



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y
EDUCACION**

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

TESIS

**“INFLUENCIA DE LA PRENSA SENSACIONALISTA EN EL NIVEL CULTURAL
DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UAP-
FILIAL PIURA Y UNP AÑO 2015”.**

PRESENTADO POR:

BACH. EDER ALONSO ALZAMORA MARIGORDA.

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

PIURA – PERÚ

2016

AGRADECIMIENTO

La presente tesis es un esfuerzo en el cual he contado con la colaboración de algunas personas, quienes con sus consejos, paciencia y conocimientos hicieron posible que pueda presentar ante Ud. el presente trabajo.

Agradezco a Dios, porque en todo momento me impulso a salir y seguir adelante con esta tesis, mi agradecimiento al Mg. Carmen Palacios Arrunátegui y al Lic. Práxedes Queneche por su incondicional apoyo para la elaboración del presente trabajo.

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres Jorge Luis Alzamora y Marita Marigorda por el cariño y apoyo incondicional, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi querida hermana María Rosa por estar siempre conmigo en los buenos y malos momentos.

A mis abuelos Segundo Marigorda, Teresa Román, Adriana Ruiz y Segundo Juan Alzamora (+) por su ejemplo de seguir adelante y por el apoyo moral y espiritual que siempre me brindaron día a día en el transcurso de mi vida como estudiante.

A mis tíos Martín, Fátima, Guillermo y Luis por sus consejos y por ser ellos el ejemplo a seguir y crecer como profesional.

| | |
|--|-------------|
| INDICE | Pág. |
| Agradecimiento | ii |
| Dedicatoria | iii |
| Índice | iv |
| Resumen | vii |
| Abstract | viii |
| Introducción | ix |
| | |
| CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 11 |
| 1. Planteamiento del problema. | 12 |
| 1.1. Formulación del problema | 14 |
| 1.2.1. Problema general. | 14 |
| 1.2.2. Problema específico. | 14 |
| 1.3. Objetivos de la investigación. | 15 |
| 1.3.1. Objetivo general. | 15 |
| 1.3.2. Objetivo específico. | 15 |
| 1.4. Hipótesis de la investigación. | 16 |
| 1.4.1. Hipótesis general. | 16 |
| 1.4.2. Hipótesis específica. | 16 |
| 1.5. Variables de la investigación | 17 |
| 1.5.1. Independiente. | 17 |
| 1.5.2. Dependiente. | 17 |
| 1.6. Categorías de la investigación. | 18 |
| 1.7. Indicadores de la investigación | 18 |
| 1.8. Limitaciones de la investigación. | 18 |
| 1.9. Factibilidad de la investigación. | 19 |
| 1.10. Importancia de la Investigación. | 20 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO | 21 |
| 2.1. Antecedentes de la Investigación | 22 |
| 2.1.1. Internacionales. | 22 |
| 2.1.2. Nacionales. | 23 |
| 2.1.3. Locales. | 24 |

| | |
|--|----|
| 2.2. Bases Teórica | 25 |
| 2.1. Teoría de los efectos limitados | 25 |
| 2.2. Marco teórico | 26 |
| 2.2.1 La prensa sensacionalista | 26 |
| A. Contenido informativo | 30 |
| a. La fotografía | 30 |
| b. El contenido | 32 |
| c. Temas políticos | 33 |
| d. Siniestros | 33 |
| e. Lenguaje | 35 |
| B. Recursos periodísticos | 36 |
| a. Diseño | 36 |
| b. Los temas | 37 |
| C. Calidad de la redacción | 38 |
| D. Objetividad en la Prensa Sensacionalista | 38 |
| E. La Objetividad versus la Subjetividad | 40 |
| F. La línea editorial | 42 |
| 2.2.2 Nivel Cultural | 45 |
| A. El Acto comunicativo | 46 |
| a. Opinión de los lectores | 47 |
| b. Clima de Opinión | 49 |
| c. Contexto cultural | 50 |
| d. La clase popular | 51 |
| e. Influencia de relación de grupo | 52 |
| f. El lenguaje | 53 |
| g. Uso de jergas | 54 |
| h. Expresión verbal de los adolescentes estudiantes | 55 |
| i.- Formas de escribir de los adolescentes estudiantes | 56 |

| | |
|---|------------|
| CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN | 57 |
| 3.1. Tipo y nivel de la investigación. | 58 |
| 3.2. Tipo de la investigación. | 58 |
| 3.3. Nivel de la investigación | 58 |
| 3.4. Diseño de la investigación. | 58 |
| | |
| 3.5. Población y muestra de la investigación | 59 |
| 3.5.1. Población de la investigación | 59 |
| 3.5.2. Muestra de la investigación. | 59 |
| | |
| 3.6. Recolección de datos. | 59 |
| 3.6.1. Técnicas de la investigación. | 59 |
| 3.6.2. Instrumentos de la investigación | 60 |
| | |
| 3.7. Análisis de los resultados obtenidos | 60 |
| | |
| 3.8. Informe de expertos | 172 |
| | |
| 3.9. Discusión de resultado | 177 |
| 3.9.1. Hipótesis general | 177 |
| 3.9.2. Hipótesis específicos | 177 |
| | |
| CONCLUSIONES | 189 |
| | |
| RECOMENDACIONES | 191 |
| | |
| FUENTES DE INFORMACIÓN | 193 |
| | |
| ANEXOS | 195 |

RESUMEN

El presente trabajo de investigación trata sobre cómo influye la prensa sensacionalista en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Esta investigación se realizó con alumnos de las universidades Alas Peruanas y Universidad Nacional de Piura, durante el periodo 2015.

La prensa muchas veces cae en el sensacionalismo, dejando su función social para dedicarse en aquel periodismo que atrae y convoca a la lectura por sus grandes titulares, fotografías sangrientas, con información de contenidos de violencia, relatos de accidente, crímenes, etc.

La investigación se ha centrado en cómo esta prensa, mediante sus colores llamativos y titulares puede llamar la atención en los estudiantes de comunicación del VI al X ciclo de las universidades mencionadas.

Para ello el trabajo esta dividió en tres capítulos, basados en el problema de la investigación, marco teórico y la metodología aplicada en el nivel, diseño, muestras y la realización del análisis de los datos.

Este estudio se ha encontrado que realmente este tipo de prensa influye en el nivel cultural de los alumnos de comunicación, de una manera negativa, pues consideran que el enfoque que presentan no es el adecuado, ya que solo le dan importancia a los hechos banales.

Finalmente esperamos que el trabajo sirva como incentivo a la investigación, debido a la importancia del tema aplicado.

ABSTRACT

The present work of investigation treats on how it influences the sensationalist press in the students of Sciences of the Communication. This investigation realized with pupils of the universities Peruvian Wings and Piura's National University, during the period 2015. The press often falls down in the sensationalism, leaving his social function to devote itself in that journalism that attracts and calls for the reading for his big holders, bloody photographs, with information of contents of violence, statements of accident, crimes, etc.

The investigation has centred how it presses this one, by means of his showy and titular colors it can be call the attention in the students of communication of the VIth to the X cycle of the mentioned universities. For it the work divided this one in three chapters based on the problem of the investigation, theoretical frame and the methodology applied in the level, design, samples and the accomplishment of the analysis of the information.

This study has thought that really this type of press influences the cultural standard of the pupils of communication, of a negative way, since they think that the approach that they present is not the suitable one, since only they give him importance to the banal facts. Finally we hope that the work serves as incentive to the investigation, due to the importance of the applied topic.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “La influencia de la Prensa sensacionalista en el nivel cultural de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas - filial Piura y la Universidad Nacional de Piura, año 2015”

Está constituida por tres capítulos, que buscan dar una explicación a los objetivos e hipótesis planteadas en el trabajo. La prensa sensacionalista, en los últimos tiempos, ha tenido un protagonismo muy marcado en la formación de la opinión de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación.

Sus llamativos colores, sus coloridas portadas, su lenguaje vulgar – entiéndase jerga-, sus escabrosas fotografías, así como otras muchas características juegan un rol importante en la influencia de opinión de los estudiantes.

En el capítulo primero se encuentra el problema de investigación donde se describe el problema, se plantea los objetivos, se formulan las hipótesis, se describen las variables e indicadores, y se habla de su importancia, factibilidad y las limitaciones de la investigación de manera clara y concisa.

En el segundo capítulo se aborda el Marco teórico, el mismo que sustentará el trabajo de investigación. En explicamos la teoría de los efectos limitados de Harold Laswell, la que sostendrá nuestro trabajo. Aquí también abordamos los antecedentes teóricos, que sirve de fundamento científico a mi estudio referente al problema con información de tesis locales, nacionales e internacionales.

Finalmente, en el capítulo tres explicamos el tipo, nivel y diseño de investigación, la población y muestra de la investigación y las técnicas e instrumentos para la recolección de datos. Después de ello se analizan los resultados obtenidos, para dar paso a la prueba de las hipótesis. Y lo más importante del trabajo: las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. Planteamiento del Problema.

La comunicación social (masiva o colectiva), desde la aparición de la prensa –entiéndase periodismo escrito- hasta el periodismo digital pasando por el periodismo radial y televisivo, cumple una importante función social: difundir los hechos que acontecen en nuestra sociedad a través de la información y la interpretación de los acontecimientos, con fines netamente informativos y orientadores.

Y a través de los medios de comunicación (periódicos, revistas, radio, televisión y ahora la internet), la comunicación social busca, entre otras cosas, interesar e influir en la opinión pública, es decir, destacar lo más interesante de los hechos de actualidad, característica esencial de las noticias. Y muchas veces, lo hace desde un ángulo o enfoque, llevado por un interés comercial o ideológico, que puede distorsionar la función que debe cumplir.

Dejaremos en claro que la presente investigación se centrará en la influencia que ejerce una de las formas de la comunicación social: la prensa, es decir, el periodismo escrito, aquel que se ejerce a través de los periódicos, específicamente, aquellos que tienen una periodicidad diaria (diarios de información de actualidad).

La función social del periódico es informar. Y cumple una labor cotidiana de información, pero que, muchas veces, no la cumple a cabalidad. En su tarea de informar, de 'dar forma', en el tratamiento de los hechos, es donde los medios de Comunicación social llegan a la manipulación del mensaje, cayendo en el sensacionalismo.

La prensa, muchas veces olvida su función social y cae en el sensacionalismo, en aquel periodismo que atrae y convoca a la lectura por sus grandes titulares, fotografías de mujeres semidesnudas, con información de violencia como relatos de accidentes, crímenes, catástrofes, etc. que, colgados en los kioscos, construyen un bloque multicolor muy atractivo para los jóvenes.

El trabajo de investigación se aplicará a los alumnos del VI al X de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (UNP) y de la filial piurana de la Universidad Alas Peruanas (UAP-Piura). Inicialmente se planteó realizarla con los alumnos de la UAP-Piura, pero el escaso número de alumnos –no superaban los 100- no respondía a una muestra representativa, optándose por aplicarla también a los alumnos de la UNP.

En la investigación no se consideró a los alumnos de los ciclos iniciales (del I al III), porque hay materias que ellos todavía no han cursado y no podrían responder con criterio las preguntas, hecho que podría arrojar resultados poco confiables para el trabajo realizado. De otro lado, los alumnos encuestados de ambas universidades cursan asignaturas ligadas al tema ético, que resulta bastante crucial en el manejo del periodismo sensacionalista.

La investigación, finalmente, busca conocer la influencia de la prensa sensacionalista en el nivel cultural de los alumnos del VI al X ciclo de las escuelas de comunicación de la Universidad Alas Peruanas y Universidad Nacional de Piura.

Por eso la realidad del panorama se torna de manera crítica, sobre todo en los jóvenes que se encuentran en un proceso de formación convirtiéndose en el público más vulnerable y accesible de aquellos medios de comunicación que no

tienen la menor idea de lo que significa informar y mucho menos culturizar, los mismos que no sólo se encargan de tergiversar la información si no que para ello utilizan una pésima terminología formada por palabras inexistentes en el diccionario contribuyendo así a la distorsión total del lenguaje.

1.1. Formulación del Problema.

1.2.1. Problema General.

¿De qué manera la prensa sensacionalista influye en el nivel cultural en los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015?

1.2.2. Problemas específicos.

- a) ¿De qué manera los **recursos periodísticos** de la prensa sensacionalista influyen en el nivel cultural en los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015?

- b) ¿De qué manera la **calidad de redacción** de la prensa sensacionalista influye en el nivel cultural en los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015?

- c) ¿Cómo la **objetividad de la información** de la prensa sensacionalista influye en el nivel cultural en los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015?

- d) ¿De qué manera **la línea editorial** de la prensa sensacionalista influye en el nivel cultural en los estudiantes de las escuelas de

Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015?

1.3. Objetivos de la investigación.

1.3.1. Objetivo General.

- a) Determinar de qué manera la prensa sensacionalista influye en el nivel cultural en los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015.

1.3.2. Objetivos Específicos.

- a. Identificar como los **recursos periodísticos** de la prensa sensacionalista influye en el nivel cultural en los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015.
- b. Conocer como la **calidad de redacción** de la prensa sensacionalista influye en el nivel cultural en los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015.
- c. Evaluar como la **objetividad de la información** de la prensa sensacionalista influye en el nivel cultural en los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015.
- d. Determinar de qué manera la **línea editorial** de la prensa sensacionalista influye en el nivel cultural en los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015.

1.4. Hipótesis de la investigación

1.4.1. Hipótesis General.

La prensa sensacionalista influye en el nivel cultural en los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015

1.4.2. Hipótesis Específicas.

- a. La **calidad de redacción** de la prensa sensacionalista influye de manera negativa en nivel cultural de los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015.
- b. Los **recursos periodísticos** de la prensa sensacionalista influye de manera negativa en nivel cultural de los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015.
- c. La **objetividad de la información** de la prensa sensacionalista influye de manera negativa en nivel cultural de los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015.
- d. La **línea editorial** de la prensa sensacionalista influye de manera negativa en nivel cultural de los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación, de la UAP-filial Piura y UNP, año 2015.

1.5. Variables de la investigación.

1.5.1. Variable Independiente.

Prensa Sensacionalista

La prensa sensacionalista es considerada como un medio de masificación de temas y una cierta estética presente en la cultura popular. Los temas generan en el espectador sensaciones, pues, los contenidos de la información son de violencia, crímenes, catástrofes, etc. causando la susceptibilidad de ellos y abriendo el camino de la jerga.

Asimismo, la prensa sensacionalista no trata los principios de la defensa de la verdad, objetividad, exactitud, careciendo de normas éticas y poniendo en juego el alto nivel de profesionalismo de un periodista.

1.5.2. Variable Dependiente.

Nivel Cultural

El nivel cultural de una persona condiciona su comportamiento y esto es perfectamente comprensible por cuanto personas de nivel cultural elevado tienen un comportamiento distinto de aquellas que tienen un nivel cultural más bajo.

Por eso decimos que niveles culturales elevados producen fuertes controles de conducta, muy difíciles de transgredir en condiciones normales de comportamiento, en cambio bajos niveles cultura hacen posible el surgimiento de controles culturales frágiles, muy pobres y endeble por y por lo tanto muy fáciles de romper.

1.6. Categorías de la investigación.

- 1.6.1. Recursos periodísticos.
- 1.6.2. Calidad de la redacción.
- 1.6.3. Objetividad de la información.
- 1.6.4. Línea editorial.
- 1.6.5. Opinión de los lectores.
- 1.6.6. Clima de opinión.
- 1.6.7. Influencia de las relaciones de grupo.
- 1.6.8. El lenguaje.

1.7. Indicadores de la investigación.

- 1.7.1. Contenido de la información.
- 1.7.2. Acto comunicativo.

1.8. Limitaciones de la investigación.

Las mayores limitaciones de la investigación se centran básicamente en dos temas: la falta de bibliografía y los recursos humanos. En el caso del primero, la falta de bibliografía, sobre todo, en el tema de los antecedentes teóricos, ya que existen pocos trabajos recientes de investigación sobre prensa sensacionalista en el Piura y el Perú, básicamente porque en los últimos años no se ha incentivado la investigación como medio de titulación, dándole prioridad a los llamados Patpro.

En el caso de los recursos humanos, en el tema de la población y muestra, puesto que, inicialmente el trabajo pensaba aplicarse a los alumnos de la UAP-Piura, pero el número de alumnos matriculados en los últimos ciclos era muy reducida lo que obligó a considerar a los alumnos de la Universidad Nacional de Piura.

1.9. Factibilidad de la investigación.

La prensa sensacionalista, en la década de los '90 tuvo un desmedido auge, con la aparición de una serie de tabloides que eran financiados, como se llegó a demostrar después, desde las esferas del Gobierno del entonces presidente Alberto Fujimori y que buscaban crear 'psicosociales' para distraer al público sobre los verdaderos hechos que acontecían en nuestro país, como la corrupción. (Gargurevich.R.J, 2002, pág. 252)

Esta manera de hacer periodismo generó una serie de cuestionamientos en los estudiosos de las Ciencias de la Comunicación, que criticaban a la prensa de alejarse de los fines sociales que debía cumplir como informar con honestidad sobre los hechos noticiosos, dándole mayor trascendencia a hechos irrelevantes, como la farándula, el fútbol y el ámbito policial.

Razones como las descritas líneas arriba nos llevaron a estudiar la prensa sensacionalista para analizar el papel que juega en el nivel cultural de los estudiantes de los últimos ciclos de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de las universidades UAP-Piura y UNP, a través de la investigación denominada "Influencia de la prensa sensacionalista en el nivel cultural de los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas - filial Piura y la Universidad Nacional de Piura, año 2015"

La Investigación es factible y viable porque se dispone de los recursos, tanto humanos como materiales, para realizarla. Además se cuenta con apoyo y autorización de los responsables de las mencionadas escuelas para la aplicación de los instrumentos de medición (encuestas). Como la investigación es básicamente teórica, la exigencia de los recursos financieros es también factible, pues, el gasto radica en la impresión de las encuestas, pues, la aplicación correrá a cargo de mi persona.

1.10. Importancia de la investigación.

La importancia del presente trabajo de investigación radica en el hecho que los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de la UAP- filial Piura y Universidad Nacional de Piura podrán reconocer el grado de influencia de la prensa sensacionalista al momento de verter una opinión.

Si bien es cierto, las noticias de un diario sensacionalista crean en cierta manera una emoción en el lector, mediante la exageración de sus titulares. Estudiando este hecho, habrá oportunidad de exhortar a los medios para que concilien una práctica adecuada del periodismo sensacionalista, donde se garantice la práctica de valores de respeto a la dignidad humana, y por ende la orientación para lograr una opinión en el lector.

En efecto, este trabajo es relevante para el desarrollo del periodismo escrito sensacionalista, puesto que al conocer sobre su real desenvolvimiento, nos facilitará hacer un análisis acerca de los criterios que utilizan los periodistas al publicar una información.

Sin duda, la importancia radica en su valor teórico, pues, básicamente busca llenar un vacío en el conocimiento sobre la prensa sensacionalista y en su trascendencia universitaria, ya que busca beneficiar los conocimientos de los alumnos de las diversas escuelas de comunicación.

Además, los resultados ayudarán a crear conciencia en los estudiantes de las escuelas de comunicación sobre el manejo exagerado que la prensa sensacionalista hace de la información con fines económicos (venta) más allá de los fines noticiosos (informativos).

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.2. Antecedentes de la investigación.

2.1.1. Internacionales.

ALBÁN RAMÍREZ, María Paula y MEDINA PERDOMO, Paula Jimena en su tesis titulada: “El ojo amarillo: La prensa sensacionalista en Bogotá desde la mirada del lector” para optar el título de licenciadas en Ciencias Sociales en la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá en el año 2009, concluyen que: “El sensacionalismo en la prensa se ha convertido en un negocio beneficioso para aquellos periodistas que viven de la exageración de hechos y en donde la información es tergiversada afectando la cultura de una sociedad”.

REDONDO GARCÍA, Marta, en su tesis titulada: “El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático”, para optar el grado de doctora en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Valladolid, Mayo 2011, concluye que las noticias sensacionalistas alimentan la ficción de que se puede estar informado sin esfuerzo, de forma amena, mediante pequeños destellos de drama, morbo, emoción, espectáculo o épica deportiva.

2.1.2. Nacionales.

MALLMA ARRESCURRENAGA, Martin Gustavo, en su tesis titulada: "Prensa deportiva y sensacionalista: en el caso del diario Líbero y la eliminación de la selección peruana del mundial de futbol, Alemania 2006", para obtener el título de licenciado de Comunicación Social en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en el año 2009, concluye que el diario Líbero, con sus portadas y notas sensacionalistas, condicionaron negativamente los resultados que obtuvo la selección peruana de fútbol. Manipuló el comportamiento de los futbolistas y del aficionado, alimentando falsas esperanzas de triunfo, convirtiendo a los futbolistas en superhéroes, para luego arremeter con furia y sin piedad contra ellos, desatando al mismo tiempo la exagerada sensación de derrota, pesimismo y frustración. Para la prensa deportiva peruana no hay otro deporte que no sea el fútbol e ignoran otras disciplinas en las cuales hemos alcanzado logros importantes y necesitan mayor difusión como el vóley, el básquetbol, el karate, taekwondo, natación, atletismo, ajedrez, entre otros.

MORALES CASUSOL-ROJAS, David, en su tesis titulada: "*Análisis del tratamiento de la noticia en la prensa seria (diarios La República, Expreso, El Comercio y la Industria) y en la prensa sensacionalista (diario Ojo y el Popular)*", presentada **para obtener el título de licenciado de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo en el año 1997, concluye:** *Los diarios impresos tienden a la normalidad, respetan reglas, técnicas y fundamentos deontológico del periodismo impreso, ocasionalmente algún diario de este tipo, se aparta de algunas normas periodísticas para dar paso a la exageración (La República y Expreso). Mientras que, el periodismo sensacionalista es aquel que presenta menos riqueza informativa que los de calidad, compaginación llamativa con editoriales breves o sin ellos.*

2.1.3. Locales.

HIDALGO BENITES, Lilian Enriqueta, en su tesis titulada: “El Sensacionalismo”, presentada para optar el grado de bachiller en Artes en mención en Ciencias de la Información de la Universidad de Piura, enero de 1980 concluye, que el sensacionalismo es un fenómeno de la información que apela al mundo efectivo del hombre, o sea a sus +emociones, sentimientos y pasiones para lograr captar su atención. Además, puede definirse como una técnica desinformativa del periodismo que incide en la presentación de las noticias en su doble aspecto de fondo y forma y penetra en el hombre a través de sus sentimientos.

SOSA ALZAMORA, Rolando, en su tesis titulada: “La influencia de la prensa escrita en su público”, presentada para optar el grado de bachiller en Artes Liberales con mención en el Periodismo, en la Universidad de Piura, agosto de 1988, concluye que la prensa escrita no es impermeable a la influencia de los medios de comunicación, como son la radio, la televisión y el cine. La causa radica en diversas situaciones como la existencia de un “mensaje puro” de la prensa escrita (invariabilidad del contenido a pesar del particular tratamiento del mensaje), así como la imposibilidad de contar con un sector de la población que sean exclusivamente “lectores”. También concluye, la atribución del poder determina cual hecho debe ser considerado o no como noticia y por lo tanto dado a conocer al público, constituye la forma eficaz mediante la cual los periodistas dejan sentir su influencia.

2.2. Bases Teóricas.

2.1. Teoría de los efectos limitados.

La teoría de los efectos limitados es una teoría de la comunicación que sostiene que los efectos de los medios de comunicación en la sociedad no era tan grande y sirvió como corrección a la teoría de la Aguja Hipodérmica de Harold Laswell, que surgió durante la década de los años 40 del siglo XX, en ambientes intelectuales de EE UU. Según Lasswell, la mayoría de estudios anteriores a los efectos limitados habían concedido un poder ilimitado a la propaganda. Los medios y la propaganda habían sido dotados de un poder que, en realidad, no poseían. Es esa la principal aportación de la teoría de los efectos ilimitados.

La teoría de los efectos limitados, cuyo representante es Paul F. Lazarsfeld, que hizo sus estudios en la Universidad de Viena. Allí se doctoró en Matemáticas Aplicadas (1925) y Física con una tesis sobre los aspectos matemáticos de la teoría de Einstein, esta teoría supone que la sociedad tiene la capacidad de seleccionar e interpretar los mensajes que los medios emiten. Por tanto, esta selección estaría sometida a los hábitos de recepción y percepción de cada individuo.

De esta manera mi tesis cuyo tema es “La prensa sensacionalista en el nivel cultural” tiene mucha semejanza con esta teoría, pues, es el lector quien decide si se deja persuadir por estos medios, por tanto, ya no asume al público como una masa sin criterio, sino como una aglomeración de diferentes grupos con la capacidad de decidir qué es lo que quieren ver, en este caso, leer informaciones cuyos contenidos son de sucesos que provocan asombro, temor, relatando violencia, catástrofes, crímenes que sin lugar a duda construyen una imagen a la comunidad sin conciencia histórica ni respeto a la diversidad cultural, reivindicando el imperio de las pasiones, el chisme, las jergas, los refranes etc., de esta manera esta clase de prensa tiene como función manipular a las personas con esta clase de información y es el público lector si se deja persuadir o no.

2.2. Marco teórico.

2.2.2. La prensa sensacionalista.

Definición

Con el término “sensacionalismo” se pretende explicar aquellas formas de presentar la información que no se ajuste de manera rigurosa, contrastada y veraz a los hechos y a la realidad, presentando de manera exagerada y dando énfasis a noticias irrelevantes o tergiversando la verdadera información con la finalidad de generar más expectativa y, muchas veces, crear conflictos.

