Sistema	24	63,2		
Total	38	100,0		

El 21,4% piensa que sí contribuye pero con ideas equivocadas, el 14,3% porque influye en los lectores, y en un 7,1% respectivamente, porque valora los hechos, porque la gente es muy crédula, por su sencillez, porque dicen lo que otros no se atreven, porque desenmascara a los personajes, porque le da otro enfoque, porque es una guía, porque lo hace informando y porque actualiza temas.

Figura 28



La mayoría de los docentes piensa que la columna se expresa con ideas equivocadas, pero que pese a ello, logra influenciar el pensamiento de sus lectores, contribuyendo así a formar opinión.

Tabla 29

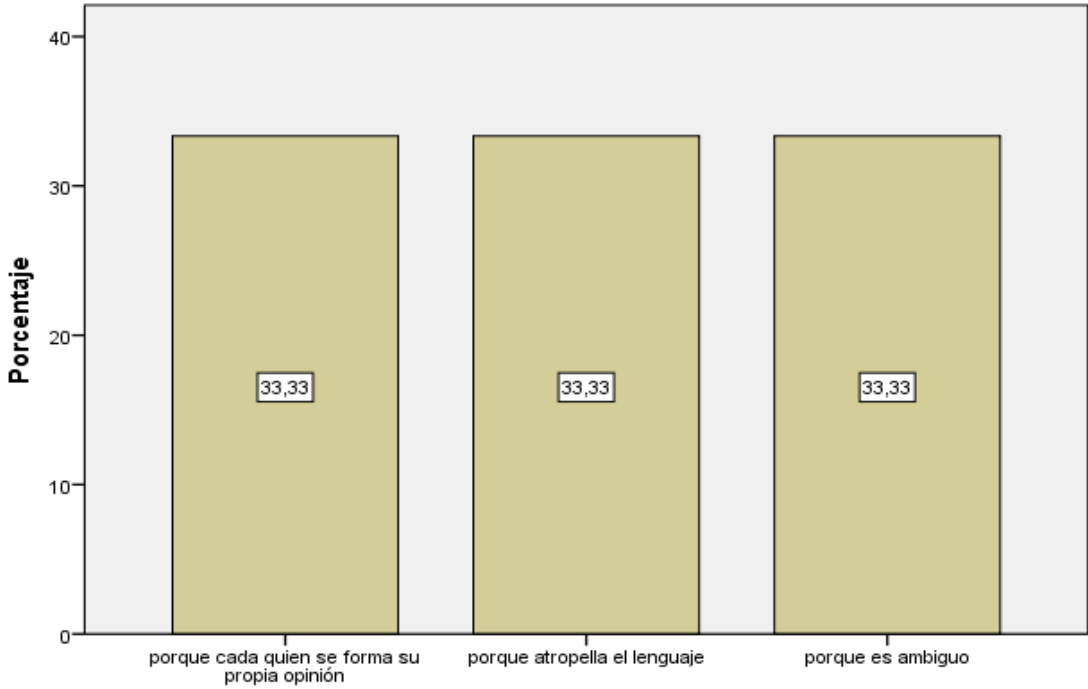
Razones que hacen pensar a los docentes que la columna “Chiquitas” no contribuye a formar opinión en los lectores de Piura

¿Por qué piensa Ud. que la columna “Chiquitas” no contribuye a formar opinión en los lectores de Piura?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	porque cada quien se forma su propia opinión	1	2,6	33,3	33,3
	porque atropella el lenguaje	1	2,6	33,3	66,7
	porque es ambiguo	1	2,6	33,3	100,0
	Total	3	7,9	100,0	
Perdidos	Sistema	35	92,1		
Total		38	100,0		

El 33,3% señala que cada uno se forma su propia opinión, otro 33,3% dice que es muy ambiguo, y el restante 33,3% manifiesta que es porque atropella el lenguaje.

Figura 29



Aunque por razones o motivos diferentes, los que piensan que la columna “Chiquitas” no contribuye a formar opinión en los lectores dividen equitativamente sus opiniones.

4.4 Discusión de resultados

Comprobación de las hipótesis

Hipótesis Operativas

Hipótesis 1

El género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, es un aporte en la formación de la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura, con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014.

Para la comprobación de esta hipótesis, hemos analizado las respuestas de los docentes que nos indiquen que efectivamente es un aporte en la formación de opinión.

Entre ellas mencionamos las respuestas de la pregunta dos, en donde mayoritariamente mencionaron que los comentarios son acertados; en la 13, en donde también la mayoría señala que la crítica es buena; en la 14, cuando la mayoría indica que comparte el enfoque que utiliza la columna “Chiquitas” porque fiscaliza y para que se cuiden los aludidos. También en la 17, cuando manifiesta que hace suyo el interés que le pone la columna a los temas de coyuntura, y en la pregunta 23 cuando respondieron mayoritariamente que es un buen interlocutor de sus ideas respecto a los temas de coyuntura.