Llámesese sensacionalista a una característica del periodismo que resalta todo lo escandaloso, indiscreto y, muchas veces, negligente de una noticia que por lo general se presenta irrelevante.

La Real Academia de la Lengua Española (RAE) define el sensacionalismo como un género periodístico que tiende a llamar la atención del lector recurriendo a métodos muy llamativos o atractivos, exagerando de manera desproporcionada aspectos de un acontecimiento o suceso.

Y agrega que como amarillismo se conoce normalmente a la prensa sensacionalista: su filosofía es la de provocar la noticia si esta no existe, o, en cualquier caso, deformarla o tomarla por donde pueda despertar el interés del lector. En general, es la manera no bien vista de hacer periodismo, de ahí que el calificativo de amarillismo se haga en tono despreciativo.

La prensa sensacionalista se refiere a la masificación o exageración de las noticias, que cuentan sucesos provocando asombro, temor o simplemente sensaciones sexuales. Afirma que el sensacionalismo se presenta como un conjunto abigarrado de páginas muy coloridas con fotos audaces que cuelgan de los kioscos de venta y que difieren de manera tosca o vulgar de sus homólogos tanto en el diseño como en la temática noticiosa.(Gargurevich.R.J, 2002)

En Europa, específicamente en Inglaterra, el periodismo sensacionalista de diario o de revista ha llegado a extremos que hacen surgir críticas cada vez más violentas a la práctica de perseguir de manera implacable a los llamados “ricos y famosos, tomarles fotos exclusivas en situaciones comprometedoras y exponer detalles.

Si hablamos de nuestro continente, la prensa sensacionalista es un fenómeno cultural presente en todas las ciudades sudamericanas por ejemplo en Guayaquil-Ecuador tenemos El Extra; en Santiago de Chile, La Cuarta y Últimas Noticias; en Bogotá, El Espacio; en La Paz, Extra y Gente, solo por mencionar algunos medios.

Este fenómeno no es que sea exclusivamente mexicano, argentino o de algún país en especial, de hecho la existencia del sensacionalismo se encuentra en todas las sociedades modernas con un alto grado de aceptación por parte de sus lectores encantados con este tipo de prensa que se consume de manera vergonzosa en el contexto escolar y académico.

Se afirma que este fenómeno llegó con William Randolph Hearst, considerado el precursor más importante de la prensa sensacionalista quien a través de la alteración a la verdad logró crear una enorme corriente basada en lo que muchos expertos llaman “desprecio de la objetividad”.

En nuestro país, al igual que en el resto del mundo, la prensa sensacionalista se ha consolidado a través de diarios que dedicados a este rubro, tal es el caso de El Ajá, El Chino, El Popular, El Trome que son los diarios más preferidos en diferentes sectores del Perú y que se han convertido, lamentablemente, en competencia para la información veraz y objetiva que ofrecen otros diarios.

De esta manera la prensa sensacionalista procesa las noticias de la misma manera que la prensa seria, pero se distancia de esta porque los criterios de elección de prioridades, debido a que se privilegia la violencia en sus últimas expresiones.

La prensa sensacionalista en el Perú.

La prensa sensacionalista peruana ofrece todavía una variante más: el sensacionalismo del entretenimiento, la combinación de novedades del mundo del espectáculo, por ejemplo, con tratamiento clásico sensacionalista de grandes titulares. Asimismo, en el Perú hablar de sensacionalismo es un poco más entendible para los sectores populares como “prensa chicha”, por ello que a continuación daremos a conocer un poco más de su significado:

Etimología del término ‘chicha’:La palabra ‘chicha’ proviene de la voz aborígen de Panamá *chichab* (*maíz*), según lo señala el Diccionario de la Lengua Española. En Perú, esta palabra ha revelado diversas expresiones culturales que se han concentrado en la ciudad de Lima, entre ellas, destacan los diarios chicha.

La prensa ‘chicha’: sus inicios

En Perú, la prensa sensacionalista, como en otros países, existe desde hace varias décadas. Pero solo a partir de la mitad de los años ‘80 y durante los años ‘90 se generó en Lima una prensa picante que la mera sensacionalista, la denominada prensa chicha, caracterizada especialmente por su estilo vulgar de explotación tendenciosa del sexo femenino, ataques y adjetivos hirientes a personajes públicos, ancianos, discapacitados y todo aquello que pueda ser novedad, utilidad, impacto o de interés humano.

Aunque los primeros visos de sensacionalismo en la prensa se dieron en los años 50 con el tabloide Última Hora, como lo señala el profesor en periodismo Juan Gargurevich, no es sino a partir de los años‘80 cuando la ola de la prensa chicha comienza a hacer furor en la sociedad limeña.

El fenómeno ‘chicha’.

Uno de los aspectos que hace de la prensa chicha muy singular en América Latina es su conexión con la cultura de masas que se originó en Lima. Esta cultura -llamada chicha- representa un grupo de costumbres de una subcultura limeña, y que un grupo de la prensa adoptó para crear un nuevo estilo de entretenimiento.

Es así cómo se ha denominado chicha -quizá por su relación con lo indígena- a una manifestación cultural que tiene que ver con la presencia de grupos de pobladores andinos en la capital de Lima. El desplazamiento de estos pobladores se inició en los años 50 del siglo pasado y, a través de décadas y de nuevas generaciones, estos grupos fueron creando paulatinamente su propia manera de vivir; una subcultura con nuevas costumbres, tradiciones, música, etc. La palabra chicha es además usada peyorativamente para describir o adjetivizar algo de mal gusto, baja calidad o insignificante.

A. Contenido informativo de la prensa sensacionalista.

El contenido que se publica en las primeras planas, como se ha descrito anteriormente, está ligado a estimular la morbosidad humana con escándalos de sexo que suceden en el mundo del espectáculo local y deportivo, utilizando un formato donde incluye el uso de grandes titulares y de fotografías en la primera página, el uso de una titulación sensacionalista de noticias, el uso de colores llamativos como el amarillo, rojo, azul para resaltar titulares.

a. Fotografía sensacionalista

El periodismo fotográfico es una forma del periodismo para la adquisición, edición y presentación del material noticioso en los medios de comunicación social.

Teniendo en cuenta que lo más atractivo y llamativo de esta prensa no es su contenido si no sus grandes fotografía de accidentes, crímenes, catástrofes o de modelos desnudas o semidesnudas, de esta manera gráfica escenas de la vida privada llevada al morbo cumpliendo la función de ilustrar las

Notas informativas para que el lector pueda tener una idea visual de la forma en que los hechos se dieron.

En caso de nuestro país, un estudio realizado del porque la prensa chicha coloca en sus portadas fotos de mujeres mostrando sus nalgas, sin ningún cuidado de censura, demostró que a los peruanos les gusta ver “la colita” y no los senos desnudos pues éstos les sugieren maternidad. Esto demuestra el poco profesionalismo de los periodistas, pues, son cómplices de incitar el morbo, dañando la salud moral de los jóvenes y sobre todo sirve como y alimento de conducta antisocial de los perversos delincuentes.

La prensa sensacionalista, sea escrita o televisada, abusa hasta el límite, en los momentos de tragedia colectiva exacerbando el morbo y utilizando a las víctimas como material de comercio para ganar televidentes o lectores. Fotografías desmesuradas que muestran un estado agónico de alguien; víctimas exhibidas sin pudor en medio de su propio charco de sangre; violación e irrespeto al dolor ajeno al crear frases burlesca sobre la imagen de un cadáver, son solo alguno de los casos donde la dignidad humana es arrasada sin que el estado, a pesar de las leyes existentes, le ponga fin a esta cada vez más lucrativa y expansiva modalidad de “periodismo”.(Gargurevich, 2002, pág. 269)

De esta manera las fotografías amarillista constituyen una falta de ética profesional por parte de los fotoperiodistas, e implican una clara distorsión de la información visual que se presenta al público lector, lo que provoca situaciones distintas como morbo, discriminación, malos entendidos, estereotipos, etc. la fotografía amarillista va en contra de toda buena

Comunicación, ya que el mensaje la fotografía posee una clara manipulación en cuanto a encuadre, tonos, colores y situaciones que presenta.

b. El contenido de las páginas.

La prensa sensacionalista se vale de los temas escandalosos, sin ningún tratamiento noticioso, en el interior de sus páginas se asignan diversos espacios para desarrollar noticias del acontecer político y social de forma llamativa y breve. En las páginas centrales de estos diarios se observa el desarrollo de la mayoría de las noticias que aparecen en portada con abundantes fotografías y titulares vistosos. El alto grado de violencia es la temática central de la prensa chicha actual: por ejemplo, asesinatos cometidos con armas de fuego o arma blanca y/o aquellos sucesos cruentos como un descuartizamiento.

Los delitos de carácter sexual también aparecen en los diarios sensacionalistas entre ellos destacan los abusos sexuales, especialmente aquellos cometidos con los menores de edad, la violencia pasional, la violencia intrafamiliar, etc. Son relatos contruidos desde la cotidianeidad de los sujetos. Es cierto también que podría decirse que cada contexto tiene su propia violencia y en consecuencia los tratamientos son distintos.

La lectura de la prensa sensacionalista remite más bien un tiempo sucesivo, de la repetición. La sensación de que todas las noticias son parecidas se produce porque, en el

fondo, todos los relatos hablan de lo mismo. Es la repetición incesante del drama humano.

La prensa sensacionalista no solo se relaciona con temas mencionados si no también presenta una gama de contenidos que son parte de nuestro acontecer diario, entre estos temas tenemos:

c. Temas políticos.

El uso político es otro tema dentro de los contenidos de la prensa sensacionalista les sirve para el interés de muchos políticos como un arma para desviar y manipular la información veraz en las “famosas cortinas de humo”. Esta estrategia le sirvió en el caso del ex presidente del Perú, Alberto Fujimori, como una máquina informativa para mantener cautiva una población peruana poco enterada de los principales problemas principales, destacando los logros positivos del gobierno y desacreditando sus principales contenedores políticos.

d. Siniestros y crímenes

Otro punto que resalta estos diarios sensacionalistas en su contenido, es el tema a los hechos policiales, que comprenden informaciones sobre robos, asaltos y asesinatos, suicidios, accidentes automovilísticos y desastres naturales, sin escatimar recursos gráficos para detallar aspectos más rescatables de esos acontecimientos fatales. La temática de estas noticias va a reflejar el clima de desconfianza e inseguridad que gobierna en muchos sectores de nuestra sociedad, debido a la delincuencia, el vandalismo y otros flagelos transgresores.(Sunkel, 2002, pág. 22).

Resaltemos que los editores o periodistas chichas no pretenden ofrecer a sus lectores una comprensión amplia del acontecer local, internacional, pues su temática formal está absolutamente sesgada hacia los temas que consideran populares. Debido a los temas y volumen de sus informaciones, estos diarios chicha no llegan a tener más de quince páginas en total. Respecto al avisaje, está condicionado a pequeños avisos en blanco y negro de centros de masajes, curanderos, esoterismo, etc.

Por otro lado, aunque se podría delimitar que actualmente algunos diarios han suavizado su estilo chicha, y en otros se ha podido individualizar el fomento hacia la participación del lector, un elemento básico para determinar una relación de cercanía con la audiencia, la tendencia a lo vulgar continúa.

En pocas palabras, la prensa sensacionalista procesa las noticias de la misma manera que la prensa seria, pero se diferencia de esta por los criterios o tratamiento de la información, debido a que estos diarios privilegian la violencia en sus múltiples expresiones.

e. Lenguaje vulgar

Los diarios deben estar redactados usando el nivel de la lengua estándar, común o conversacional, la que corresponde a la mayoría de peruanos o de hablantes hispanos en cualquier otro lugar del mundo. Llamada la jerga de los delincuentes, no debe aparecer ni en los titulares de primera plana, ni en las informaciones de páginas interiores. Dicen ellos que de esa manera llegan a los sectores más bajos de la población y que las noticias son trabajadas de diferente manera, con el único propósito de que la población encuentre deleite con la lectura.

El sector juvenil de ese nivel cultural ha introducido muchas palabras que son empleadas frecuentemente. La jerga, como una modalidad de lenguaje que sirve de vínculo entre personas de la misma profesión o de igual situación, contribuye a enriquecer nuestra lengua, pero la replana crea términos exóticos porque es un medio de defensa o de seguridad y un diario no debe ofrecer dificultades para su lectura.

B. Recursos periodísticos

Dentro de los recursos periodísticos que utilizan estos tipos de diarios sensacionalistas es el empleo del formato tabloide, el uso generoso del color para sus portadas y que, efectivamente, atraen y convocan la lectura de sus grandes titulares, acompañadas siempre de fotografías de mujeres que posan en diminutas tangas que, colgados en los quioscos, forman o construyen un bloque multicolor para el observador. Estos recursos intentan aproximarse y recrear la cotidianidad de los sectores populares, ya que para la prensa sensacionalista publica lo que prefiere el pueblo pues de ellos pertenece.

a. Diseño periodístico.

La prensa sensacionalista ofrece en una cobertura adecuada de la actualidad con los temas que los caracteriza y que son agradables en sus portadas, páginas inferiores, contraportadas y suplementos, los cuales va acompañada de las fotografías, el color y el cuerpo textual. De esta forma, el diseño de este tipo de publicaciones se convierte en un componente importante para el éxito del mismo.

Teniendo en cuenta que lo más atractivo y llamativo de esta prensa no es su contenido si no sus grandes fotografía de accidentes, crímenes, catástrofes o de modelos desnudas o semidesnudas, de esta manera gráfica escenas de la vida privada llevada al morbo cumpliendo la función de ilustrar las notas informativas para que el lector puede tener un idea visual de la forma en que los hechos se dieron.

Debido a la variedad de contenido que presenta este periodismo y a la alta competitividad del mercado, editorial, el diseño periodístico está obligado a reflejar el estilo y personalidad del diario.

b. Los temas más comunes.

Otros de los temas en cuanto estos diarios se refieren, es el futbol y la vedette, son las figuras sociales más significativas de la prensa sensacionalista chicha, como parte de la farándula resaltando en sus tabloides una cobertura futbolística ligadas siempre a la figura de la mujer como objeto de deseo carnal, con una considerable capacidad seductora y manipuladora.

La prensa chicha incita romances entre estos dos personajes públicos llegando al extremo de convertirla en una novela melodramática.

En el lector se producen sensaciones de dolor ajeno y compasión, al contemplar las desgracias ajenas como el horror que se vive a diario en una sociedad, sin embargo la llamada "crónica roja" (todo a lo que se refiere accidentes, muertes asesinatos) deja de tener importancia lado de un titular de la farándula popular.

De igual manera se resaltan temas policiales (crímenes pasionales, robos, accidentes) pero la preferencia se queda con los temas antes escritos.

C. Calidad de la redacción.

Los diarios deben estar redactados usando el nivel de la lengua estándar, común o conversacional, la que corresponde a la mayoría de peruanos o de hablantes hispanos en cualquier otro lugar del mundo. La jerga de los delincuentes, llamada replana, no debe aparecer ni en los titulares de primera plana, ni en las informaciones de páginas interiores. Dicen ellos que de esa manera llegan a los sectores más bajos de la población y que las noticias son trabajadas de diferente manera, con el único propósito de que la población encuentre deleite con la lectura. El sector juvenil de ese nivel cultural ha introducido muchas palabras que son empleadas frecuentemente.

La jerga, como una modalidad de lenguaje que sirve de vínculo entre personas de la misma profesión o de igual situación, contribuye a enriquecer nuestra lengua, pero la replana crea términos exóticos porque es un medio de defensa o de seguridad y un diario no debe ofrecer dificultades para su lectura.

D. Objetividad en la prensa sensacionalista.

(Blázquez, 2000). “Se dice que existe objetividad en la información cuando ésta parte de un conocimiento exacto y cierto y que se da conocer de la misma manera con rectitud e imparcialidad“ (pag.46).

La objetividad informativa es sinónimo de verdad informativa. La verdad informativa no es una verdad absoluta, si no posible, en cuanto está sujeta a la condición humana. Esta verdad posible es el centro o núcleo de la información, y lo que se separa de la realidad, más aun, lo que falsea o desfigura, en ningún caso es informativo.

Para lograr la objetividad de las informaciones, es preciso que estas se verifiquen y que el informador sea honesto e imparcial, impidiendo de esta forma que sus preferencias, o las del medio en que trabajan, alteren las informaciones. Así, el periodista debe aprender a dominar sus pasiones, sujetar sus inclinaciones personales y aclarar cuándo se trata de un punto de vista, de una opinión personal, identificando quién los mantiene.

(Goodwin, 2009)“La objetividad es ideal para tener como meta toda información y al que se tiende (en sentido subjetivo), cuya base es la verdad, como relación de certeza entre el sujeto y el objeto, entre el promotor y el hecho, el dato y el acontecimiento“. (pag105).

Los hechos de la historia diaria, que son la materia prima de la información periodística, son tan cambiantes como las aguas de un río. Pretender la objetividad es tanto como creer que es posible capturar y congelar el instante que huye. El mismo hecho, observado por distintos periodistas, recibe tratamientos y versiones diferentes y, además, en las sucesivas ediciones de un periódico o en las emisiones de un noticiero, tiene que ser complementado, corregido, aclarado o rectificado, hasta el punto de que el periodista llega a contemplar las suyas como verdades provisionales.

Un periódico de hoy sería una fuente de argumentos para los escépticos que, en los comienzos de la reflexión filosófica, consideren que el ser humano está incapacitado para conocer la realidad de las cosas. Esa imposibilidad del conocimiento objetivo está ratificada por hechos como estos, que el periodista conoce, o porque ha sido actor en ellos, o porque ha sido su testigo.

E. La objetividad versus la subjetividad.

Esa ilusión de objetividad desaparece cuando intervienen la inevitable toma de posición, implicadas en la decisión entre varios hechos que pueden ser convertidos en noticia: ¿cuáles se cubren y cuáles se silencian?, al optar por un determinado hecho, viene un segundo paso: las fuentes que se consultaron: ¿por qué esas y no otras?, se repite el fenómeno cuando el periodista utiliza el material proporcionado por las fuentes, porque debe seleccionar unas partes y descartar otras: ¿con qué criterio se hace la selección? Y las decisiones continúan al preferir un enfoque a otros, al titular, al subtítular, al diagramar, al ilustrar. En todas estas etapas se mantiene vivo el riesgo de que las posiciones subjetivas impidan la objetividad.

Victoria Camps formula reflexiones que seguramente han pasado ya por la cabeza de los periodistas sometidos a esa dualidad de sentirse obligados a ser o parecer objetivos y de decidir en cada uno de los pasos de la elaboración de una noticia, entre su subjetividad y el mandato de la objetividad.

Dice la filósofa española: informar no es tan distinto de opinar, o por lo menos, interpretar. Decidir cuál ha de ser el objeto de la información es dar una opinión. Decidir la forma - la extensión, la imagen- que debe tener la información, es manipular la realidad porque no se informa sólo por informar. El informador elige una información y elige, a su vez, el público al que la dirige. Nadie habla en el vacío.(Camps, 2002.p30)

El fundador de la revista de periodismo de la Universidad de Columbia, James Boylan, abandona el esquema maniqueo: objetividad vs subjetividad y confiesa que más allá del impersonal estilo "balanceado" de escribir noticias, hay un reclamo para que el periodismo ocupe un lugar en la sociedad, con una posición que sea a la vez imparcial y en nombre del interés general. De eso se trata.

Entre los extremos -viciosos ambos- de la información distorsionada o sesgada, por los puntos de vista subjetivos o interesados, y el de la noticia aséptica, sin color, olor, ni sabor, de puro objetiva, hay un término medio, tan difícil como todas las virtudes: contar la historia e interpretarla sin tocarle un pelo a la exactitud, pero al mismo tiempo hacerle sentir al lector que uno está de su lado, que trabaja para él y con él y que sólo él importa.

En su reflexión sobre el asunto, puntualiza Camps, (2002) "lo que el buen informador debe proponerse, no es tanto ser objetivo cuanto creíble. Habida cuenta que la credibilidad supone un esfuerzo sostenido: no se consigue

confianza ni el prestigio, de un día para otro". (p.31). Esa construcción de la credibilidad resulta más exigente que el viejo imperativo de la objetividad porque demanda un esfuerzo sin pausa para buscar y obtener la verdad de los hechos, al mismo tiempo que un control de las intencionalidades.

Si se piensa, además, que el periodista actúa como un guía que, a través de la información, le permite a la sociedad identificar sus propósitos, crece en importancia el deber de ofrecer una información libre. Sus noticias cumplen una función política, con todo lo que ello significa en términos de poder, de interacción de la sociedad, de orientación de su historia.

F. La línea editorial.

La línea editorial de un periódico está compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad. La manera de jerarquizar el punto de vista y el tono escogidos son varios elementos que contribuyen a definirla.

Según Javier Darío Restrepo la línea editorial de un periódico es la orientación permanente de sus publicaciones: intencionalidad de sus editoriales, selección de sus columnistas, personajes que se entrevistan o que se silencian, hechos que se destacan o que se omiten, enfoque habitual de las noticias.(restrepo, 2008)

Para descubrir esa línea editorial, como para conocer el carácter de una persona, es necesario un seguimiento crítico de sus ediciones o emisiones y de sus reacciones frente a los hechos.

Cuando aparece un periódico los propietarios extienden ante sus lectores un conjunto de promesas que suelen estar presididas por un juramento de independencia, objetividad etc. que forma parte de tradición más antigua del periodismo, Pero la vida cambia las

Cosas y muchas veces las líneas aquellas dan vuelcos que sorprenden a los lectores y tanto, que hasta los alejan porque “ese” no era el diario que ellos seguían.

Además, esta línea editorial es la que hace posible la existencia de una redacción que no se limite simplemente a la suma de las cualidades personales de los periodistas que la conforman. En efecto, la libertad de expresión dentro de un periódico no puede ser separada de la idea de responsabilidad colectiva. Entonces el periodista no es libre de ir hasta el fondo de una opinión personal, de una curiosidad no compartida. El valor del periódico, su coherencia y su identidad radican justamente en la fuerza colectiva que lograr transmitir a sus lectores.

Línea editorial sin embargo, no es sinónimo de línea política. Además de una tendencia política, a menudo visible pero escandalosamente declarada, una línea editorial también radica en un conjunto de decisiones subjetivas. Qué vamos a tratar? ¿A quién vamos a entrevistar? ¿Cuál va ser la rúbrica preponderante? ¿Qué tema vamos a poner en primera plana? Estas son algunas preguntas con las cuales se enfrenta, cada día, una redacción. A través de las respuestas aportadas, la línea editorial se define a diario.

La línea editorial de la prensa se manifiesta de diferentes modos:

- a) Cuando el editorial ofrece una opinión razonada y con argumentos suficientes que traslada seguridad y certeza, por lo que debe ser creído "a pies juntillas" por los lectores. El periódico impone doctrina.
- b) Cuando el periódico "no se quiere mojar", en el editorial se exponen los hechos y los principios con una actitud fría y alejada, sin emitir juicio alguno sobre el asunto y da la sensación de imparcialidad.
- c) Cuando el editorialista "tira la piedra y esconde la mano", ofrece los elementos de juicio suficientes para que el lector conozca el tema a tratar y le orienta hacia unas conclusiones que no da como definitivas.

La línea editorial de un periódico se puede observar, como ves, en los artículos editoriales, en los que existe una absoluta libertad de estilo a excepción de:

- a) La preocupación por el principio y el final del escrito,
- b) La sumisión a las normas de estilo del periódico y
- c) El respeto a la respuesta del lector.

Pero ¿Qué se debe evitar en un artículo editorial para no crear una imagen negativa del periódico? Principalmente:

1. Que el estilo parezca una arenga política.
2. Que parezca un escrito de propaganda.
3. Falsear los conceptos y adoptar posturas ideológicas evidentes
4. Las consignas partidistas.
5. Pretender poseer la verdad absoluta.

La línea editorial de la prensa escrita es, en un mundo donde la Prensa es libre y responsable, el reflejo de los intereses empresariales que dominan esa publicación periódica y que están sometidos por las leyes de un Estado.

2.2.2 El nivel cultural

Se dice que para tener un amplio conocimiento la lectura es la mejor opción para lograrlo, pero siempre y cuando lo que se lea tenga propiedad y un estilo adecuado que enmarque claridad, objetividad y sencillez para poder entenderlo pero claro está que sencillez no significa simple o desinformativo que es lo más probable que ocurra con los diarios de la actualidad quienes en lugar de informar y formar realizan todo lo contrario “desinformar y deformar”.

Hemos visto que en el proceso de formación de opinión, la comunicación desarrolla un papel preponderante, en el que las personas intentan informar, instruir, o persuadir, dentro del marco social que los rodea.

Así mismo, los medios de comunicación nos ayudan a crear una imagen del mundo que está de nuestro alcance o experiencias directas. Lo que aprendemos de los medios de comunicación muchas veces determinan las opiniones, que son expresadas en algún tema en cuestión.

Para la prensa sensacionalista considerada como un medio de masificación, se dirige específicamente a lectores pertenecientes a la cultura popular, es decir a los sectores populares cuyo nivel cultura es bajo, pues ellos consideran que pertenecen al pueblo, por lo tanto publican lo que prefiere el pueblo. Para este sector de la población que en este caso sería el sector C, donde la conforma la clase socioeconómica bajo.

En un estudio realizado por la empresa Apoyo y Opinión y Mercado S.A. divulgó en una encuesta realizada en Lima, con respuestas a las preguntas, ¿Qué diarios lee usted habitualmente?, las respuestas fueron que el nivel A, encontramos lectores que leen diarios serios como El Comercio, este público negó comprar El Chino, que resultó ser el chicha favorito del nivel más bajo, el C.

Esto quiere decir que la prensa chicha se dirige a este tipo de públicos de sectores pobres y presuntamente incultos, mereciendo criterios descalificadores de otros sectores sociales. podemos decir entonces que la información que suelen redactar va dirigida al tipo de lenguaje que este sector de población lee y consume esta clase de prensa, donde asumen significados sin saber si lo que dicen quiere decir exactamente eso.

A. El acto comunicativo

(LLambias.L.M, 2008)Sostiene: “La comunicación es el acto mediante el cual un individuo establece con otro un contacto que le permite transmitirle una información“. (p.10). Es así como en este proceso, varios emisores transfieren la información codificada (compleja o sencilla) a uno o varios receptores, quienes disfrazarán el mensaje e identificarán la información que esta contiene.

En todo proceso hay alguien que quiere informar algo y que para hacerlo se vale del manejo de signos. A ese alguien lo denominaremos Emisor. Pero observamos también que en el proceso hay un destinatario; a este destinatario se le denomina receptor. Los signos que circulan entre el emisor y receptor, estableciendo lo que constituyen el mensaje. El emisor, mensaje y receptor son pues, tres elementos fundamentales del proceso o acto comunicativo.

El periodista de prensa sensacionalista que viene hacer el emisor, cuenta un suceso de temas que caracteriza esta prensa ya sea a manera de crónicas, reportaje, noticias. Esta información exagerada influirá en la opinión pública, que es el receptor, quien a su vez al recibir dicho mensaje les puede provocar sensaciones causando la susceptibilidad de ellos, de este modo el periodista construye un relato, lo vende como realidad y, después, el receptor asimila a su modo la información.

El profesor Rivadeneyra (2004) sostiene “un medio de comunicación de masas es no solo un instrumento tecnificado para la transmisión de mensajes, sino también un complejo de interpretaciones, valoraciones semánticas y propósitos pragmáticos que se materializa en el producto del medio. (p.101). El medio en este caso cumple una misión inter diaria entre la realidad y el receptor, siendo, en la última instancia, un modificador de los hechos sociales

En consecuencia la labor del periodista, es de enjuiciar la noticia, encauzar el suceso, para que llegue al dominio público en forma inclinada, en función de la orientación ideológica del diario.

a. Opinión de los lectores.

La opinión del lector se considera generalmente respuestas abiertas, verbales o expresadas de otra fórmula, a un estímulo concreto. Fundamentalmente el que opina emite un juicio, que a su vez es afirmar o negar algo. De esta manera el editorialista, el comentarista o el crítico, y aun, toda persona de opinión sobre algo, afirma o niega, vale decir inclina su pensamiento en determinada dirección: aplaude o condena.

La opinión del lector se considera generalmente respuestas abiertas, verbales o expresadas de otra forma, a un estímulo concreto. Se expresa ante una audiencia para que sea conocida, es decir, se comunica a otro.

Hay que tener en cuenta que para dar una opinión, debe existir un esquema; es decir una estructura informativa, considerada la base de la formación de formación de opinión.

Este juicio de valor, se desarrolla como respuesta a una cuestión concreta a asuntos percibidos de la realidad. Dicha opinión debe ser previamente meditada, de manera coherente y estable, alcanzando firmeza con lo que expresa.

En efecto, una opinión, es de acuerdo es un juicio de valor sobre un problema, formulado por quien, poseyendo un conocimiento intermedio entre la ignorancia y la ciencia, se pronuncia ante una audiencia sobre sus posibles causas y soluciones de manera atendible.

No cabe duda, de que la base de información de opiniones, sigue siendo la comunicación directa, recíproca y personal. Puesto que la información recibida por los seres humanos se obtienen a través de las formas comunicativas, en la percepción de los hechos, recepción y la decodificación de significados.

La opinión es producida dentro de un sistema de retroalimentación, la cual actúa bajo una serie de factores entre ellos: sociales y biológicos, psicológicos, históricos y otros que conforman un clima de opinión.

b. Clima de opinión.

El clima de opinión encierra todo un conjunto de actitudes, criterios, reacciones de respuestas a estímulos sociales. J Granwill será el primero que hable de clima de opinión y lo define como un conjunto de creencias, valores, actitudes y exigencias que toda población genera por vivir en comunidad y por estar expuestos al paso del tiempo.

Normalmente las personas se encuentran relacionándose unas a otras, intercambiando mensajes y

Opiniones con el fin de seleccionar la información más conveniente para el proceso de formación de opinión.

Así mismo el individuo es capaz de descartar toda información que le parezca vana.

Una opinión es una elección meditada, ya que el individuo ordena, sus ideas y la información almacenada, interpretándola según sus marcos de referencia. Cabe resaltar la diferencia que existen entre opiniones expresadas y opiniones secretas. La primera, es aquella que se manifiesta, mediante conductas abiertas. La segunda, conforman los juicios formados en la mente sobre acciones concretas, puesto que las personas pueden expresar opiniones que difieran notablemente de los puntos de vista que mantienen de forma privada, especialmente si se encuentran un grupo, ya que están sometidos a presión social; optando expresar una opinión acerca del punto de vista mayoritaria sobre un tema controvertido.

Hemos visto que en el proceso de formación de opinión, la comunicación desarrolla un papel preponderante, en el que las personas intentan informar, instruir, o persuadir, dentro del marco social que los rodea.

Así mismo, los medios de comunicación nos ayudan a crear una imagen del mundo que está de nuestro alcance o experiencias directas. Lo que aprendemos de los medios de comunicación muchas veces determinan las opiniones, que son expresadas en algún tema en cuestión.

c. Contexto socio-cultural

Cuando hablamos del contexto sociocultural nos estamos refiriendo al entorno en el que se desempeña o forma una persona.

En el caso de los adolescentes estudiantes de secundaria su contexto es, en primer lugar, la institución educativa a la que pertenecen ya que es allí donde pasan el mayor tiempo casi todos los días.

Relacionando esto con mi tema de investigación, en una escuela asisten estudiantes de diferente clase social, distintas ideologías, religiones y de más está decirlo con diferente formación familiar, a ello se adhiere el lugar, la ciudad y el ambiente que se torna o que existe en él, me refiero a los medios de comunicación a los cuales se tiene mayor acceso, y uno de estos principales medios son los diarios, porque así sea en las zonas más alejadas son más bajos en los costos y la información es estática y se mantiene así si no llegase a tiempo igual será leída.

d. La clase popular.

(Gargurevich, 2002). "La prensa sensacionalista es consumida únicamente por las clases populares y que solo la gente de pocos recursos es la que se interesa por estos contenidos de crónica roja, sexo, mujeres, etc." (P.90)

La prensa sensacionalista atrae a los sectores populares, principalmente, por el tipo de lectura que se encuentra aquí, ya que es de fácil comprensión su estructura narrativa se acerca mucho a la novela policial, ya que su lenguaje es claro, con palabras fáciles de entender, además sus textos son cortos, no aburren, entretienen, también resulta atractivo por el humor que se utiliza, la noticia más dura y más dramática tiene alguna evidencia humorística eso permite desdramatizar la noticia.

Las noticias son presentadas en un lenguaje coloquial y cotidiano, el que es utilizado principalmente en los sectores populares, lo que permite construir, una sensación de cercanía y familiaridad con el lector a través de significados compartidos.

Los sectores populares se identifican con éste tipo de lectura porque es ajena a los sectores opulentos. Además éste tipo de periodismo a decir del entrevistado rompe con todas las normas del periodismo tradicional, por ejemplo que solo el personaje importante es noticia, para éste diario cualquier personaje común y corriente puede ser noticia siempre y cuando éste envuelto en un hechos dramáticos, dolorosos, agresivos, etc.

Los sectores populares la mayor parte del tiempo son invisibilizados o tienen muy poca representación en los medios, principalmente en aquellos que se consideran Medios serios. Pero en el periodismo sensacionalista estos sectores son visibilizados, pasan a ser los protagonistas de las noticias, los personajes principales,

como víctimas y victimarios, por tal razón Checa, piensa que existe una delincuentización de los sectores populares, lo que crea imaginarios en la sociedad acerca de que la violencia, los crímenes, las violaciones, solo se dan única y exclusivamente en los sectores populares.

e. Influencia de relaciones de grupo.

Los adolescentes en su etapa estudiantil se encuentran expuestos a establecer relaciones amicales con los compañeros de grupo, si anteriormente se planteaba que ellos hacen uso de la lectura de libros, diarios, y a través de ello definen su forma de hablar y escribir, no siempre se da de forma individual sino que el grupo al que pertenece también cobra protagonismo al igual que la prensa sensacionalista para definir sus hábitos.

Puede que al grupo pertenezcan adolescentes de la alta sociedad, o aquellos que viven en lugares marginales en fin a todo lado llega este tipo de prensa que no es específicamente la causa de todo pero contribuye en parte a la formación de una sociedad, los estudiantes se encuentran expuestos al consumo de este tipo de prensa porque aunque no sea un hábito leer un diarios sensacionalista todo los días si es evidente que a la semana por lo menos se hojee uno y como explican algunos psicólogos la mente humana es más fácil de captar lo nuevo.

f. El lenguaje.

El lenguaje es una categoría abstracta con la que se designa la comunicación de una información dada a través de diferentes medios. El lenguaje emplea signos que transmiten significados.

Cuando el ser humano empezó a comunicarse, se le acabaron muchos problemas y se le crearon más. El lenguaje ha sido el medio de comunicación e interacción entre los jóvenes, ya que es la expresión de la cultura el intercambio y aprendizaje de la vida social, que proyecta sentimientos, valores y actitudes en el encuentro humano y los hechos de vida cotidiana en los espacios de fortalecimiento e identificación social. Lo que decimos para expresar lo que siente o piensa el joven es algo más y siempre va más allá de

lo que se quiere decir. Si lo dicho va más allá entonces el joven señala, expresa no está solo hecho para designar las cosas para nombrar nuestros deseos para comunicarnos en sociedad, está hecho para algo más de lo que es entiende y es inconsciente para ocultarlo este reto no se muestra ni se deja ver.

Por eso las palabras son acciones lo dicho, lo hablado debe ser reconocido por la otra persona y así llegar a argumentar, dar razones para que el otro reconozca la intención del hablante y exista un "rescate de la palabra para el acuerdo".

El joven de hoy utiliza el dialogo cotidiano para las relaciones comunicativas que se vive en la realidad entre padre e hijos y entre "pares" (amigos); la violencia se expresa en el lenguaje, esta manera de expresarse de cada persona, muestra el grado de violencia en el don de la palabra, donde la imposición de la misma opaca la expresión de actividad o sentimientos en el grupo humano.

g. Uso de jergas.

El uso de un lenguaje coloquial ha popularizado el estilo de estos diarios, evaluando que un gran número de habitantes en Piura entiende y habla en jerga, ésta se ha convertido en una moda; (especialmente para los jóvenes) y a través de los años se la ha considerado el lenguaje de las clases populares.

Son estas mismas clases populares las que mayormente usan e ingeniosamente inventan nuevas palabras para facilitar una conversación que además contenga el clásico doble sentido y humor criollo.

En cuanto al perfil del lector tipo de los diarios chicha, éste está íntimamente relacionado con las clases sociales y el grado de instrucción de la población.

En Perú se leen periódicos a menudo. Según el Informe Gerencial de Marketing realizado por la empresa Apoyo Opinión y Mercado S.A. en abril del 2004, aproximadamente tres de cuatro personas mayores de 12 años acostumbran leer un diario por lo menos una vez por semana

Se puede percibir que la inclinación de cierto público lector hacia la prensa chicha tiene que ver con la proximidad en el uso del lenguaje en las portadas, es decir la jerga en los titulares, subtítulos y algunas noticias internas, que brindan a los lectores una fácil comprensión y lectura. Según un sondeo realizado por la Compañía Peruana de Investigación y Mercados (CPI) durante la semana del 23 al 29 de agosto del 2004, se observa que son los niveles socioeconómicos bajos y muy bajos los que cubren los primeros puestos de lectoría de los diarios chicha siendo los jóvenes

estudiantes parte de sus lectores o público lo que da paso a la posesión del mal hábito de utilizar jerga.

h. Expresión verbal de los adolescentes estudiantes:

Se plantea o afirma siempre que la “jerga” es la forma de expresarse específicamente de las ciudades urbano marginales de las ciudades, sin embargo hasta en los entornos más acomodados los adolescentes son igual de vulnerables a aprender este tipo de lengua, ya que es el uso palabras más por sonido que por etimología.

Es así como este fenómeno se torna ya posicionado en nuestra sociedad producto de la irresponsabilidad de quienes pueden contribuir a su disminución pero que no lo hacen.

Ejemplos de uso de jerga:

-La frase correcta es: **How are you** (interrogante en ingles que significa ¿Cómo estás?). En la jerga utilizada por los adolescentes, la expresión es: **how are yuca**, el **you** que significa **Túes** reemplazado por **yuca** que en nuestro país es un **tubérculo** muy nacional.

-**Gustavo Becker** quiere decir **gusto de verte**.

-**Jhony** significa **yo**.

- **Milonga** quiere decir **mío**.

Estos son solo algunos ejemplos de la gran lista de palabras raras, inexistentes, llamadas “jerga”.

i.- Formas de escribir de los adolescentes estudiantes:

Los adultos, y mucho escuchamos esto en las escuelas, reniegan acerca de la escasa lectura y escritura que realizan los adolescentes. Sería importante que los padres y docentes expresen su gusto por leer y escribir y se lo puedan transmitir a los jóvenes. Si en el hogar el joven observa la presencia de libros y diarios puede ser que en algún momento se interese por esto.

Por otra parte, no es cierto que los adolescentes lean o escriban poco, sino que algunos se refugian en libros y otros lo hacen en forma más placentera fuera de la escuela y con medios diferentes a las que estamos acostumbrados los adultos, o también recurren a textos que no son para nada informativos.

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO DE LA
INVESTIGACIÓN

1. Tipo y nivel de investigación.

1.1. Tipo de investigación.

La presente investigación es de tipo básica, pues, se orienta a aportar nuevos conocimientos a las Ciencias de la Comunicación.

1.2. Nivel de investigación.

Es descriptivo, puesto que, se describirán y analizarán los rasgos y propiedades en mi fenómeno, identificando las falencias a las cuales se hace referencia a partir de la prensa sensacionalista y el gran impacto que se ha desencadenado a lo largo de los años como falta de compromiso hacia la búsqueda de la verdad. El periodista está obligado a conocer y emplear correctamente su idioma, evitando expresiones y/o calificativos incorrectos eludiendo reflejar todas aquellas formas de presentar la información que no se ajustan de forma seria, contrastada y veraz a los hechos y a la realidad sin distorsionarla.

1.3. Diseño de la investigación.

El diseño de esta investigación pertenece al enfoque cuantitativo, del diseño no experimental, transversal, descriptivo.

Es cuantitativo porque mediré mis variables y la relación que existe entre ellas, en mi caso como influye la prensa sensacionalista en el nivel cultural de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación.

De diseño no experimental, pues, no hice manipulación de variable y trabajé con estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UAP-filial Piura y la Universidad Nacional de Piura.

Asimismo pertenece a la clasificación de los transversales descriptivos porque mi investigación de estudio solo abarcará un

determinado tiempo, además porque voy a describir y analizar las características de mi fenómeno.

2. Población y muestra de investigación.

2.1. Población de la investigación.

El presente trabajo de investigación se realizará con los alumnos de los últimos ciclos de las escuelas de Ciencias de Comunicación de la UAP-Piura y UNP, cuya cantidad asciende a 330 alumnos.

2.2. Muestra de la investigación.

La muestra de mi investigación serán los estudiantes del VI al X ciclo de las escuelas académicas de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas y Universidad Nacional de Piura, cuya cantidad es de 128 alumnos.

3. Recolección de datos.

3.1. Técnicas de investigación.

Encuesta para la muestra y entrevista para los especialistas.

3.2. Instrumentos de investigación.

Cuestionario.

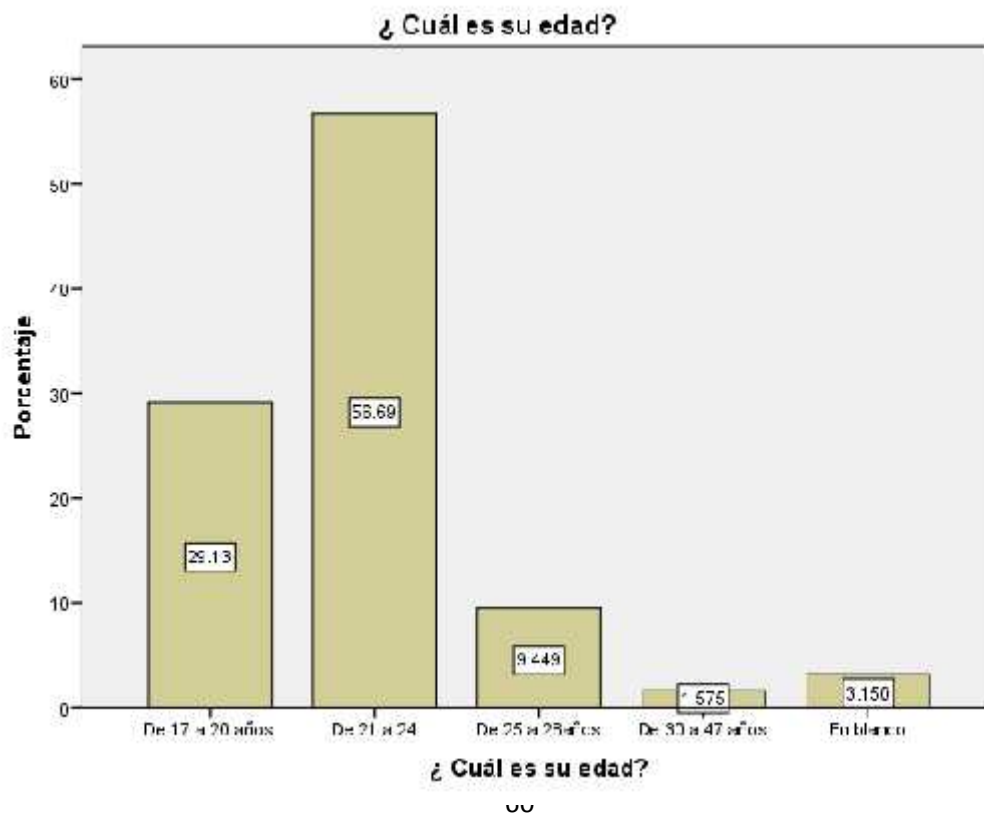
4. Análisis de los resultados.

TABLA N° 01

Edades de los encuestados

1.- ¿Cuál es su edad?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | De 17 a 20 años | 37 | 28.9 | 29.1 | 29.1 |
| | De 21 a 24 | 72 | 56.3 | 56.7 | 85.8 |
| | De 25 a 28 años | 12 | 9.4 | 9.4 | 95.3 |
| | De 30 a 47 años | 2 | 1.6 | 1.6 | 96.9 |
| | En blanco | 4 | 3.1 | 3.1 | 100.0 |
| Total | | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | | 128 | 100.0 | | |



Análisis: El 56.7% de los encuestados oscilan entre las edades de 21 a 24 años; mientras que, el 1.6% son de las edades de 25 a 28 años.

Interpretación: De los encuestados se puede apreciar que existe un gran número de población estudiantil joven, donde predominan las edades de 21 a 24 años.

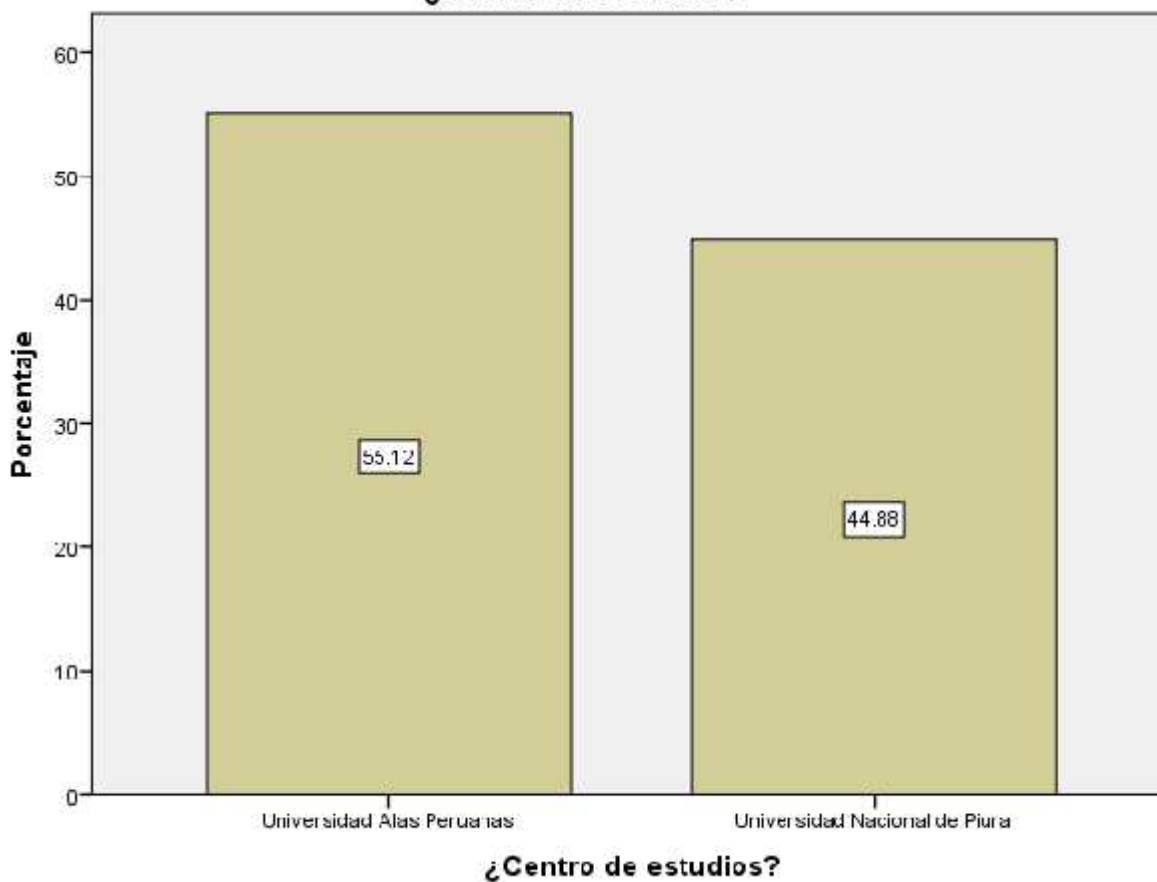
TABLA N° 02

Centro de estudios de los encuestados

2.- ¿Centro de estudios?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|-------------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Universidad Alas Peruanas | 70 | 54.7 | 55.1 |
| | Universidad Nacional de Piura | 57 | 44.5 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | |
| Total | | 128 | 100.0 | |

¿Centro de estudios?



Análisis: El 55.1% de los encuestados son estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, mientras que el 44.8% son de la Universidad Nacional de Piura.

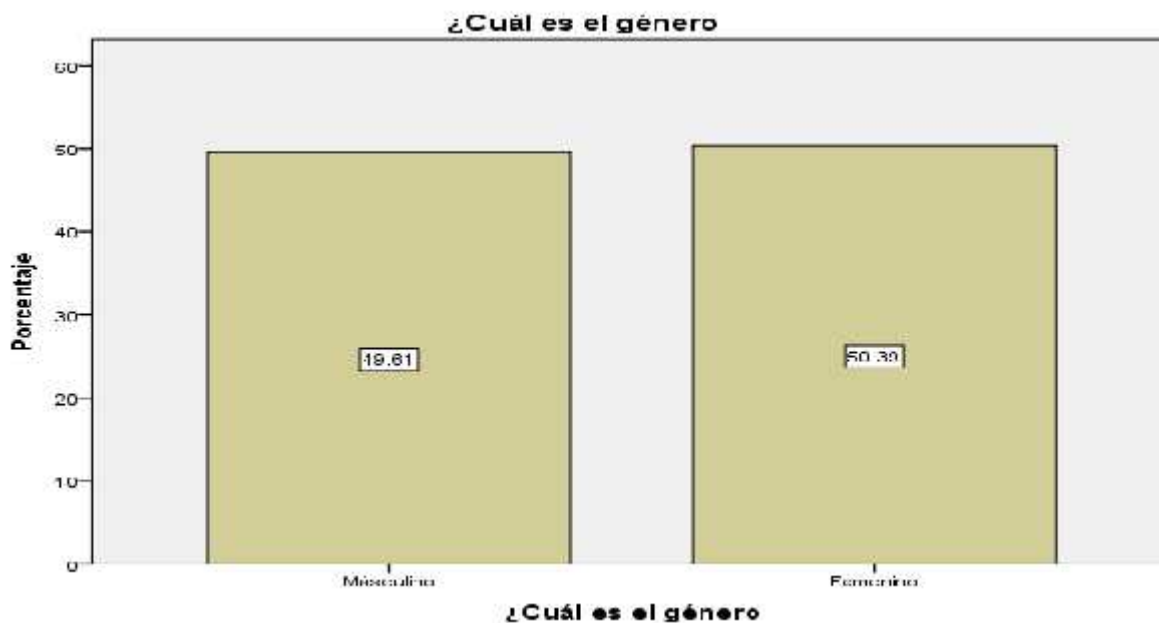
Interpretación: De los resultados obtenidos, se aprecia un mayor número de estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas peruanas, a diferencia de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Nacional de Piura.