Entonces podemos decir que se comprueba aunque no en forma contundente por la estrecha diferencia entre los que respondieron negativamente, que sí ha sido un aporte en la formación de opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas respecto a los personajes públicos de Piura respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014.

Hipótesis 2

El género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, juega un papel importante en la formación de la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014.

Para comprobar esta hipótesis, se ha recurrido a las respuestas de la pregunta seis, en donde la mayoría de los docentes señalan que no toman en cuenta la información que aparece en la columna “Chiquitas” porque, dicen, no es veraz; en la 21, cuando la mayoría responde que el tratamiento que le da la columna a los temas que involucran a los personajes públicos de Piura no le hace cambiar su forma de pensar.

Entonces, se comprueba que el texto periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, no ha jugado un papel importante en la formación de opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas filial de Piura respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014.

Hipótesis 3

El género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, es una fuente de información directa para los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura, con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014.

Las respuestas de los docentes a las preguntas que se refieren a este punto, desechan esta hipótesis, como por ejemplo las preguntas tres y cinco, en donde la mayoría afirma que lo que se dice en la columna “Chiquitas” no es verdadero porque, señalan, que son rumores y porque solo busca protagonismo.

Lo mismo sucede con las respuestas de la pregunta seis cuando la mayoría respondió que no toma en cuenta la información que aparece en la columna “Chiquitas”, principalmente porque no es veraz.

Entonces, se comprueba que el género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, no ha sido una fuente de información directa para los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura, con respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014.

Hipótesis principal

El género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, influye positivamente en la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014.

Entonces, comprueba que el género periodístico de opinión de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura, no influyó positivamente en la opinión de los docentes de la Universidad Alas Peruanas – Piura respecto a los personajes públicos de Piura entre los meses de julio a setiembre del 2014.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- 1.** La columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura no influyó positivamente en la mayoría de los docentes para formarse opinión respecto a los personajes públicos de Piura porque de antemano saben qué van a encontrar en el texto. Es decir, que manejan algunas de las pautas de lectura que señalaba la Dra. Rosa Zeta, y termina por no convencerlos cuando lo presentan como si fuera un rumor o un dato no confirmado, o porque no es veraz.
- 2.** Consecuentemente, el aporte de la columna “Chiquitas” de Diario Correo de Piura en la formación de opinión de los docentes de la UAP filial de Piura es muy poco, porque piensa que especula y muchas veces lo dice sin pruebas.
- 3.** Por consiguiente, el papel que juega la columna en la recolección de información de la mayoría de los docentes, igualmente no es tan importante para ellos y no alcanza para formarse opinión respecto a los personajes públicos de Piura.
- 4.** Si bien la columna aporta información en sus textos, esta tampoco es considerada por la mayoría de los docentes para formarse opinión porque la califican como poco seria o porque no es veraz.
- 5.** La presente investigación ha reforzado en su sustento a la Teoría de las Diferencias Individuales, en el que su autor, Carl Ivan Hovland, señala que cada individuo va a recibir el mensaje y lo va a analizar de diferente manera, en base a su nivel cultural y conocimiento del tema y de la realidad, de su predisposición, valores y actitudes del receptor, y de los mensajes que más se adaptan a sus actitudes y valores.
- 6.** La mayoría afirma que el medio de comunicación hace buen uso de la libertad de prensa y de expresión, pero señala también que algunos de sus comentarios son desatinados y ofensivos, lo que generalmente acarrea problemas legales por atentar contra el honor y la reputación de las personas.

5.2 Recomendaciones

1. Sin que pierda su esencia y atractivo que la ha hecho tan popular y gane público entre el sector más instruido de sus lectores e influya en su opinión, se recomendaría que los redactores le impriman más de seriedad a los textos, no en la redacción sino con la información en que se basan, para que no sean tomados solo como rumores o chismes.

2. De acuerdo a lo expresado por los docentes y los especialistas en el tema, otra de las recomendaciones para el medio sería que lo que se dice en la columna debe ser verificado, para no solamente informar al lector, sino también formarlo. Es decir, que no se digan medias verdades que pueden ser malinterpretadas por los lectores.

3. Otra recomendación expresada por uno de los especialistas entrevistados, es que el editor supervise más de cerca lo que allí va a ser publicado, para así evitar que se cometan faltas, errores o insultos, y se corra el riesgo de infringir la ley que sea motivo de alguna querrela judicial.