TABLA N° 03

Género de los encuestados

3.- ¿Cuál es el género?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| Masculino | 63 | 49.2 | 49.6 | 49.6 |
| Femenino | 64 | 50.0 | 50.4 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |



Análisis: El 50.3% de los encuestados son de género femenino, mientras que, el 49.6% son de género masculino.

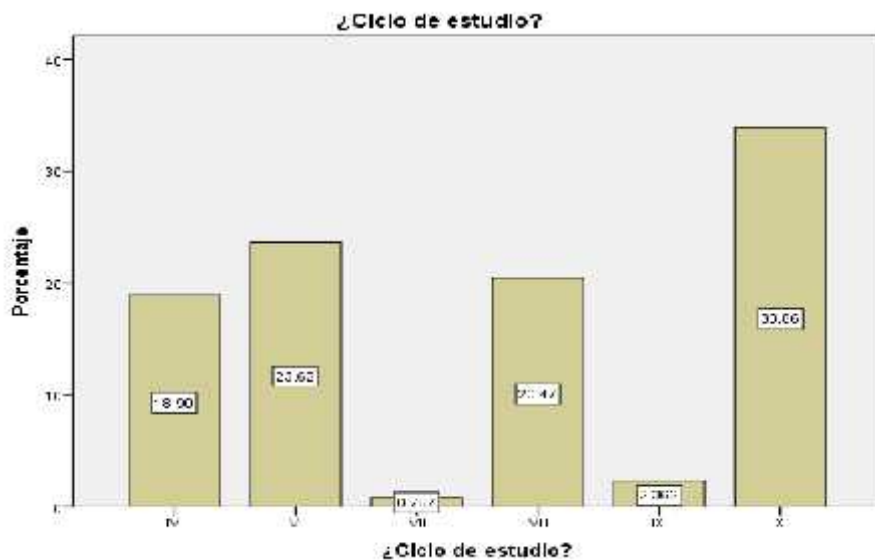
Interpretación: De los resultados obtenidos se puede demostrar que la mayoría de los estudiantes son mujeres, evidenciando que la carrera de Comunicación es de mayor interés en el género femenino.

TABLA N° 04

Ciclo de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación

5.- ¿Ciclo de estudio?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| IV | 24 | 18.8 | 18.9 | 18.9 |
| VI | 30 | 23.4 | 23.6 | 42.5 |
| VII | 1 | .8 | .8 | 43.3 |
| Válidos VIII | 26 | 20.3 | 20.5 | 63.8 |
| IX | 3 | 2.3 | 2.4 | 66.1 |
| X | 43 | 33.6 | 33.9 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |



Análisis: El 33.9% de los encuestados son estudiantes del X ciclo de Ciencias de la comunicación; mientras que, el 8% son estudiantes del VII ciclo de Ciencias de la Comunicación.

Interpretación: En los resultados obtenidos se aprecia que la mayoría de los encuestados son estudiantes X ciclo.

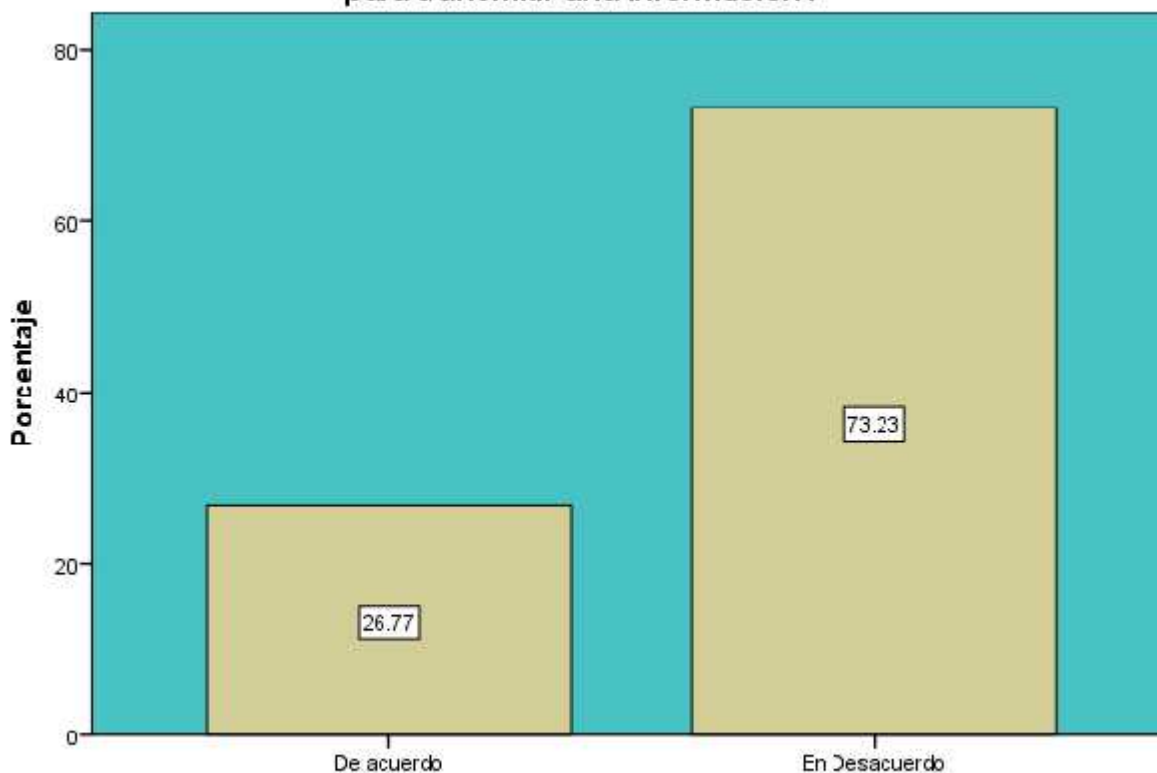
TABLA N° 05

Diseño de los diarios sensacionalistas

4.- ¿Crees que el diseño que utilizan los diarios sensacionalistas es el adecuado para transmitir una información?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | De acuerdo | 34 | 26.6 | 26.8 | 26.8 |
| | En Desacuerdo | 93 | 72.7 | 73.2 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | | 128 | 100.0 | | |

¿Crees que el diseño que utilizan los diarios sensacionalistas es el adecuado para transmitir una información?



¿Crees que el diseño que utilizan los diarios sensacionalistas es el adecuado para transmitir una información?

Análisis: El 73.2% de estudiantes de Ciencias de la Comunicación considera que el diseño de los diarios sensacionalistas no es el adecuado para transmitir información, mientras que el 26.8% considera que el diseño de estos diarios es el adecuado.

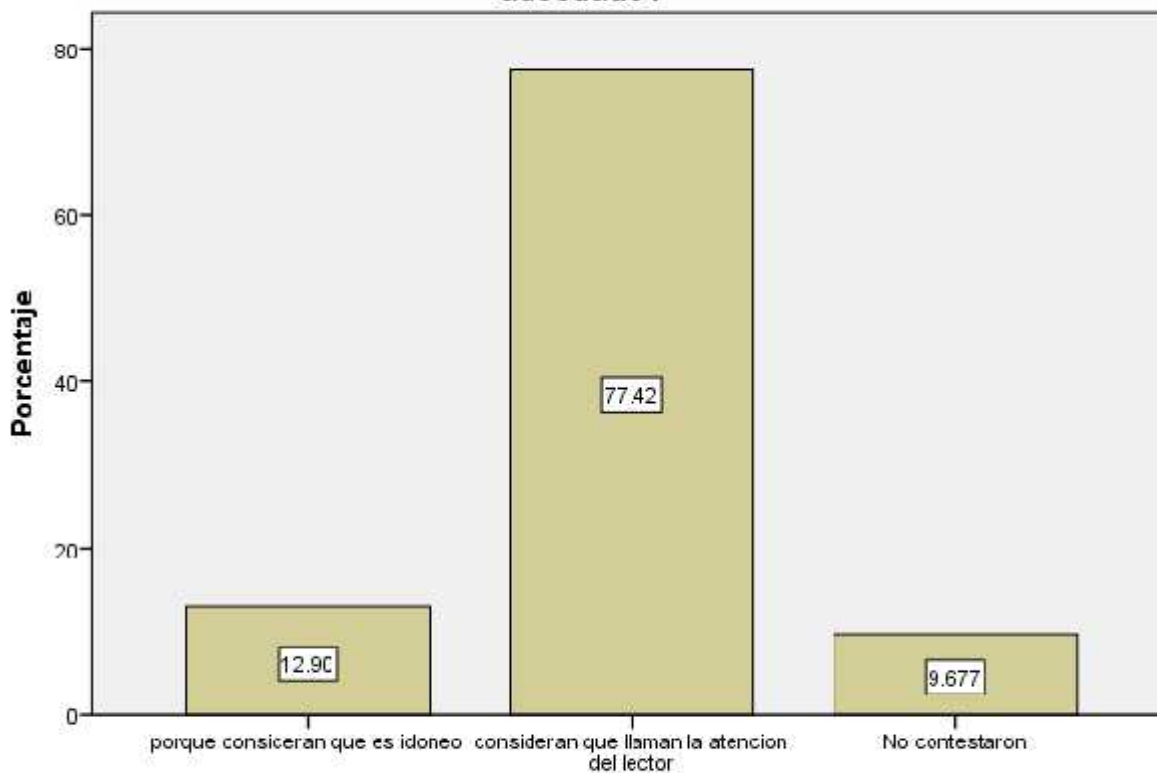
Interpretación: El resultado de la tabla muestra que existen grupos menores con opiniones contradictorias y que están de acuerdo con este formato lo que indica que se convierte en seguidores fieles de este tipo de información, sin embargo el grupo mayoritario de estudiantes de ciencias de la comunicación están conscientes que el diseño que utilizan los diarios sensacionalistas no es el adecuado para transmitir información y aun así lee este tipo de información.

TABLA N° 06

5.- ¿Porque estás desacuerdo que el diseño de los diarios sensacionalistas es el adecuado?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|--|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Consideran que es idóneo | 4 | 3.1 | 12.9 |
| | consideran que llaman la atención del lector | 24 | 18.8 | 77.4 |
| | No contestaron | 3 | 2.3 | 9.7 |
| Total | 31 | 24.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 97 | 75.8 | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿porque estas deacuerdo que el diseño de los diarios sensacionalistas es el adecuado?



¿porque estas deacuerdo que el diseño de los diarios sensacionalistas es el adecuado?

Análisis: El 77.4% de estudiantes de Ciencias de la Comunicación considera estar de acuerdo con el diseño de los diarios sensacionalistas porque consideran que llama la atención al lector, mientras 12.9% considera porque es un diario idóneo para el lector.

Interpretación: El resultado de la tabla muestra que la mayoría de estudiantes ciencias de la comunicación están conscientes que el diseño que utilizan los diarios sensacionalistas llaman la atención al lector, generando impacto entre ellos, mientras que el otro grupo minoritario considera que el diseño de estos diarios es adecuado para transmitir información.

TABLA N° 07

6.- ¿Por qué no estás de acuerdo con el diseño que presentan los diarios sensacionalistas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Consideran que los colores son fuertes | 17 | 13.3 | 17.7 |
| | porque consideran que la información no es veraz y existe poca seriedad | 30 | 23.4 | 31.3 |
| | consideran que las imágenes son fuertes | 27 | 21.1 | 28.1 |
| | incentivan al morbo y a la exageración | | | |
| | porque consideran vender noticias de escándalo | 12 | 9.4 | 12.5 |
| | consideran que afecta el aspecto educativo | 6 | 4.7 | 6.3 |
| | En blanco | 4 | 3.1 | 4.2 |
| Total | 96 | 75.0 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 32 | 25.0 | |
| Total | 128 | 100.0 | | |



Análisis: El 31.3% de estudiantes de ciencias de la comunicación consideran no estar de acuerdo con el diseño de los diarios sensacionalistas porque consideran la poca veracidad de estos diarios, mientras el 6.3% considera que afecta el aspecto educativo

Interpretación: El resultado de la tabla muestra que la mayoría de estudiantes ciencias de la comunicación son conscientes que estos diarios sensacionalistas presentan un diseño con muy poca seriedad, mientras que el otro grupo considera no estar de acuerdo con estos diarios ya que afecta el aspecto educativo de los lectores.

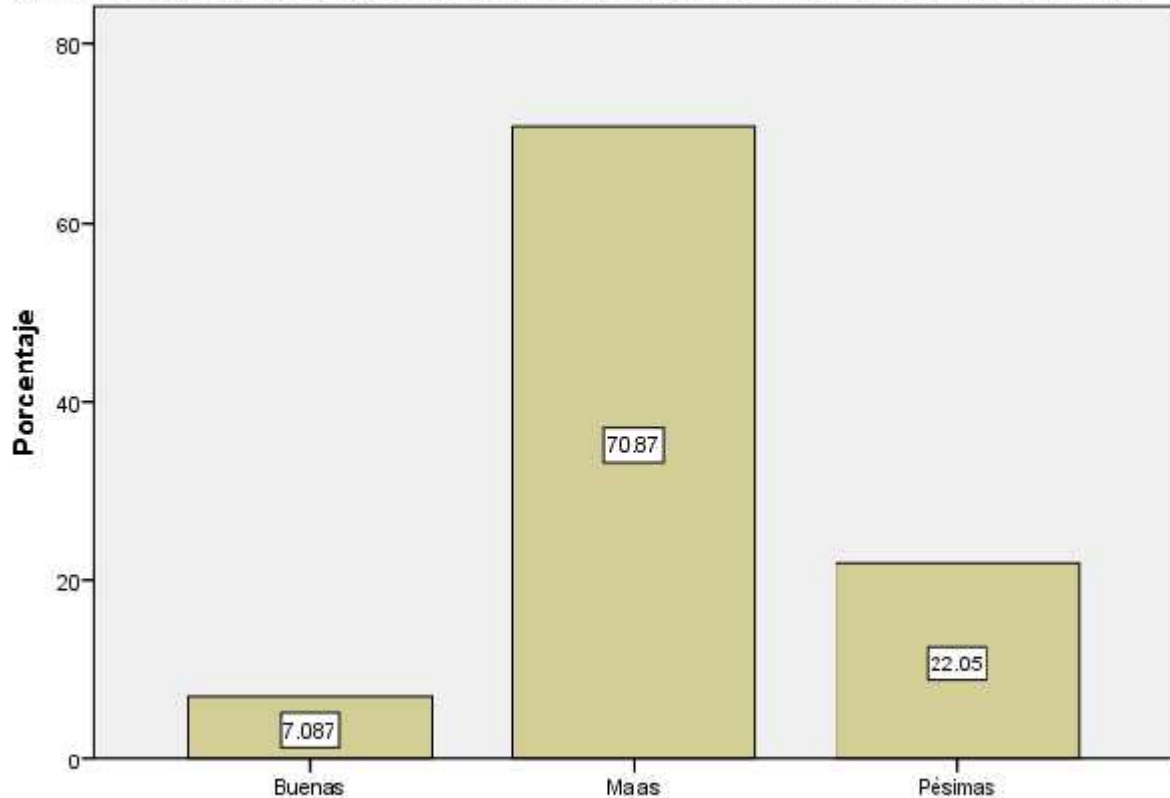
TABLA N° 08

Calificación de los diarios sensacionalistas

7.- ¿Cómo calificarías a las noticias que presentan los diarios sensacionalistas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Buenas | 9 | 7.0 | 7.1 |
| | Malas | 90 | 70.3 | 78.0 |
| | Pésimas | 28 | 21.9 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | |
| Total | | 128 | 100.0 | |

¿ Cómo calificarías a las noticias que presentan los diarios sensacionalistas?



¿ Cómo calificarías a las noticias que presentan los diarios sensacionalistas?

Análisis: El 70.9% de estudiantes de ciencias de la comunicación consideran malas las noticias que se presentan en los diarios sensacionalistas.

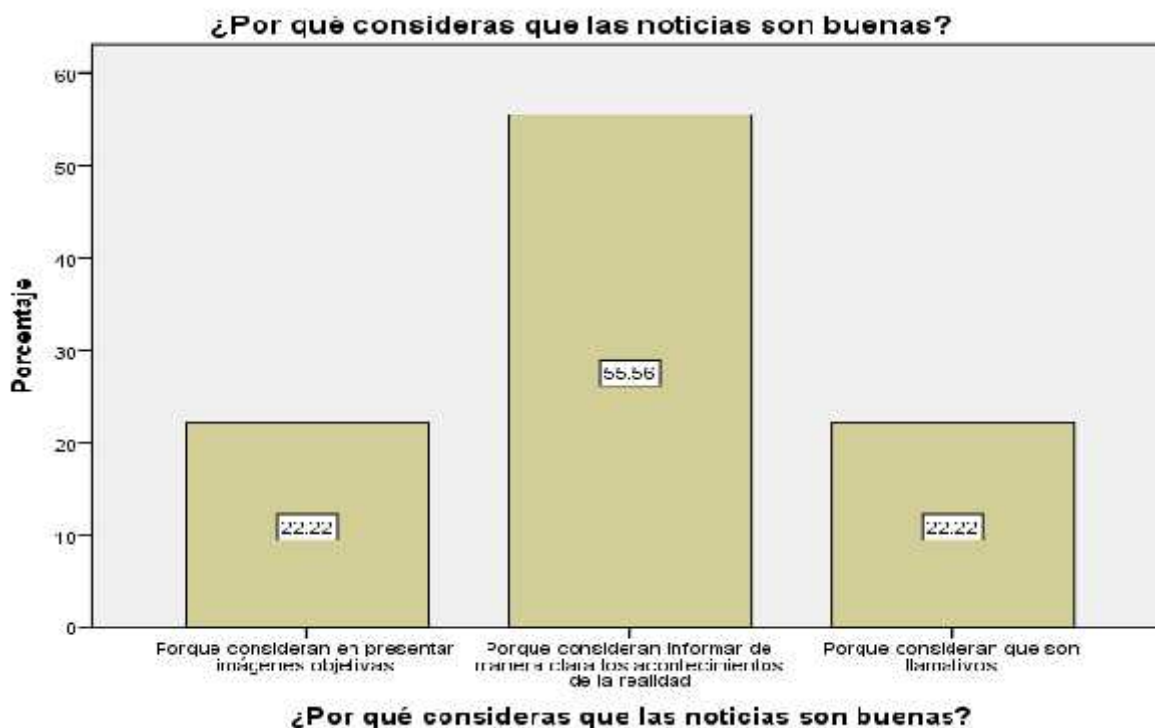
Interpretación: La mayoría de adolescentes estudiantes de ciencias de la comunicación considera las noticias de los diarios sensacionalistas poco importantes pero a pesar de ello utilizan este tipo de fuente para enterarse de los acontecimientos de su interés.

TABLA N° 09

EXPLICACION DE LA CALIFICACION DE LA NOTICIAS

8.- ¿Por qué consideras que las noticias son buenas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Porque consideran en presentar imágenes objetivas | 2 | 1.6 | 22.2 |
| | Porque consideran informar de manera clara los acontecimientos de la realidad | 5 | 3.9 | 55.6 |
| | Porque consideran que son llamativos | 2 | 1.6 | 22.2 |
| Total | 9 | 7.0 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 119 | 93.0 | |
| Total | 128 | 100.0 | | |



Análisis: El 55.6% de estudiantes de de ciencias de la comunicación consideran que las noticias que se presentan en los diarios sensacionalistas son buenas porque informan de manera clara los acontecimientos de la realidad.

Interpretación: La mayoría de adolescentes estudiantes de ciencias de la comunicación considera que estos diarios son importantes pues informan el acontecer diario.

TABLA N° 10

9.- ¿Por qué consideras que las noticias son malas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| Porque consideran que los colores son fuertes | 7 | 5.5 | 7.8 | 7.8 |
| Porque consideran que la información que brindan no es veraz, ni serio | 18 | 14.1 | 20.0 | 27.8 |
| Porque consideran que las imágenes son fuertes e incentivan el morbo y la exageración | 24 | 18.8 | 26.7 | 54.4 |
| Porque consideran vender noticias de escándalo | 20 | 15.6 | 22.2 | 76.7 |
| Porque consideran afectar el aspecto educativo | 16 | 12.5 | 17.8 | 94.4 |
| En blanco | 5 | 3.9 | 5.6 | 100.0 |
| Total | 90 | 70.3 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 38 | 29.7 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |



Análisis: El 26.7% de estudiantes de ciencias de la comunicación consideran que las imágenes que presentan en los diarios sensacionalistas son fuertes e incentivan el morbo la exageración.

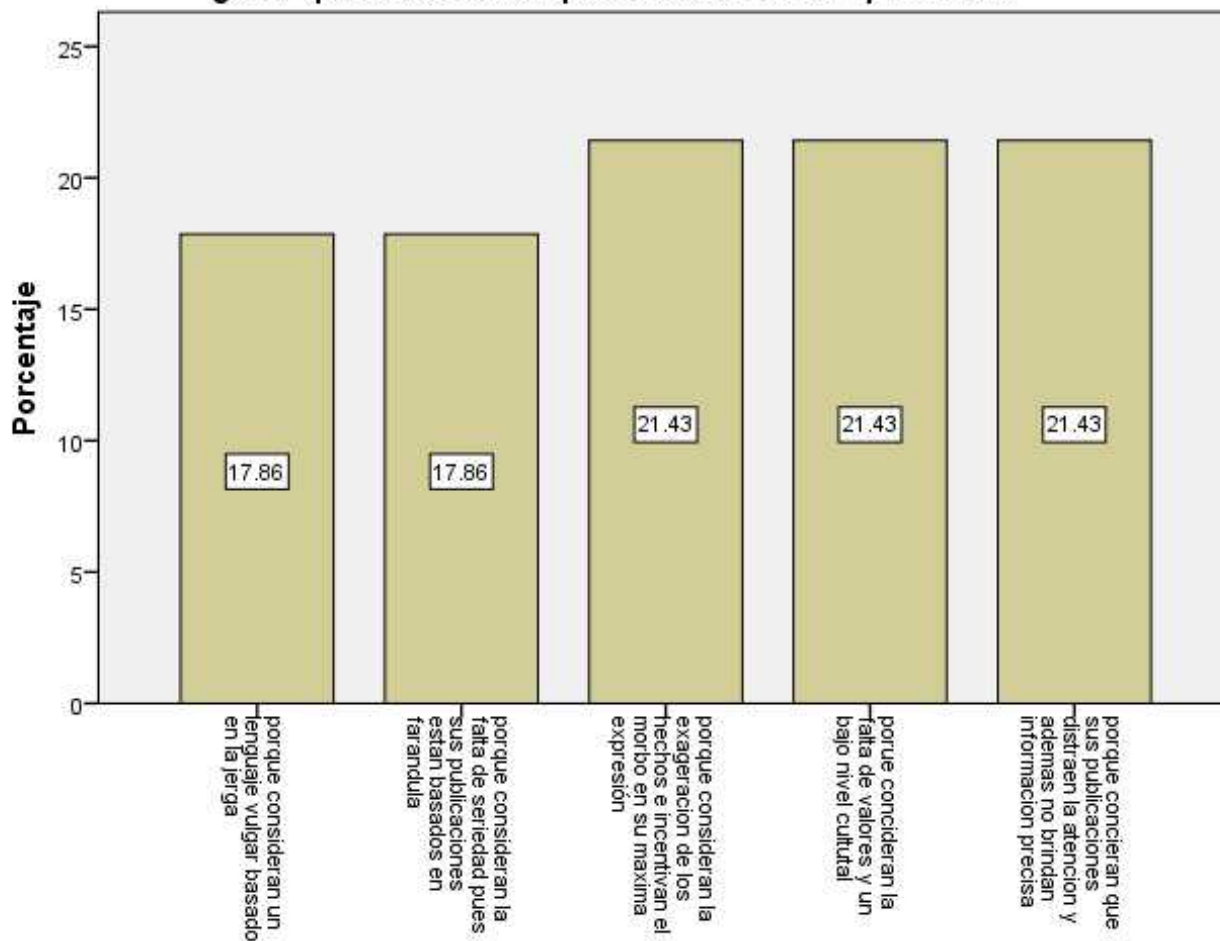
Interpretación: El resultado de esta tabla demuestra que la mayoría de estudiantes de Ciencias de la Comunicación, consideran malas las noticias de estos diarios por el alto volumen de violencia y exageración en las imágenes que presentan en sus publicaciones.

TABLA N° 11

10.- ¿Por qué consideras que las noticias son pésimas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran un lenguaje vulgar basado en la jerga | 5 | 3.9 | 17.9 | 17.9 |
| porque consideran la falta de seriedad pues sus publicaciones están basados en farándula | 5 | 3.9 | 17.9 | 35.7 |
| porque consideran la exageración de los hechos e incentivan el morbo en su máxima expresión | 6 | 4.7 | 21.4 | 57.1 |
| porqué consideran la falta de valores y un bajo nivel cultural | 6 | 4.7 | 21.4 | 78.6 |
| porque conciernan que sus publicaciones distraen la atención y además no brindan información precisa | 6 | 4.7 | 21.4 | 100.0 |
| Total | 28 | 21.9 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 100 | 78.1 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿ Por qué consideras que las noticias son pésimas?



Análisis: El 21.4% de estudiantes de Ciencias de la Comunicación consideran que estos diarios exageran los hechos. El 21.4% consideran brindar publicaciones que distraen la atención del lector, el otro 21.4% consideran no aportar a la cultura por la falta de valores en sus publicaciones.

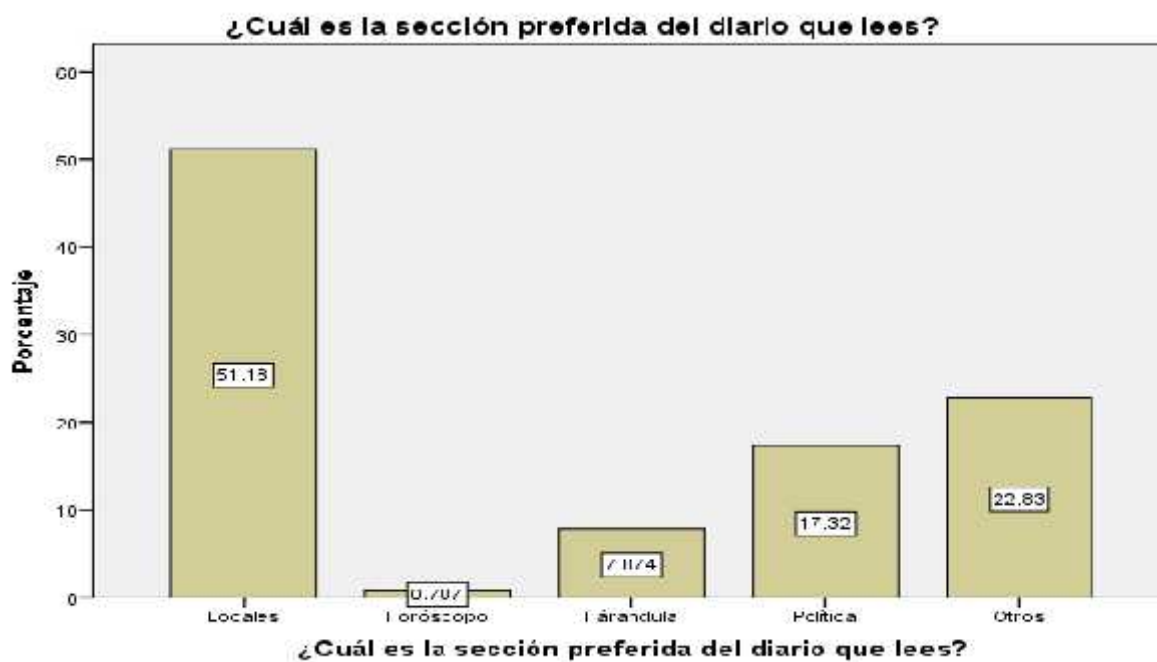
Interpretación: La mayoría de estudiantes de ciencias de la comunicación considera a las noticias de los diarios sensacionalista son pésimas porque brindan la información precisa, no aporta a la cultura y sobre todo sus publicaciones son exageradas, incentivando de esta manera el morbo entre sus lectores.

TABLA N° 12

Sección preferida de un diario

11.- ¿Cuál es la sección preferida del diario que lees?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Locales | 65 | 50.8 | 51.2 |
| | Horóscopo | 1 | .8 | .8 |
| | Farándula | 10 | 7.8 | 7.9 |
| | Política | 22 | 17.2 | 17.3 |
| | Otros | 29 | 22.7 | 22.8 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | |
| Total | | 128 | 100.0 | |



Análisis: En la tabla se observa a un 51.2% que les gusta leer información de noticias locales, sin embargo, existe un 22.8% que prefieren leer otros temas, también señala a un 17.3% interesados en noticias de política y un 7.9% en farándula que es lo que más llama la atención en la actualidad.

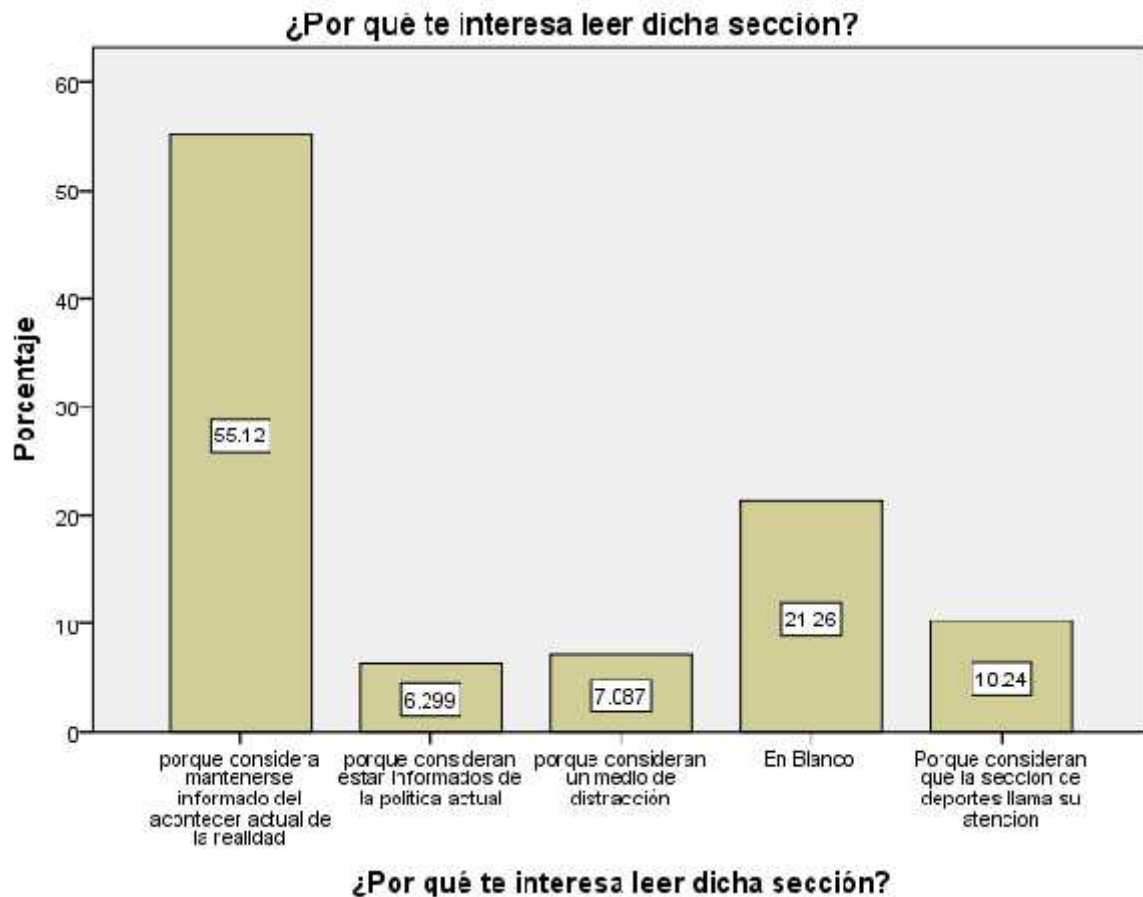
Interpretación: Este porcentaje indica que la mayor parte de estudiantes de comunicación aceptan sin reparo alguno este tipo de prensa pues toda la información presentada es de su preferencia, lo que da lugar a la lectura diaria de sus textos adoptando ciertos patrones del lenguaje no muy adecuados.

TABLA N° 13

Explicación del interés de leer dicha sección

12.- ¿Por qué te interesa leer dicha sección?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque considera mantenerse informado del acontecer actual de la realidad | 70 | 54.7 | 55.1 | 55.1 |
| porque consideran estar informados de la política actual | 8 | 6.3 | 6.3 | 61.4 |
| porque consideran un medio de distracción | 9 | 7.0 | 7.1 | 68.5 |
| En Blanco | 27 | 21.1 | 21.3 | 89.8 |
| Porque consideran que la sección de deportes llama su atención | 13 | 10.2 | 10.2 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |



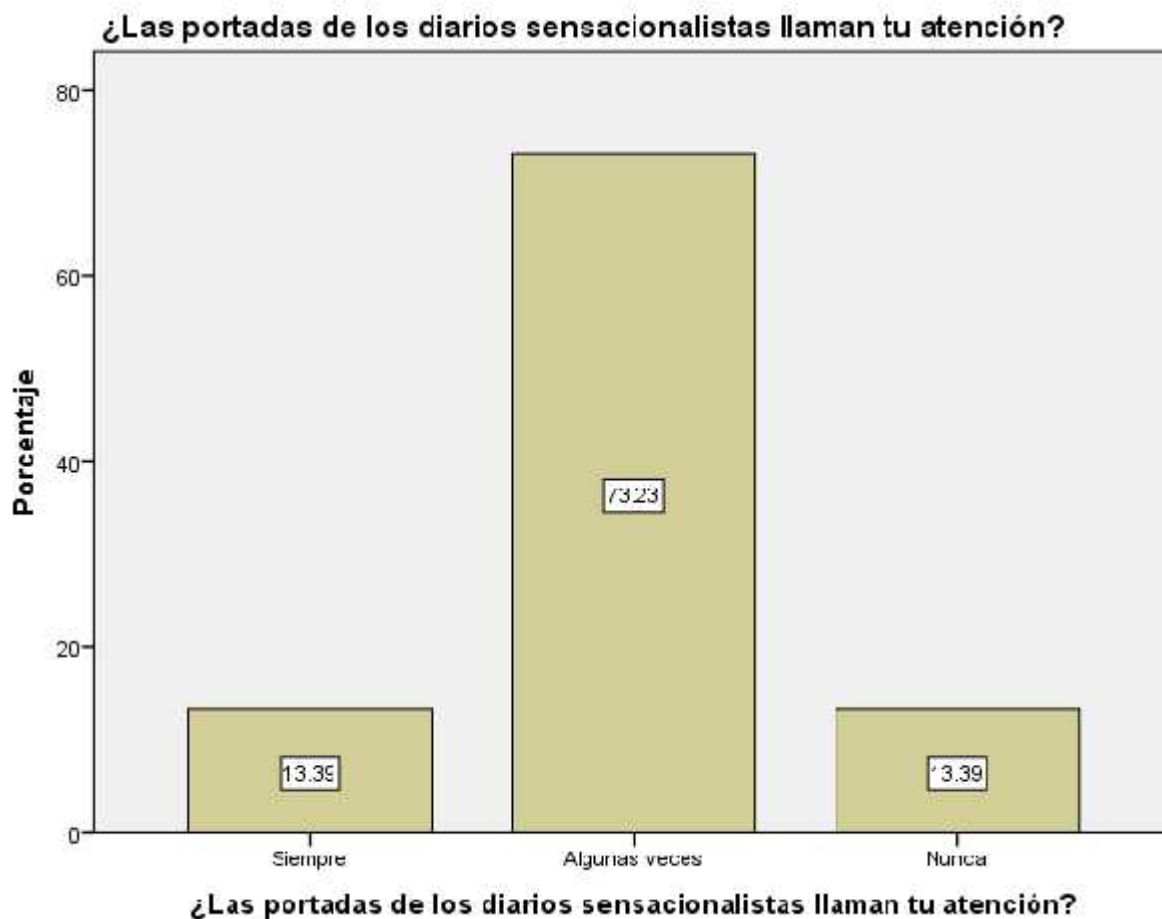
Análisis: En la tabla se observa a un 55.2% que les gusta leer información de noticias locales, el 21.6% no respondió, mientras que el 7.1% consideran un medio de distracción.

Interpretación: Este porcentaje indica que la mayor parte de estudiantes de comunicación aceptan leer este tipo de noticias pues consideran mantenerse informados del acontecer actual de su localidad.

TABLA N° 14

13.- ¿Las portadas de los diarios sensacionalistas llaman tu atención?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Siempre | 17 | 13.3 | 13.4 | 13.4 |
| | Algunas veces | 93 | 72.7 | 73.2 | 86.6 |
| | Nunca | 17 | 13.3 | 13.4 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | | 128 | 100.0 | | |



Análisis: El 73.2% de estudiantes consideran que las portadas de los diarios El algunas veces llaman su atención, así mismo un 13.4% de esa población manifiesta que las portadas de dichos diarios no captan su atención.

Interpretación: El resultado de la tabla muestra que la mayoría de estudiantes de comunicación, consideran que en ciertas ocasiones son atraídos por las portadas de los diarios, ya sea por sus fotografías de escándalo o por los colores llamativos.

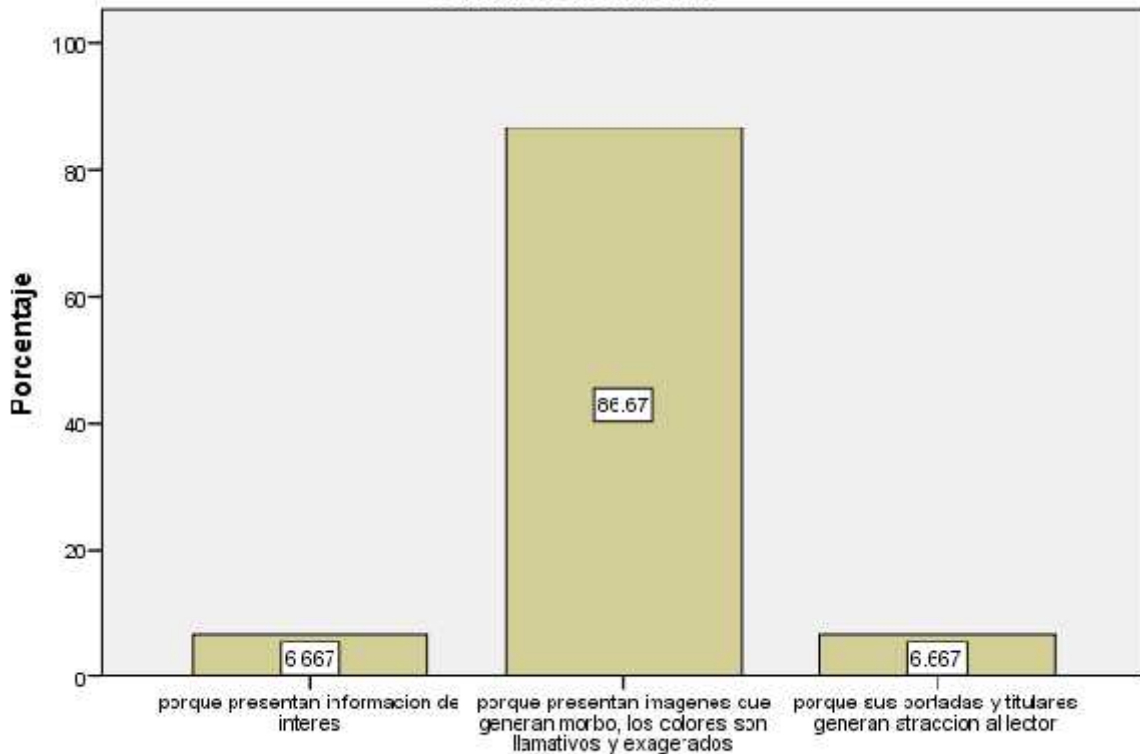
TABLA N° 15

Explicación de las portadas de los diarios sensacionalistas

14.- ¿Por qué consideras que las portadas de los diarios sensacionalistas siempre llaman tu atención?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque presentan información de interés | 1 | .8 | 6.7 | 6.7 |
| porque presentan imágenes que generan morbo, los colores son llamativos y exagerados | 13 | 10.2 | 86.7 | 93.3 |
| porque sus portadas y titulares generan atracción al lector | 1 | .8 | 6.7 | 100.0 |
| Total | 15 | 11.7 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 113 | 88.3 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que las portadas de los diarios sensacionalistas siempre llaman tu atención?



¿Por qué consideras que las portadas de los diarios sensacionalistas siempre llaman tu atención?

Análisis: El 86.6% de estudiantes consideran que las portadas de los diarios siempre llaman su atención por los colores llamativos, por las imágenes que generan el morbo y por la exageración de los hechos, así mismo 6.7% de esa población manifiesta que las portadas de dichos diarios presentan información de interés que atrae a lector.

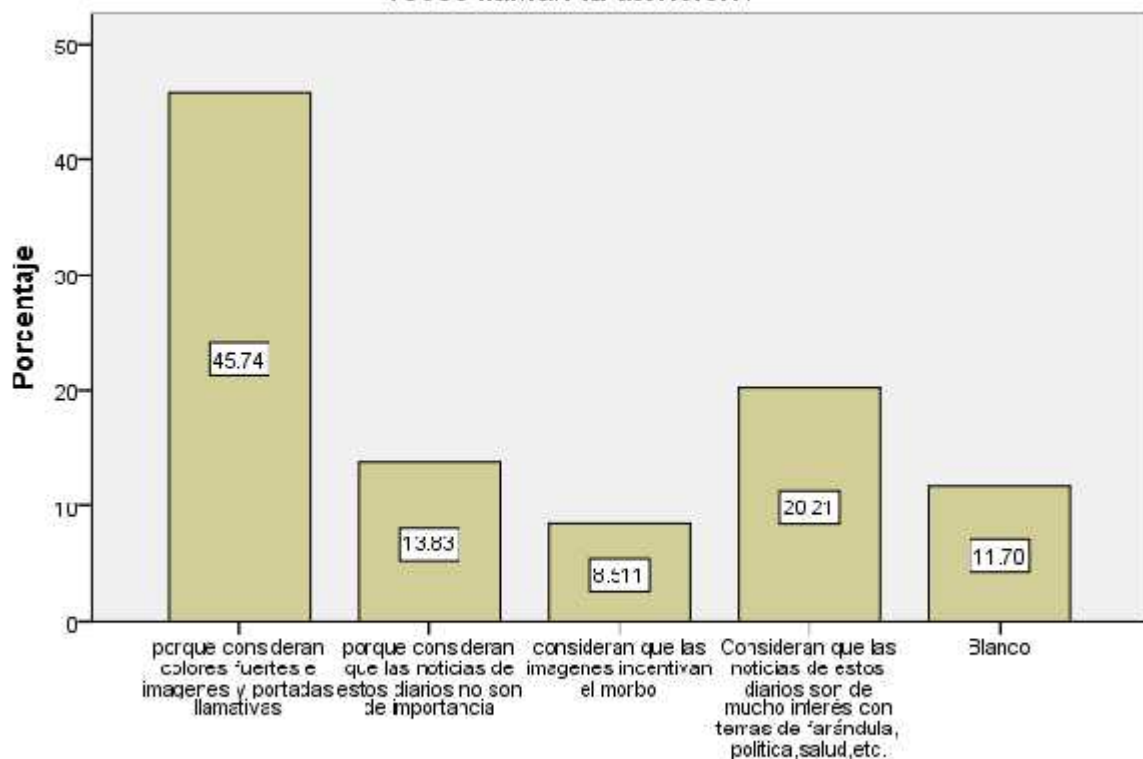
Interpretación: El resultado de la tabla muestra como los estudiantes ciencias de la comunicación son conscientes que algunas veces son atraídos por las portadas coloridas de imágenes que generan morbo y escándalo.

TABLA N° 16

15.- ¿Por qué consideras que las portadas de los diarios sensacionalistas algunas veces llaman tu atención?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran colores fuertes e imágenes y portadas llamativas | 43 | 33.6 | 45.7 | 45.7 |
| porque consideran que las noticias de estos diarios no son de importancia | 13 | 10.2 | 13.8 | 59.6 |
| consideran que las imágenes incentivan el morbo | 8 | 6.3 | 8.5 | 68.1 |
| Consideran que las noticias de estos diarios son de mucho interés con temas de farándula, política, salud, etc. | 19 | 14.8 | 20.2 | 88.3 |
| Blanco | 11 | 8.6 | 11.7 | 100.0 |
| Total | 94 | 73.4 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 34 | 26.6 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que las portadas de los diarios sensacionalistas algunas veces llaman tu atención?



¿Por qué consideras que las portadas de los diarios sensacionalistas algunas veces llaman tu atención?

Análisis: El 45.7% de estudiantes consideran que las portadas de los diarios algunas veces llaman su atención por los colores fuertes y las portadas llamativas, así mismo el 8.5% de esa población consideran que las imágenes incentivan el morbo.

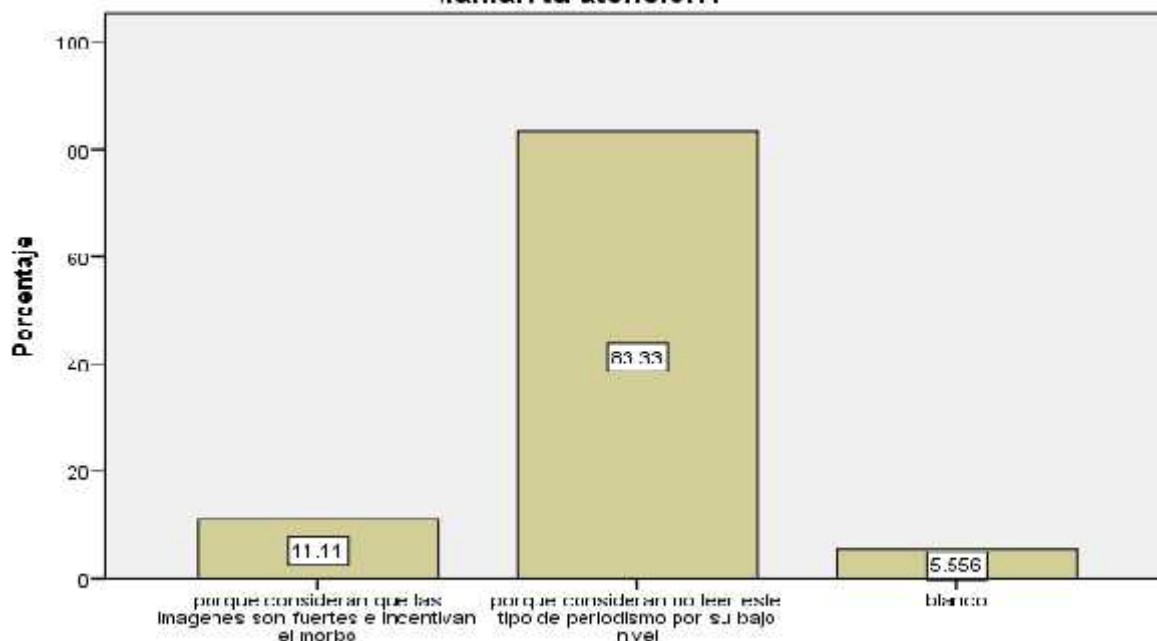
Interpretación: El resultado de la tabla muestra como los estudiantes Ciencias de la comunicación son conscientes que las portadas de los diarios sensacionalistas llaman tu atención. Además, consideran llamar la atención del lector por las características comunes que presentan estos diarios.

TABLA N° 17

16.- ¿Por qué consideras que las portadas de los diarios sensacionalistas nunca llaman tu atención?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran que las imágenes son fuertes e incentivan el morbo | 2 | 1.6 | 11.1 | 11.1 |
| porque consideran no leer este tipo de periodismo por su bajo nivel | 15 | 11.7 | 83.3 | 94.4 |
| Blanco | 1 | .8 | 5.6 | 100.0 |
| Total | 18 | 14.1 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 110 | 85.9 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que las portadas de los diarios sensacionalistas nunca llaman tu atención?



¿Por qué consideras que las portadas de los diarios sensacionalistas nunca llaman tu atención?

Análisis: El 83.3% de estudiantes consideran que las portadas de los diarios nunca llaman su atención por brindar en sus publicaciones un bajo nivel cultural, así mismo el 11.1% de esa población manifiesta que las portadas de dichos diarios imágenes fuertes.

Interpretación: El resultado de la tabla muestra como los estudiantes Ciencias de la Comunicación son conscientes no interesarles las portadas de estos diarios pues consideran no ser un aporte para la educación.

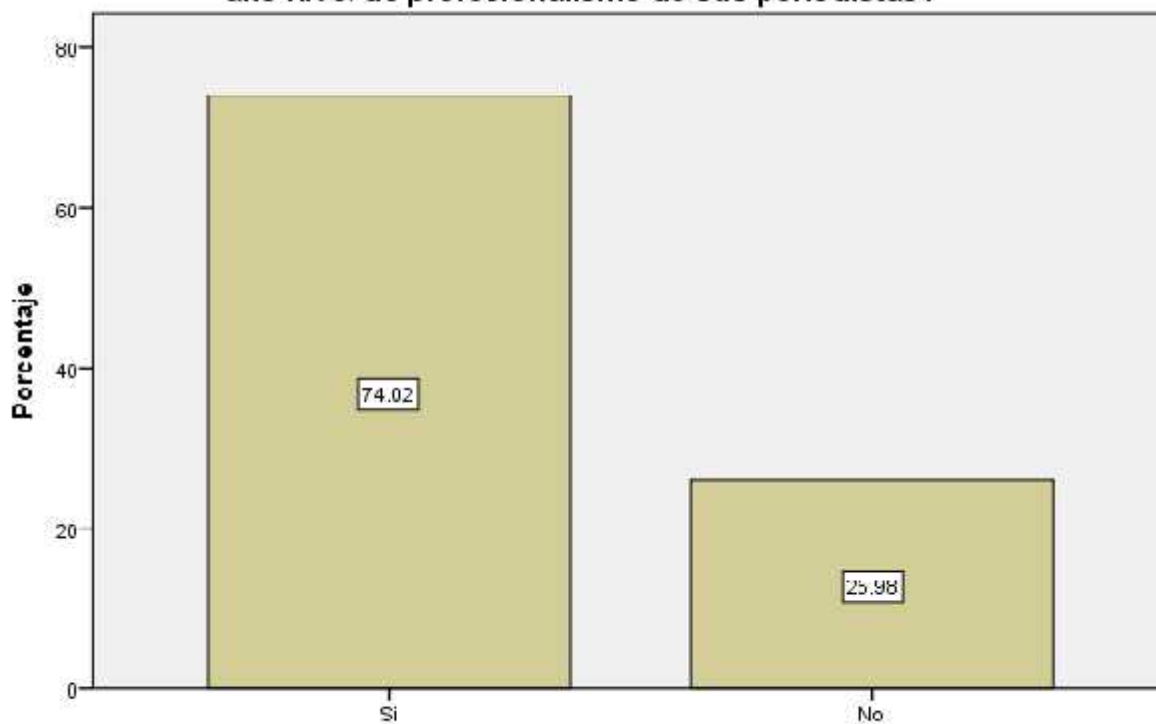
TABLA N° 18

Calidad de redacción de un diario

17.- ¿Crees tú que la calidad de redacción de un diario tiene estrecha relación con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Si | 94 | 73.4 | 74.0 | 74.0 |
| Válidos No | 33 | 25.8 | 26.0 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Crees tú que la calidad de redacción de un diario tiene estrecha relación con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?