4. En consecuencia, teniendo en cuenta que el principal bien de un medio de comunicación es su credibilidad, se hace necesario o imprescindible que se confirmen los datos que allí se exponen, y entonces utilizarlos o presentarlos de acuerdo con el estilo acostumbrado de la columna.

BIBLIOGRAFÍA

- 1 - MARTINEZ ALBERTOS, J.L.(1974) «Periodismo. Géneros», Gran Enciclopedia Rialp, Madrid.
- 2- Moreno Espinoza, Pastora Moreno, (2000, segundo semestre) «Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional». Ámbitos nº5. Recuperado el 15 de agosto del 2014 de: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_06/6-4-Inve/6-4-02.htm
- 3- Moreno Espinosa, Pastora (2000): Géneros para la opinión: el comentario o columna. Revista Latina de Comunicación Social, Recuperado el 16 de agosto del 2014 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000qjn/89pastora.html>
- 4- Martínez Albertos J.L. (1974) Redacción periodística. Los Estilos y los géneros en la prensa escrita. Barcelona, España. ATE
- 5- BERNARDI, María Teresa y Fabián BERGERO (2006) "Los géneros periodísticos: apuntes para una taxonomía propia".. *Red-accion*, recuperado el 17 de agosto del 2014 de <http://red-accion.uncoma.edu.ar/asignaturas/generos.htm>
- 6- Cáceres, Bernardo, (2014) "La crónica periodística" concepto y ejemplos, About en español. Recuperado el 17 de agosto del 2014 de: <http://reqlasespanol.about.com/od/redaccionperiodistica/a/Cr-Onica-Periodistica.htm>
- 7- ROST, Alejandro (2003). "El periódico digital: características de un nuevo medio". *Red-accion*, recuperado el 17 de agosto del 2014 de <http://red-accion.uncoma.edu.ar/asignaturas/pd.htm>

- 8- Armentia, J.I. (1996). "Una reivindicación de El Suelto. Ehu.es. Recuperado el 18 de agosto del 2014 de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer02-resenas.pdf>
- 9- Edurne Uriarte (2010) Los medios de comunicación de masas. Recuperado de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/cpuno/asoc/profesores/lecturas/urarte.pdf>
- 10- Rubio, J.M. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la *agenda setting*. *Gaceta de Antropología*. Recuperado de http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html
- 11- Marti, B. (2014). Relaciones humanas. Monografias.com. recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos5/relhuman/relhuman.shtml>
- 12- Jimeno López Miguel Ángel (1994) "El suelto periodístico. Análisis de un caso. Zig Zag de ABC". (Tesis doctoral). Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra, España.
- 13- Jimeno López Miguel Ángel (1997) "El suelto periodístico en España. Comunicación y Sociedad. Recuperado de http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=
- 14- Hernando Cuadrado L.A. (2001) Lengua y Estilo del Editorial: Estudio sobre el mensaje periodístico (volumen 7) 279-293 Recuperado de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-5-Inve/7-5-07.htm
- 15- Buendía, A. (2013) Opinión Pública y Participación Ciudadana. [PDF]Radio local, opinión pública y participación ciudadana. Recuperado de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/.../3550>
- 16- Doldán S, & Zingaretti L. (2010) Las relaciones humanas y las organizaciones. Relaciones industriales. P9.

- 17- Wikipedia (2014) Opinión Pública. Wikipedia. San Francisco, California. Fundación Wikipedia.
http://es.wikipedia.org/wiki/Opini%C3%B3n_p%C3%ABlica
- 18- Yamila G. (2009). Opinión Pública: Conocimiento y objeto de Conocimiento. Prisma Social. Recuperado de http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/pdf/n2_12.pdf
- 19- Wikipedia (2014) Relaciones humanas. Wikipedia. San Francisco, California. Fundación Wikipedia.
http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_humanas
- 20- Tejera Concepción, J.F. (2008) Relaciones entre Comunicación y Educación para la Formación de Habilidades Comunicativas. Contribuciones a las Ciencias Sociales. Recuperado de www.eumed.net/rev/cccss/02/jftc16.htm
- 21- Diarivm (2012). Como influye un medio de comunicación en la opinión pública, Studi Salamantini. Recuperado de <http://diarium.usal.es/sorayasc/como-influye-un-medio-de-comunicacion-en-la-opinion-publica/>
- 22- giovanni, Sartori (1988) Homo Videns: La sociedad teledirigida. Santillana, Taurus, Madrid
- 23- Bustos, Claudia. (2003) La prensa escrita colombiana y el proceso de la integración andina. Universidad Complutense de Madrid. Madrid.
- 24- Moragas, Miguel (2011) Interpretar la comunicación: Estudios sobre medios en América Latina y Europa. Barcelona, España. Gedisa. Primera edición.

ANEXOS