¿Crees tú que la calidad de redacción de un diario tiene estrecha relación con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?

Análisis: El 74.0% considera que la redacción de un diario sensacionalista tiene que ver con el nivel profesional de sus periodistas, mientras que un 26.0% está en desacuerdo.

Interpretación: El mayor número de encuestados manifiesta que la calidad de redacción tiene una estrecha relación con el nivel profesional de sus periodistas pues considera que si existiera un buen profesionalismo en un periodista, la prensa sensacionalista no existiera o por lo menos no sería competencia para los diarios verdaderamente objetivos.

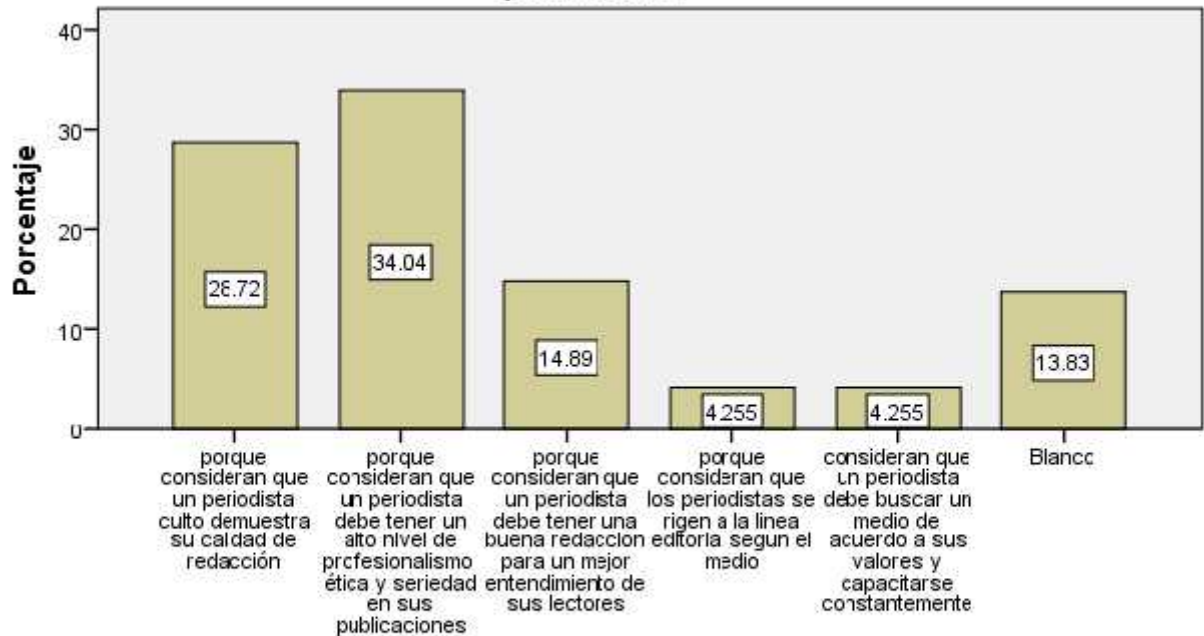
TABLA N° 19

Explicación de las noticias de calidad de redacción

18.- ¿Por qué consideras que la calidad de redacción de un diario sensacionalista si tiene una relación estrecha con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran que un periodista culto demuestra su calidad de redacción | 27 | 21.1 | 28.7 | 28.7 |
| porque consideran que un periodista debe tener un alto nivel de profesionalismo, ética y seriedad en sus publicaciones | 32 | 25.0 | 34.0 | 62.8 |
| porque consideran que un periodista debe tener una buena redacción para un mejor entendimiento de sus lectores | 14 | 10.9 | 14.9 | 77.7 |
| porque consideran que los periodistas se rigen a la línea editorial según el medio | 4 | 3.1 | 4.3 | 81.9 |
| consideran que un periodista debe buscar un medio de acuerdo a sus valores y capacitarse constantemente | 4 | 3.1 | 4.3 | 86.2 |
| Blanco | 13 | 10.2 | 13.8 | 100.0 |
| Total | 94 | 73.4 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 34 | 26.6 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que la calidad de redacción de un diario sensacionalista si tiene una relación estrecha con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?



¿Por qué consideras que la calidad de redacción de un diario sensacionalista si tiene una relación estrecha con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?

Análisis: El 34.0% considera que la redacción de un diario sensacionalista tiene que ver con el nivel profesional de sus periodistas, mientras que un 4.3% considera que el periodista se rige a la línea editorial según el medio donde trabaja.

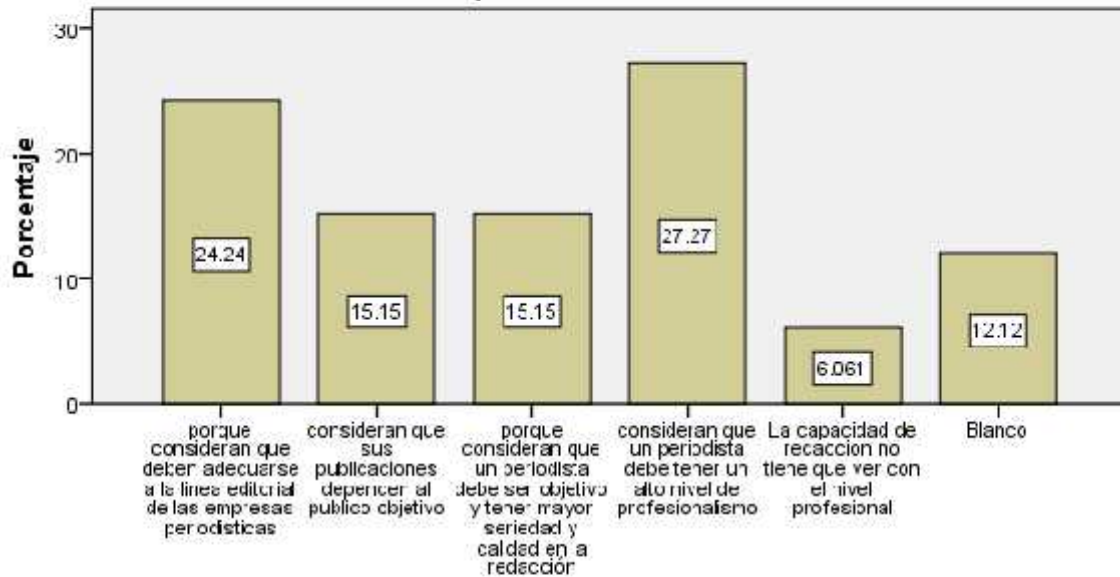
Interpretación: El mayor número de encuestados manifiesta que la calidad de redacción tiene una relación con el nivel profesional de sus periodistas.

TABLA N° 20

19.- ¿Por qué consideras que la calidad de redacción de un diario sensacionalista no tiene una relación estrecha con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran que deben adecuarse a la línea editorial de las empresas periodísticas | 8 | 6.3 | 24.2 | 24.2 |
| consideran que sus publicaciones dependen al público objetivo | 5 | 3.9 | 15.2 | 39.4 |
| porque consideran que un periodista debe ser objetivo y tener mayor seriedad y calidad en la redacción | 5 | 3.9 | 15.2 | 54.5 |
| consideran que un periodista debe tener un alto nivel de profesionalismo | 9 | 7.0 | 27.3 | 81.8 |
| La capacidad de redacción no tiene que ver con el nivel profesional | 2 | 1.6 | 6.1 | 87.9 |
| Blanco | 4 | 3.1 | 12.1 | 100.0 |
| Total | 33 | 25.8 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 95 | 74.2 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que la calidad de redacción de un diario sensacionalista no tiene una relación estrecha con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?



¿Por qué consideras que la calidad de redacción de un diario sensacionalista no tiene una relación estrecha con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?

Análisis: El 27.3% considera que un periodista debe tener un alto nivel de profesionalismo, mientras que el 6.1% consideran que la redacción no tiene que ver con el nivel de profesionalismo.

Interpretación: El mayor número de encuestados manifiesta que un periodista debe tener un alto nivel de profesionalismo del periodista, pero sin embargo consideran que el nivel de redacción no tiene nada que ver con la capacidad y el nivel profesional del periodista.

Análisis: El 27.3% considera que un periodista debe tener un alto nivel de profesionalismo, mientras que el 6.1% consideran que la redacción no tiene que ver con el nivel de profesionalismo.

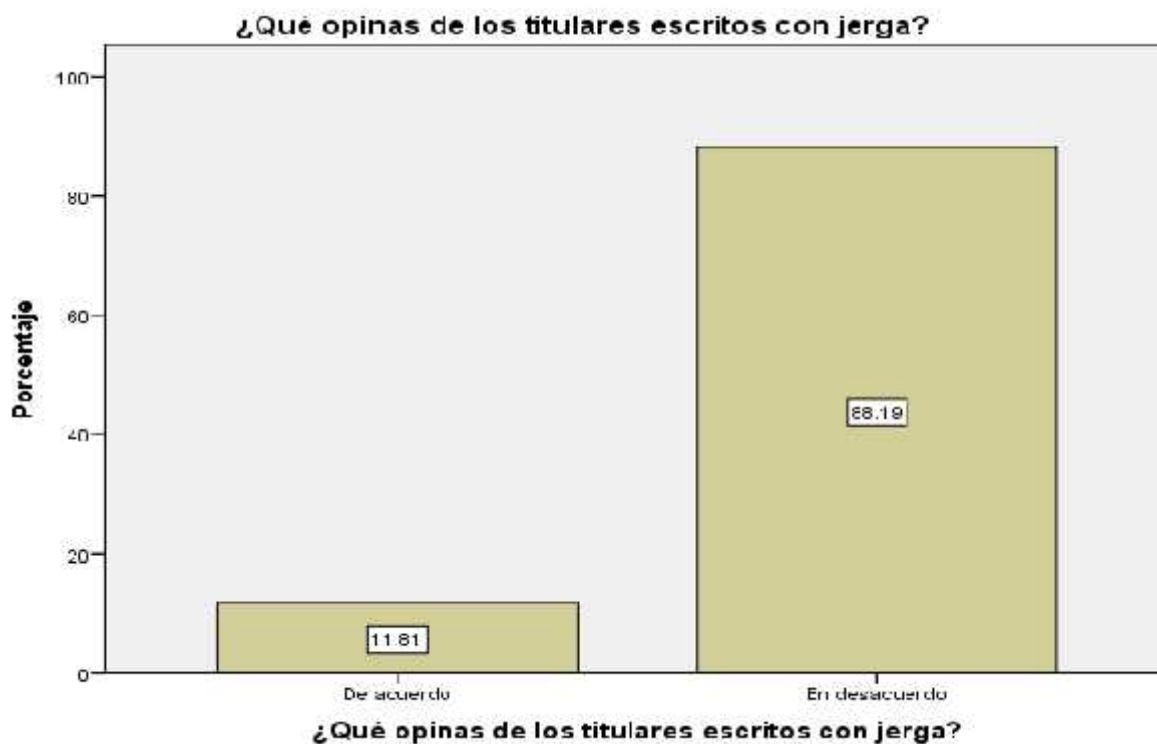
Interpretación: El mayor número de encuestados manifiesta que un periodista debe tener un alto nivel de profesionalismo del periodista, pero sin embargo consideran que el nivel de redacción no tiene nada que ver con la capacidad y el nivel profesional del periodista.

TABLA N° 21

Titulares escritos en jerga

20.- ¿Qué opinas de los titulares escritos con jerga?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | De acuerdo | 15 | 11.7 | 11.8 | 11.8 |
| | En desacuerdo | 112 | 87.5 | 88.2 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | | 128 | 100.0 | | |



Análisis: El 88.2% de los encuestados manifiesta estar en desacuerdo con los titulares de las noticias escritos en jerga, por otro lado un 11.8% manifiesta su completa aceptación hacia este tipo de estilo.

Interpretación: Este cuadro manifiesta que los encuestados a pesar de saber y aceptar que el uso de este tipo de lenguaje es nocivo para su vocabulario tienen preferencia por ello, y lo convierten en parte de sus hábitos diarios a través de su lectura.

TABLA N° 22

Explicación de las noticias escritas en jerga

21.- ¿Por qué estás de acuerdo con los titulares escritos en jerga?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|--|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Porque consideran que las publicaciones llaman la atención del lector | 4 | 3.1 | 26.7 |
| | consideran que sus publicaciones permiten conocer el dialecto popular | 2 | 1.6 | 13.3 |
| | porque consideran sus titulares venden de acuerdo a su público objetivo y al estilo del diario | 4 | 3.1 | 26.7 |
| | porque consideran poca seriedad afectando el lenguaje culto | 1 | .8 | 6.7 |
| | Blanco | 4 | 3.1 | 26.7 |
| Total | 15 | 11.7 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 113 | 88.3 | |
| Total | 128 | 100.0 | | |



Análisis: El 26.7% de encuestados están de acuerdo que los titulares escritos en jerga no ayudan a mejorar la educación. Sin embargo existe un 30.0% sostiene que es el poco profesionalismo lo que perjudica una buena redacción, un 15.0% opina que los titulares redactados en jerga incentivan a una cultura de violencia.

Interpretación: El resultado de la tabla muestra como los estudiantes ciencias de la comunicación son conscientes que los titulares escritos en jerga no es el adecuado para mejorar un alto nivel cultural, ni ayudan a mejorar una buena educación. Sin embargo para estos diarios utilizar este tipo de lenguaje es la mejor forma de llegar al lector.

TABLA N° 23

22.- ¿Por qué no estás de acuerdo con los titulares escritos en jerga?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran que los términos que utilizan es una falta de respeto para el lector | 8 | 6.3 | 7.1 | 7.1 |
| porque consideran que utilizan un lenguaje inadecuado que no aportan a la cultura | 49 | 38.3 | 43.8 | 50.9 |
| porque consideran poca seriedad y veracidad en sus publicaciones | 26 | 20.3 | 23.2 | 74.1 |
| porque consideran que sus publicaciones va dirigido a un público bajo | 11 | 8.6 | 9.8 | 83.9 |
| porque consideran una falta de profesionalismo | 8 | 6.3 | 7.1 | 91.1 |
| Blanco | 10 | 7.8 | 8.9 | 100.0 |
| Total | 112 | 87.5 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 16 | 12.5 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |



Análisis: El 43.8% de encuestados no está de acuerdo con los titulares escritos en jerga, porque utilizan un lenguaje inadecuado que no aporta a la cultura. También existe un 7.10% que sostiene que el uso de los términos que presenta este tipo de presan es una falta de respeto para el lector, como también consideran la falta de profesionalismo del hombre de prensa.

Interpretación: El resultado de la tabla muestra como los estudiantes ciencias de la comunicación son conscientes que los titulares escritos en jerga no es el adecuado para mejorar un alto nivel cultural, ni ayudan a mejorar una buena educación. Sin embargo para estos diarios utilizar este tipo de lenguaje es la mejor forma de llegar al lector.

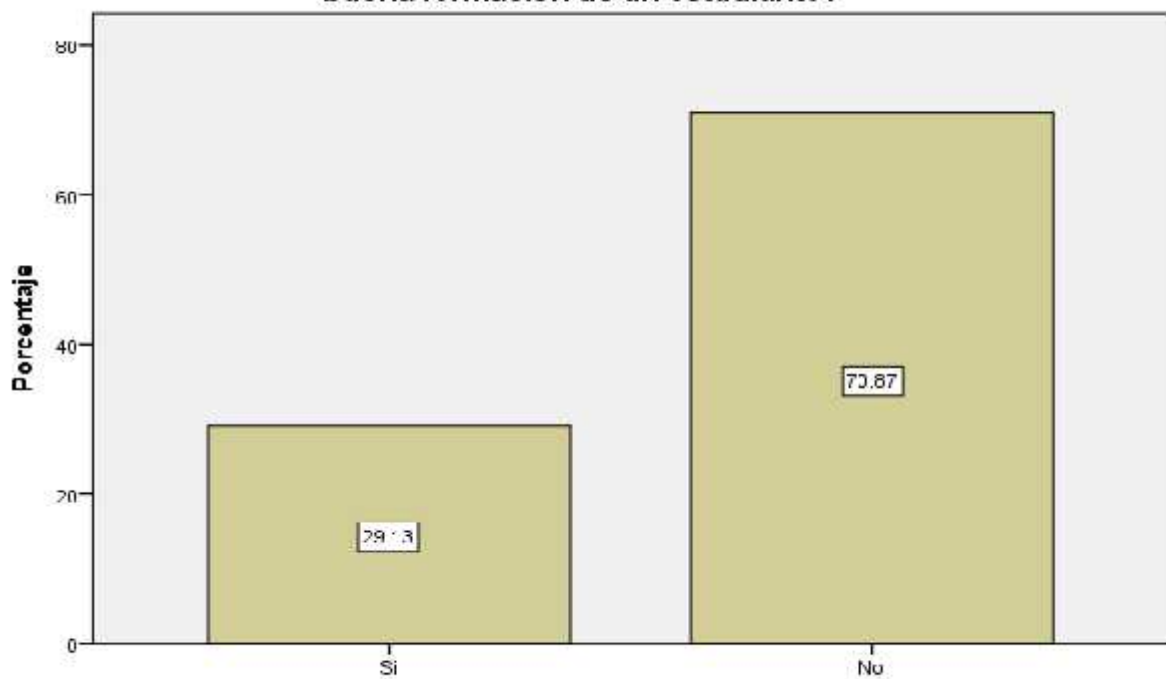
TABLA N° 24

Forma de redacción de un diario sensacionalista

23.- ¿Crees que la forma de redacción de un diario sensacionalista contribuye a la buena formación de un estudiante?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Si | 37 | 28.9 | 29.1 | 29.1 |
| Válidos No | 90 | 70.3 | 70.9 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Crees que la forma de redacción de un diario sensacionalista contribuye a la buena formación de un estudiante?



¿Crees que la forma de redacción de un diario sensacionalista contribuye a la buena formación de un estudiante?

Análisis: Un 70.9% considera que la forma de redacción que un diario sensacionalista emplea para transmitir su información no contribuye a una buena formación, un 29.1% considera que si contribuye a su formación como estudiantes.

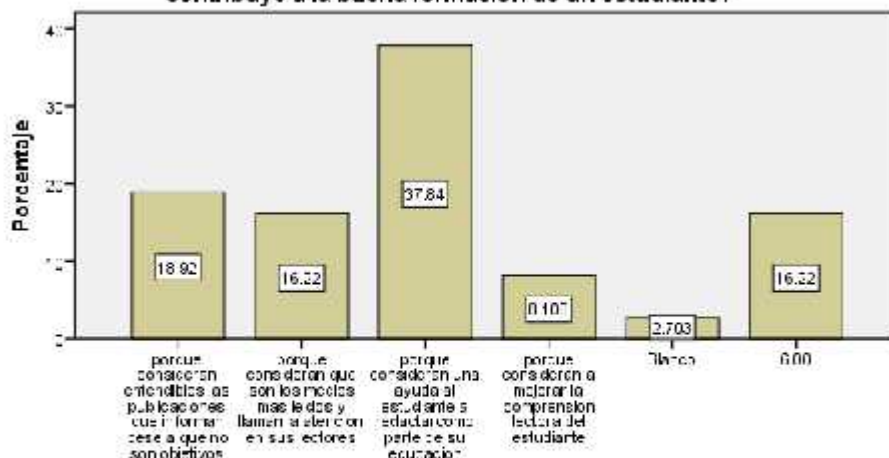
Interpretación: El porcentaje más alto de esta tabla está considerando que la redacción de un diario sensacionalista no ayuda positivamente a la formación de sus lectores, pero, conscientes de ello aunque en menor proporción existe un grupo que considera inofensivo este tipo de textos. A pesar de tener el más alto porcentaje aparentemente en contra la preferencia por estos diarios es obvia.

TABLA N° 25

24.- ¿Por qué consideras que la forma de redacción de un diario sensacionalista si contribuye a la buena formación de un estudiante?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran entendibles las publicaciones que informan pese a que no son objetivos | 7 | 5.5 | 18.9 | 18.9 |
| porque consideran que son los medios más leídos y llaman la atención en sus lectores | 6 | 4.7 | 16.2 | 35.1 |
| porque consideran una ayuda al estudiante a redactar como parte de su educación | 14 | 10.9 | 37.8 | 73.0 |
| porque consideran a mejorar la comprensión lectora del estudiante | 3 | 2.3 | 8.1 | 81.1 |
| Blanco | 1 | .8 | 2.7 | 83.8 |
| 6.00 | 6 | 4.7 | 16.2 | 100.0 |
| Total | 37 | 28.9 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 91 | 71.1 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que la forma de redacción de un diario sensacionalista si contribuye a la buena formación de un estudiante?



¿Por qué consideras que la forma de redacción de un diario sensacionalista si contribuye a la buena formación de un estudiante?

Análisis: Un 37.8% considera a los diarios sensacionalistas importantes en la formación de los estudiantes de Comunicación ya que les enseña a como redactar una noticia; así mismo un 8.1% consideran que estos diarios ayudan a mejorar la comprensión lectora del estudiante de Comunicación.

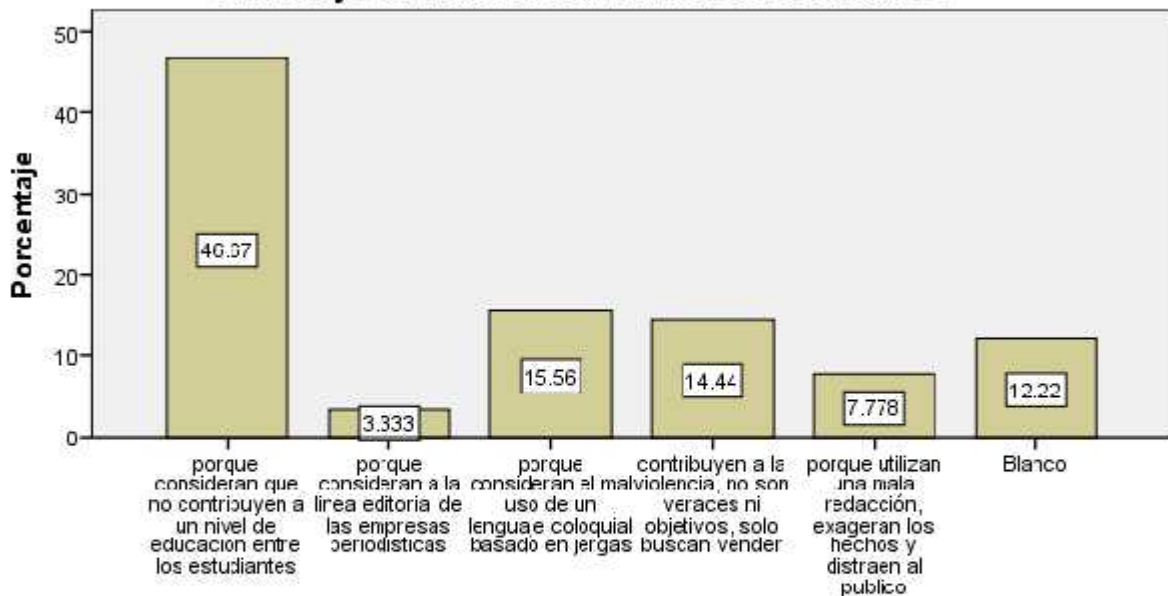
Interpretación: Los porcentajes de la presente tabla se considera que la redacción de un diario sensacionalista contribuye de manera positiva en la formación de los estudiantes de Comunicación. Los estudiantes de comunicación son conscientes que estos diarios escriben en jerga, pero sin embargo consideran que son importantes para mejorar una mejor comprensión lectora.

TABLA N° 26

25.- ¿Por qué consideras que la forma de redacción de un diario sensacionalista no contribuye a la buena formación de un estudiante?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran que no contribuyen a un nivel de educación entre los estudiantes | 42 | 32.8 | 46.7 | 46.7 |
| porque consideran a la línea editorial de las empresas periodísticas | 3 | 2.3 | 3.3 | 50.0 |
| porque consideran el mal uso de un lenguaje coloquial basado en jergas | 14 | 10.9 | 15.6 | 65.6 |
| contribuyen a la violencia, no son veraces ni objetivos, solo buscan vender | 13 | 10.2 | 14.4 | 80.0 |
| porque utilizan una mala redacción, exageran los hechos y distraen al público | 7 | 5.5 | 7.8 | 87.8 |
| Blanco | 11 | 8.6 | 12.2 | 100.0 |
| Total | 90 | 70.3 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 38 | 29.7 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que la forma de redacción de un diario sensacionalista no contribuye a la buena formación de un estudiante?



¿Por qué consideras que la forma de redacción de un diario sensacionalista no contribuye a la buena formación de un estudiante?

Análisis: El 46.7% considera que la forma de redacción que un diario sensacionalista emplea para transmitir su información no contribuye a un buen nivel de formación en los estudiantes de Comunicación, un 7.8% considera que estos diarios utilizan una mala redacción basada en una exageración de hechos, donde muchas veces distraen al público o lector.

Interpretación: Un grupo mayoritario considera que la redacción de los diarios sensacionalistas no contribuye en la formación de los estudiantes de comunicación, mientras el otro grupo considera que estos diarios exageran los hechos de la realidad y donde muchas veces distrae al lector.

TABLA N° 27

26.- La objetividad de la información que presenta un diario ¿Es importante?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 123 | 96.1 | 96.9 | 96.9 |
| Válidos No | 4 | 3.1 | 3.1 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |



Análisis: La tabla señala que el 100% de encuestados considera que la objetividad en la información que un diario ofrezca es sumamente importante para transmitir sus noticias.

Interpretación: En mayor número los estudiantes de comunicación consideran que un diario debe ser objetivo en la transmisión de su información.

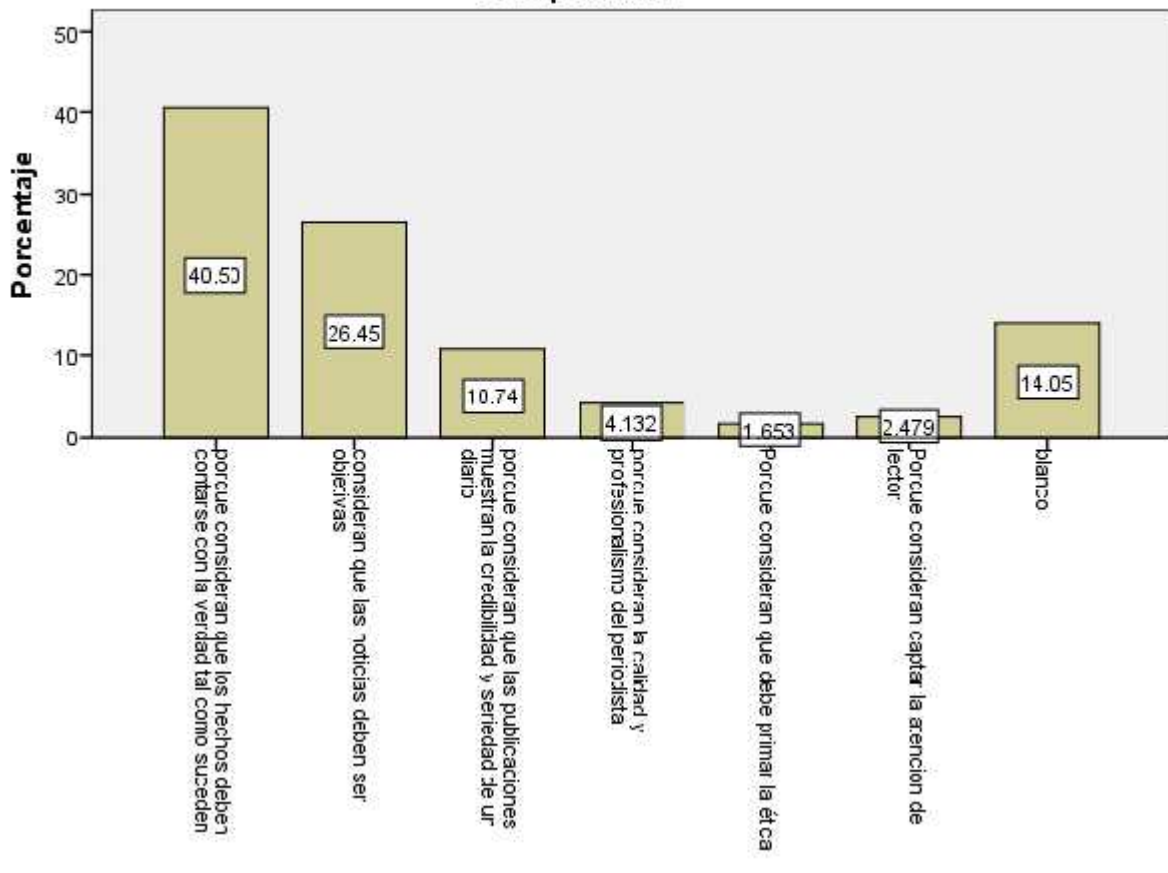
TABLA N° 28

Explicación de la objetividad de la información

27.- ¿Por qué consideras que la objetividad de la información que presenta un diario es importante?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran que los hechos deben contarse con la verdad tal como suceden | 49 | 38.3 | 40.5 | 40.5 |
| consideran que las noticias deben ser objetivas | 32 | 25.0 | 26.4 | 66.9 |
| porque consideran que las publicaciones muestran la credibilidad y seriedad de un diario | 13 | 10.2 | 10.7 | 77.7 |
| porque consideran la calidad y profesionalismo del periodista | 5 | 3.9 | 4.1 | 81.8 |
| Porque consideran que debe primar la ética | 2 | 1.6 | 1.7 | 83.5 |
| Porque consideran captar la atención del lector | 3 | 2.3 | 2.5 | 86.0 |
| blanco | 17 | 13.3 | 14.0 | 100.0 |
| Total | 121 | 94.5 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 7 | 5.5 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que la objetividad de la información que presenta un diario es importante?



Análisis: EL 40.5% de los encuestados consideran que los hechos deben ser contados con la verdad tal y como suceden; mientras que el 1.7% resalta que debe primar la ética en las publicaciones de los diarios

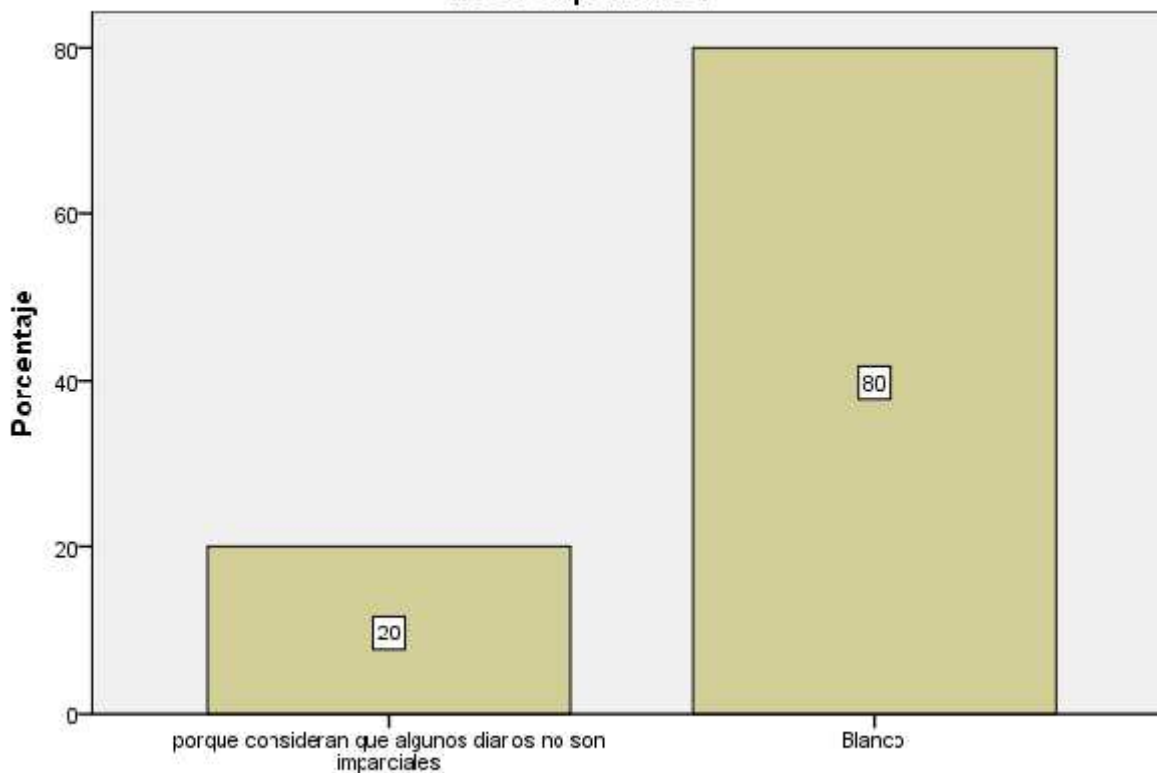
Interpretación: Los estudiantes de comunicación en su mayoría consideran que un diario debe ser objetivo en la información, pues debe primar la verdad y ética de los periodistas en sus publicaciones.

TABLA N° 29

28.- ¿Por qué consideras que la objetividad de la información que presenta un diario no es importante?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran que algunos diarios no son imparciales | 1 | .8 | 20.0 | 20.0 |
| Blanco | 4 | 3.1 | 80.0 | 100.0 |
| Total | 5 | 3.9 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 123 | 96.1 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que la objetividad de la información que presenta un diario no es importante?



¿Por qué consideras que la objetividad de la información que presenta un diario no es importante?

Análisis: La tabla señala que el 20% de encuestados considera que algunos diarios no son imparciales en sus publicaciones, mientras que el 80% de encuestados no respondió a la pregunta.

Interpretación: El grupo minoritario considero que algunos diarios no son imparciales, ya que se inclina a favor o en contra de una persona o cosa al obrar o juzgar un asunto.

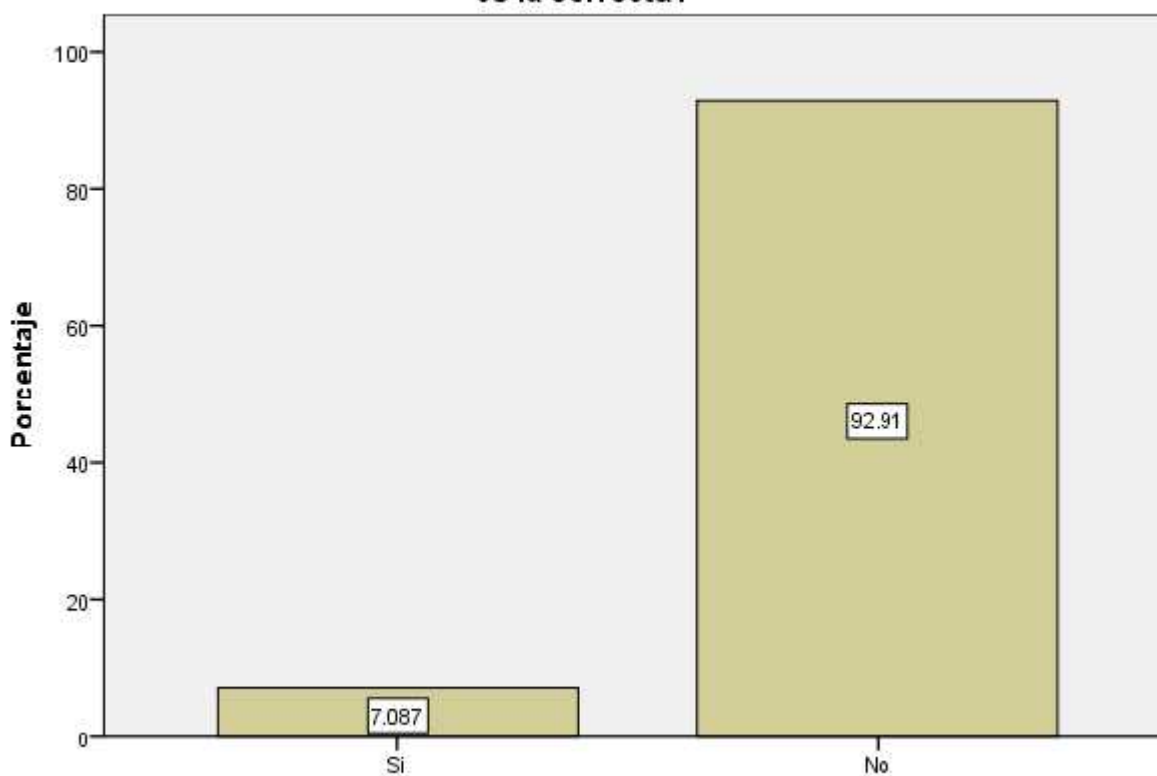
TABLA N° 30

Enfoque de un diario sensacionalista

29.- ¿Crees que el enfoque habitual de un diario sensacionalista da en publicaciones es la correcta?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 9 | 7.0 | 7.1 | 7.1 |
| Válidos No | 118 | 92.2 | 92.9 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Crees que el enfoque habitual de un diario sensacionalista da en publicaciones es la correcta?



¿Crees que el enfoque habitual de un diario sensacionalista da en publicaciones es la correcta?

Análisis: La tabla manifiesta que un 92.9% de encuestados considera que los diarios sensacionalistas no dan a sus publicaciones el enfoque correcto que deberían darle, mientras un 7.1% opina que el enfoque habitual que un diario sensacionalista le da a sus publicaciones es adecuada y correcta.

Interpretación: La mayoría de estudiantes de comunicación opinan que los diarios sensacionalistas dan en sus publicaciones un enfoque no adecuado, indicando que al leer estos textos no se están informando de forma objetiva y educativa.

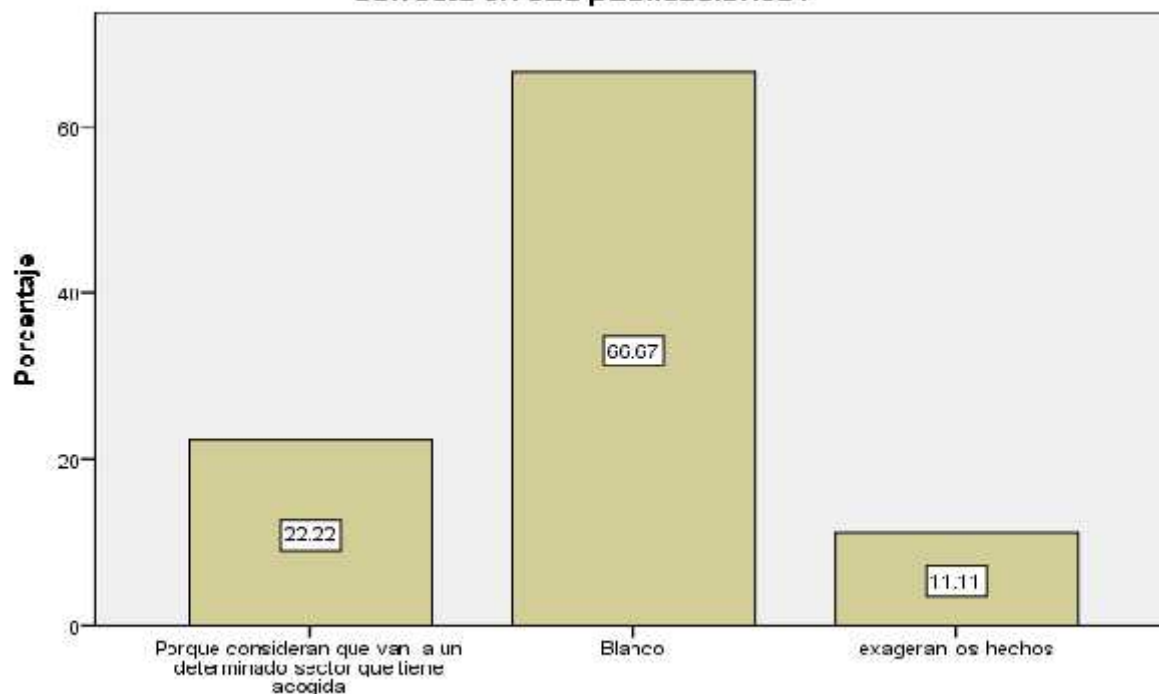
TABLA N° 31

Explicación del enfoque habitual de los diarios sensacionalistas

30.- ¿Por qué consideras que el enfoque habitual de un diario sensacionalista si es correcta en sus publicaciones?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Porque consideran que van a un determinado sector que tiene acogida | 2 | 1.6 | 22.2 |
| | Blanco | 6 | 4.7 | 66.7 |
| | exageran los hechos | 1 | .8 | 100.0 |
| | Total | 9 | 7.0 | 100.0 |
| Perdidos | Sistema | 119 | 93.0 | |
| Total | | 128 | 100.0 | |

¿Por qué consideras que el enfoque habitual de un diario sensacionalista si es correcta en sus publicaciones?



¿Por qué consideras que el enfoque habitual de un diario sensacionalista si es correcta en sus publicaciones?

Análisis: La tabla manifiesta que un 22.2% de encuestados considera que estos diarios van a un sector donde tiene mayor acogida, mientras que el 1.2% consideran que estos diarios enfocan una exageración de hechos, el 66.7% respondió en blanco.

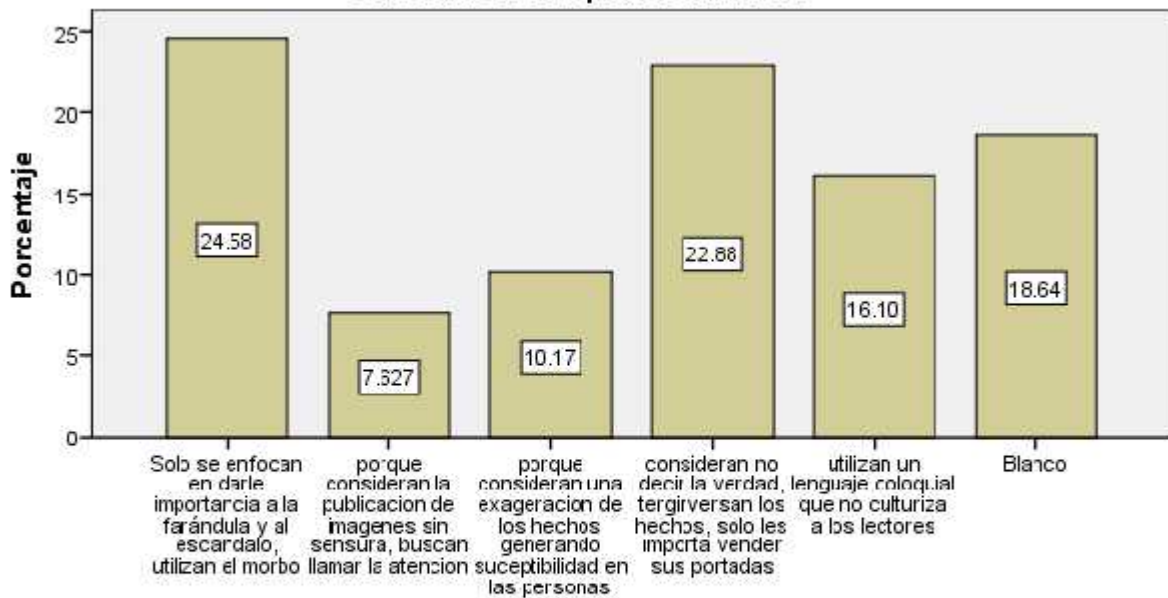
Interpretación: La mayoría de estudiantes de comunicación respondió en blanco; sin embargo los otros grupos consideran correcta el enfoque habitual que estos diarios muestran en sus publicaciones.

TABLA N° 32

31.- ¿Por qué consideras que el enfoque habitual de un diario sensacionalista no es correcta en sus publicaciones?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| | 29 | 22.7 | 24.6 | 24.6 |
| | 9 | 7.0 | 7.6 | 32.2 |
| | 12 | 9.4 | 10.2 | 42.4 |
| | 27 | 21.1 | 22.9 | 65.3 |
| | 19 | 14.8 | 16.1 | 81.4 |
| | 22 | 17.2 | 18.6 | 100.0 |
| | 118 | 92.2 | 100.0 | |
| Perdidos | 10 | 7.8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que el enfoque habitual de un diario sensacionalista no es correcta en sus publicaciones?



¿Por qué consideras que el enfoque habitual de un diario sensacionalista no es correcta en sus publicaciones?

Análisis: La tabla manifiesta que un 24.6% de encuestados considera que estos diarios solo le dan importancia a la farándula y al escándalo utilizando muchas veces el morbo en su máxima expresión. El 7.6% considera que estos diarios solo se preocupan en mostrar imágenes sin censura para llamar la atención a sus lectores

Interpretación: La mayoría de estudiantes de comunicación considera que el enfoque habitual que estos diarios publican no es la correcta por su alto contenido de farándula, escándalos, mostrando imágenes sin censuras

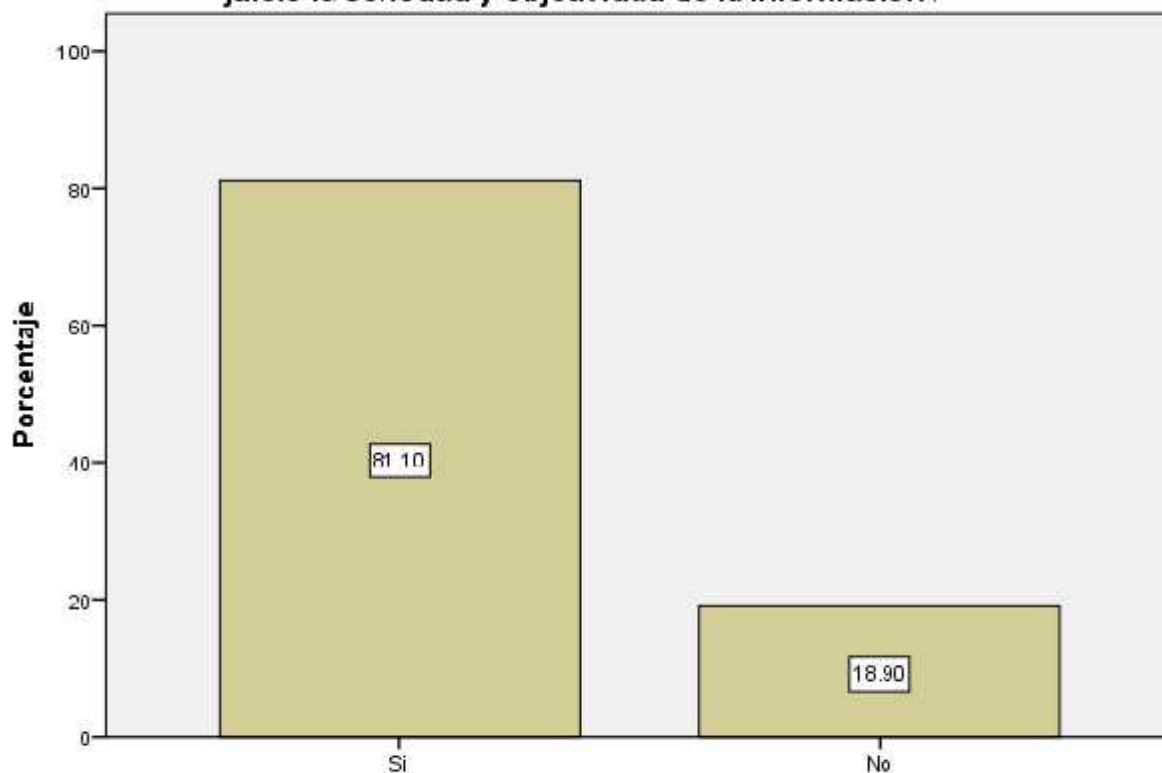
TABLA N° 33

Seriedad y objetividad de información

32.- ¿Crees que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad de la información?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Si | 103 | 80.5 | 81.1 | 81.1 |
| Válidos No | 24 | 18.8 | 18.9 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Crees que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad de la información?



¿Crees que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad de la información?

Análisis: Un 81.1% manifiesta que los diarios sensacionalistas ponen en tela de juicio la seriedad de su información al escribir sus textos con jerga, por otro lado, un 18.9% piensa que no afecta en nada el que los diarios sensacionalistas utilicen jerga para escribir su información.

Interpretación: Definitivamente los estudiantes de ciencias de la comunicación reconocen que los diarios sensacionalistas pierden seriedad al presentar escritos con jerga no dejan de preferir la lectura de este tipo de información cuya preferencia es indiscutible en la sociedad principalmente por grupos jóvenes.

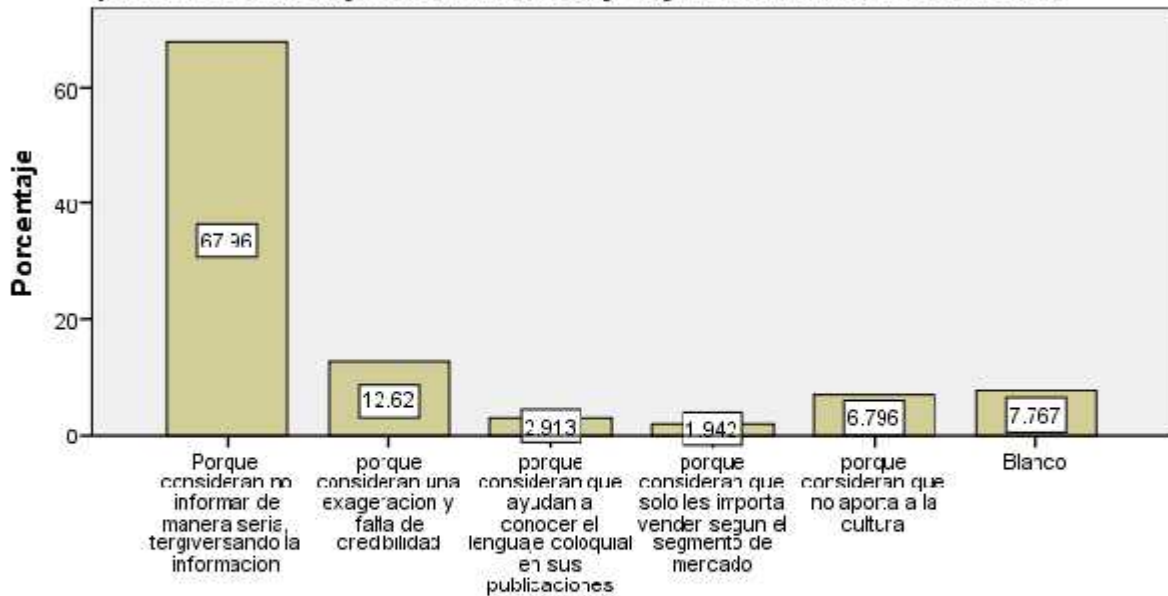
TABLA N° 34

Explicación los diarios que escriben en jerga ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad de la información

33.- ¿Por qué consideras que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos si ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad de la información?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| Porque consideran no informar de manera seria, tergiversando la información | 70 | 54.7 | 68.0 | 68.0 |
| porque consideran una exageración y falta de credibilidad | 13 | 10.2 | 12.6 | 80.6 |
| porque consideran que ayudan a conocer el lenguaje coloquial en sus publicaciones | 3 | 2.3 | 2.9 | 83.5 |
| porque consideran que solo les importa vender según el segmento de mercado | 2 | 1.6 | 1.9 | 85.4 |
| porque consideran que no aporta a la cultura | 7 | 5.5 | 6.8 | 92.2 |
| Blanco | 8 | 6.3 | 7.8 | 100.0 |
| Total | 103 | 80.5 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 25 | 19.5 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos si ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad de la información?



¿Por qué consideras que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos si ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad de la información?

Análisis: Un 68% manifiesta que los diarios sensacionalistas no informan de manera seria. El 2.9% consideran que estos diarios ayudan a conocer el lenguaje coloquial en sus publicaciones.

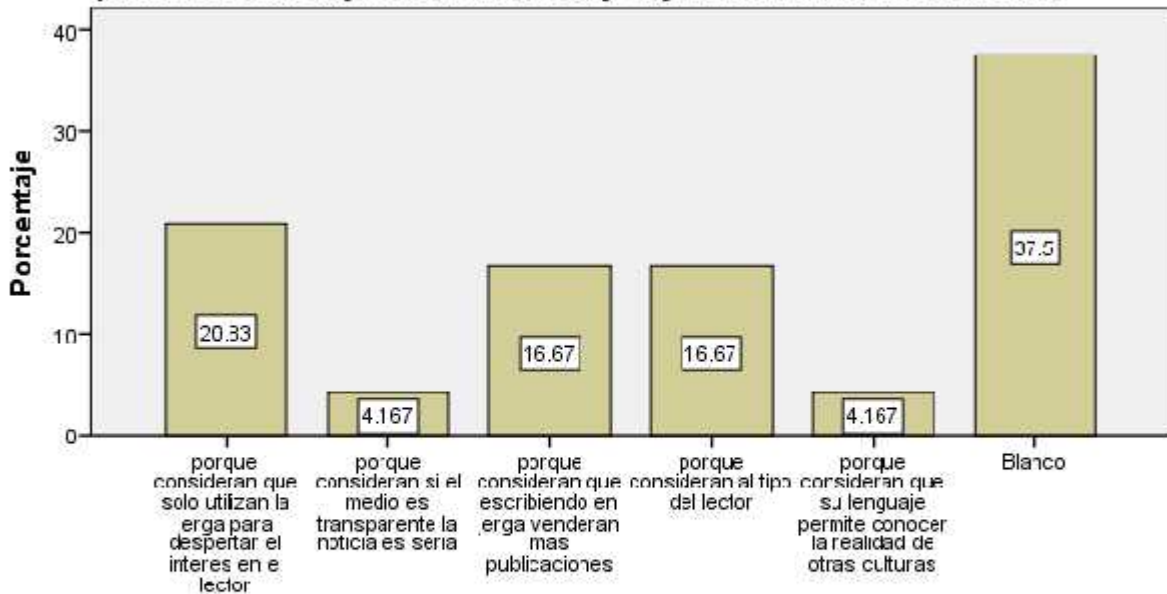
Interpretación: Los estudiantes de ciencias de la comunicación reconocen que los diarios sensacionalistas ponen en tela de juicio su seriedad al presentar escritos con jerga, lenguaje coloquial.

TABLA N° 35

34.- ¿Por qué consideras que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos no ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad de la información?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran que solo utilizan la jerga para despertar el interés en el lector | 5 | 3.9 | 20.8 | 20.8 |
| porque consideran si el medio es transparente la noticia es seria | 1 | .8 | 4.2 | 25.0 |
| porque consideran que escribiendo en jerga venderán mas publicaciones | 4 | 3.1 | 16.7 | 41.7 |
| porque consideran al tipo del lector | 4 | 3.1 | 16.7 | 58.3 |
| porque consideran que su lenguaje permite conocer la realidad de otras culturas | 1 | .8 | 4.2 | 62.5 |
| Blanco | 9 | 7.0 | 37.5 | 100.0 |
| Total | 24 | 18.8 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 104 | 81.3 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos no ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad de la información?



¿Por qué consideras que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos no ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad de la información?

Análisis: Un 37.6% respondió en blanco, un 20.8% considera que estos diarios utilizan la jerga para despertar el interés del lector, mientras que un 20.8% considera si el medio es transparente la noticia es seria; así mismo el otro grupo con esa misma cantidad considera que al leer estos diarios podemos conocer el lenguaje de otras culturas.

Interpretación: Los estudiantes de ciencias de la comunicación consideran que los diarios sensacionalistas no pierden seriedad al presentar sus escritos con jerga, pues muchas veces buscan despertar el interés del lector.

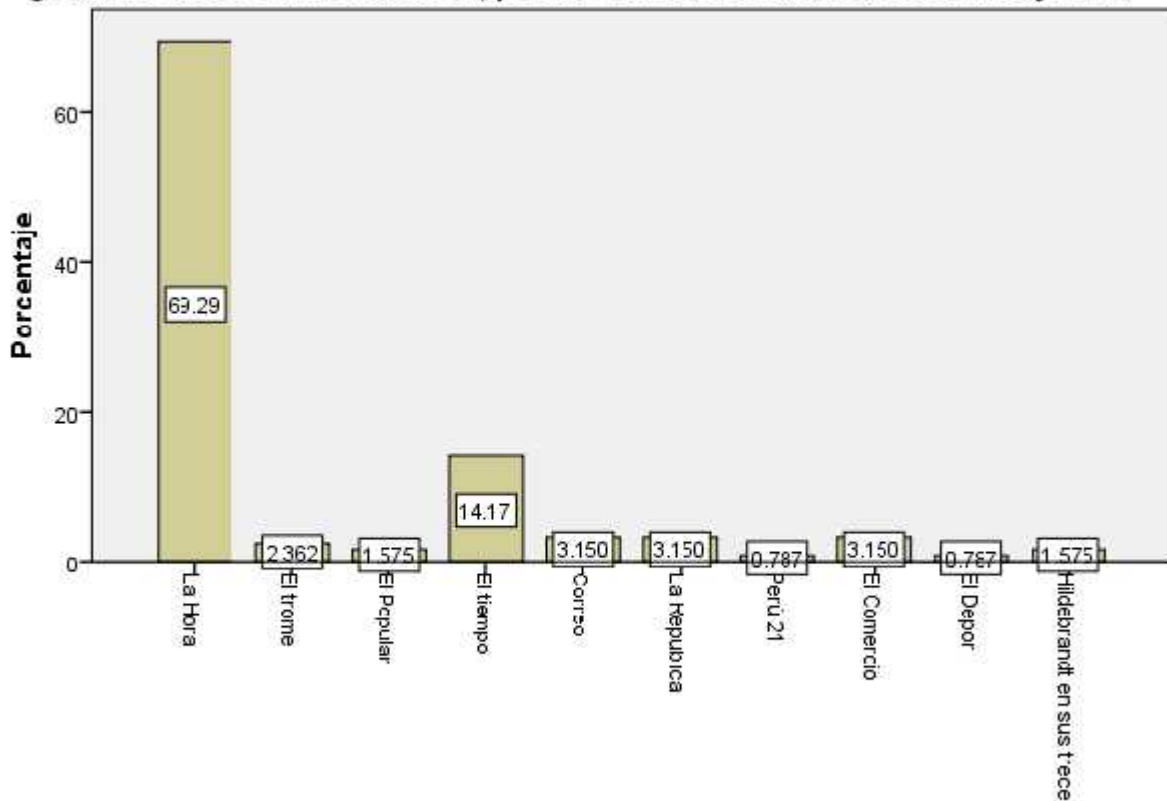
TABLA N° 36

Línea editorial objetiva

35.- ¿Cuál de estos diarios crees tú, puede contener una línea editorial objetiva?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| La Hora | 88 | 68.8 | 69.3 | 69.3 |
| El Trome | 3 | 2.3 | 2.4 | 71.7 |
| El Popular | 2 | 1.6 | 1.6 | 73.2 |
| El tiempo | 18 | 14.1 | 14.2 | 87.4 |
| Correo | 4 | 3.1 | 3.1 | 90.6 |
| Válidos La República | 4 | 3.1 | 3.1 | 93.7 |
| Perú 21 | 1 | .8 | .8 | 94.5 |
| El Comercio | 4 | 3.1 | 3.1 | 97.6 |
| El Depor | 1 | .8 | .8 | 98.4 |
| Hildebrandt en sus trece | 2 | 1.6 | 1.6 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Cuál de estos diarios crees tú, puede contener una línea editorial objetiva?



¿Cuál de estos diarios crees tú, puede contener una línea editorial objetiva?

Análisis: El 69.3% de encuestados cree que el diario La Hora cuenta con una orientación más objetiva que el diario El Tiempo que cuenta con una aceptación del 14.2%, mientras que el diario Perú 21 y el diario El Popular comparten la misma posición de 1.6%.

Interpretación: Los encuestados manifiestan que el diario La Hora presenta una línea editorial objetiva pues consideran que sus publicaciones son bien tratadas sin llegar a la exageración de los acontecimientos. A diferencia los diarios El Popular y Perú 21 pues manifiestan que sus publicaciones no son tan objetivas.

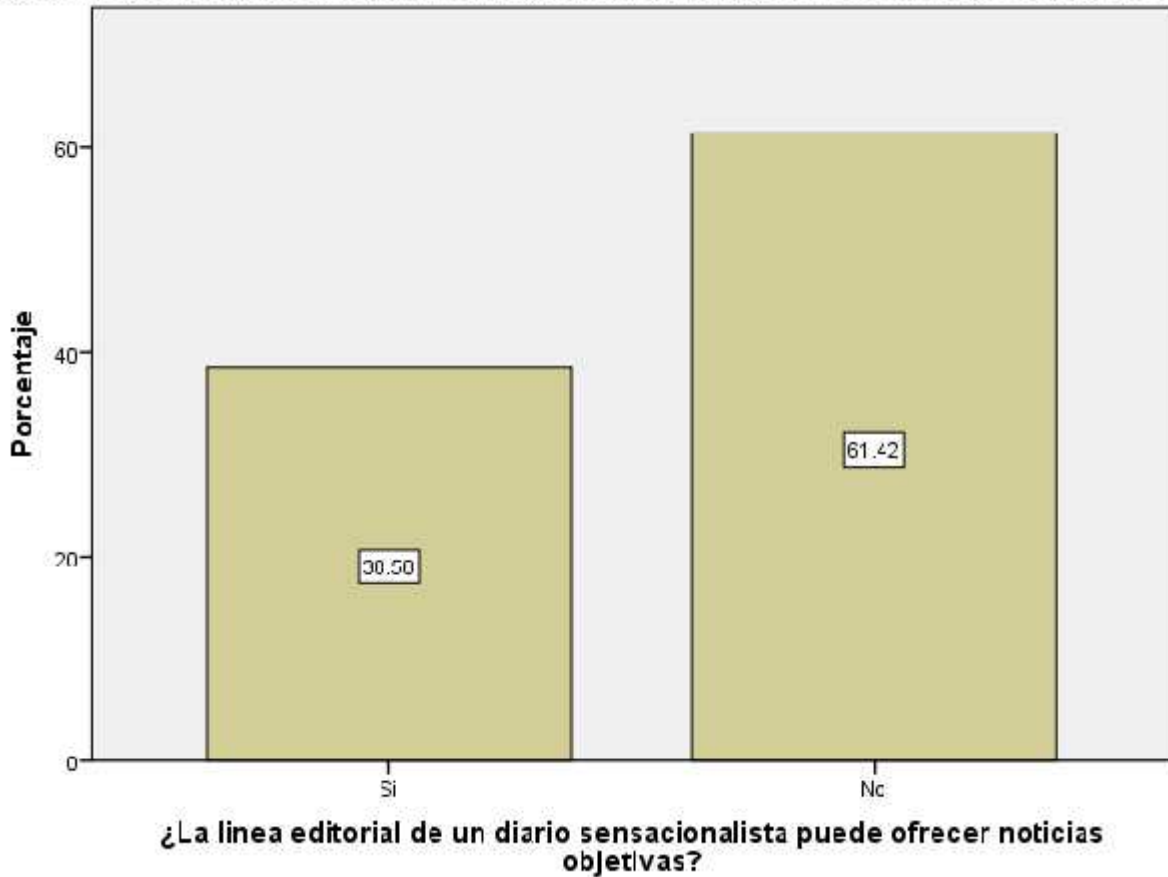
TABLA N° 37

Línea editorial objetiva

36.- ¿La línea editorial de un diario sensacionalista puede ofrecer noticias objetivas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 49 | 38.3 | 38.6 | 38.6 |
| Válidos No | 78 | 60.9 | 61.4 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿La línea editorial de un diario sensacionalista puede ofrecer noticias objetivas?



Análisis: Un 38.6% de encuestados manifiesta que los diarios que lee siempre ofrecen información objetiva en sus publicaciones pero el 61.4% opina que las informaciones que allí se presentan casi nunca son objetivas.

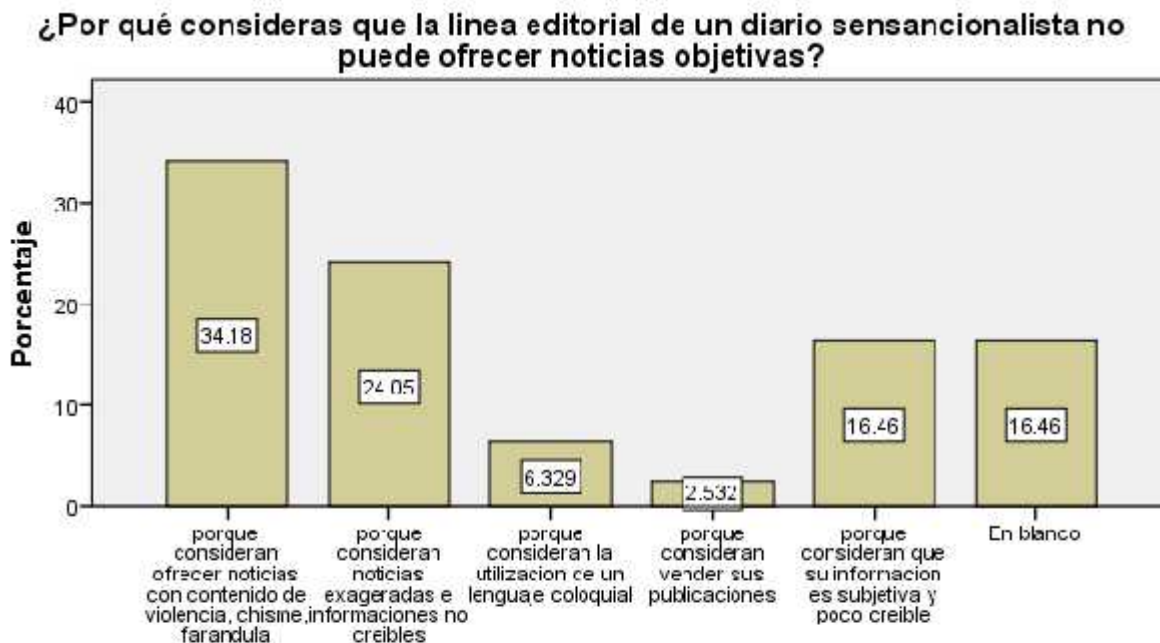
Interpretación: Un grupo mayoritario opina que las noticias del diario que leen no son objetivas.

TABLA N° 38

Explicación de la línea editorial objetiva

37.- ¿Por qué consideras que la línea editorial de un diario sensacionalista no puede ofrecer noticias objetivas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran ofrecer noticias con contenido de violencia, chisme, farándula | 27 | 21.1 | 34.2 | 34.2 |
| porque consideran noticias exageradas e informaciones no creíbles | 19 | 14.8 | 24.1 | 58.2 |
| porque consideran la utilización de un lenguaje coloquial | 5 | 3.9 | 6.3 | 64.6 |
| porque consideran vender sus publicaciones | 2 | 1.6 | 2.5 | 67.1 |
| porque consideran que su información es subjetiva y poco creíble | 13 | 10.2 | 16.5 | 83.5 |
| En blanco | 13 | 10.2 | 16.5 | 100.0 |
| Total | 79 | 61.7 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 49 | 38.3 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |



¿Por qué consideras que la línea editorial de un diario sensacionalista no puede ofrecer noticias objetivas?

Análisis: Un 34.2% de encuestados manifiesta que los diarios que leen ofrecen noticias con contenido de violencia, chismes y farándula, mientras que un 2.5% consideran que los diarios sensacionalista solo les interesa vender sus publicaciones.

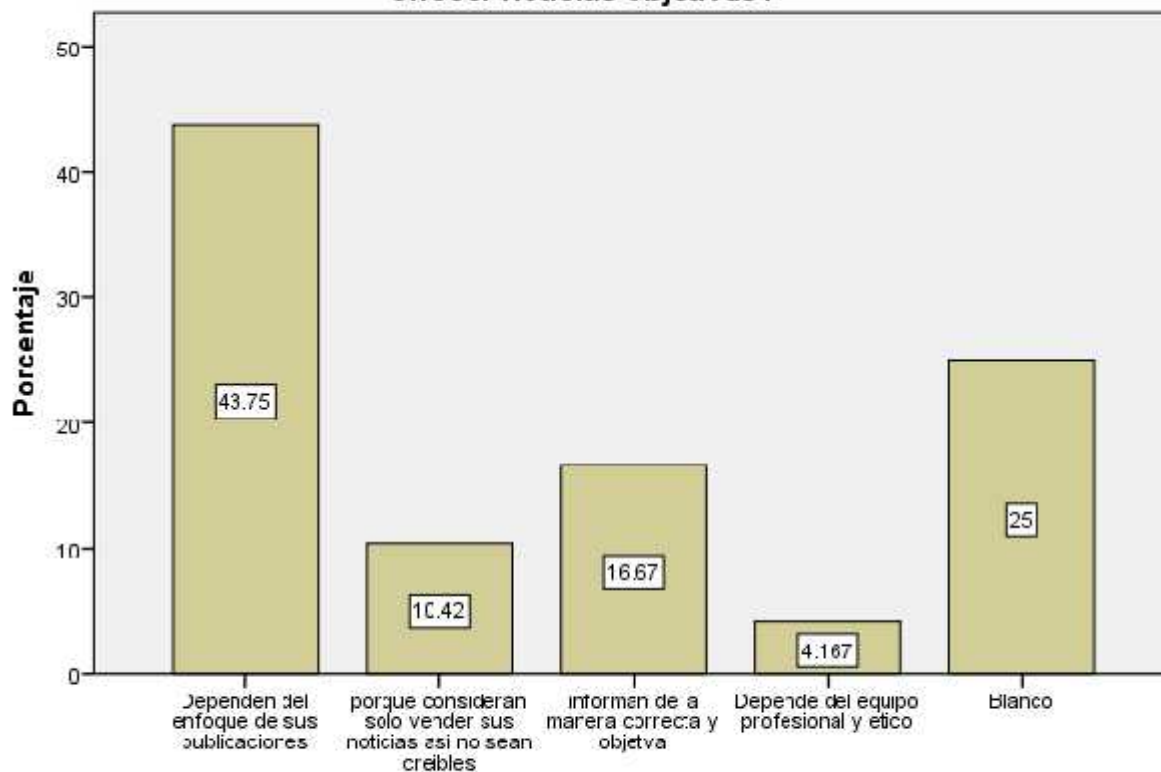
Interpretación: Un grupo mayoritario opina que las noticias del diario que leen no ofrecen noticias objetivas

TABLA N° 39

38.- ¿Por qué consideras que la línea editorial de un diario sensacionalista si puede ofrecer noticias objetivas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Dependen del enfoque de sus publicaciones | 21 | 16.4 | 43.8 |
| | porque consideran solo vender sus noticias así no sean creíbles | 5 | 3.9 | 10.4 |
| | informan de la manera correcta y objetiva | 8 | 6.3 | 16.7 |
| | Depende del equipo profesional y ético | 2 | 1.6 | 4.2 |
| | Blanco | 12 | 9.4 | 25.0 |
| Total | 48 | 37.5 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 80 | 62.5 | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué consideras que la línea editorial de un diario sensacionalista si puede ofrecer noticias objetivas?



¿Por qué consideras que la línea editorial de un diario sensacionalista si puede ofrecer noticias objetivas?

Análisis: Un 43.8% de encuestados manifiesta que los diarios pueden ser objetivos dependiendo del enfoque que den en sus publicaciones; mientras que 4.2% considera que la objetividad depende del equipo de profesionales.

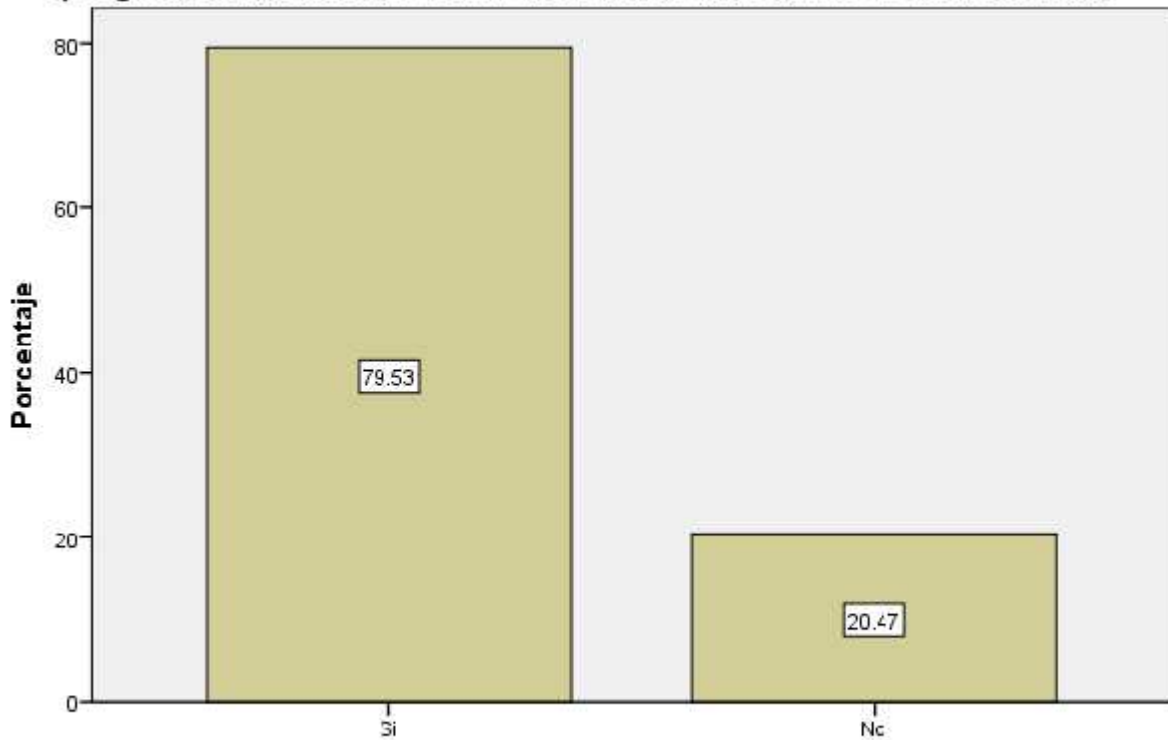
Interpretación: Un grupo mayoritario opina que las noticias del diario que leen ofrecen noticias objetivas.

TABLA N° 40**Línea editorial de un diario**

39.- ¿Crees que la línea editorial de un diario está compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Si | 101 | 78.9 | 79.5 | 79.5 |
| Válidos No | 26 | 20.3 | 20.5 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Crees que la línea editorial de un diario esta compuesto por valores y criterios que guian una redaccion donde hace frente a los temas de la actualidad?



¿Crees que la línea editorial de un diario esta compuesto por valores y criterios que guian una redaccion donde hace frente a los temas de la actualidad?

Análisis: Un 79.5% de estudiantes de ciencias de la comunicación manifiestan que la línea editorial de un diario está compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad; sin embargo un 20.5% está en desacuerdo.

Interpretación: Un grupo mayoritario opina que la línea editorial de un diario debe estar compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad, pero aun así un grupo pequeño piensan que estos valores no son importantes para una buena redacción.

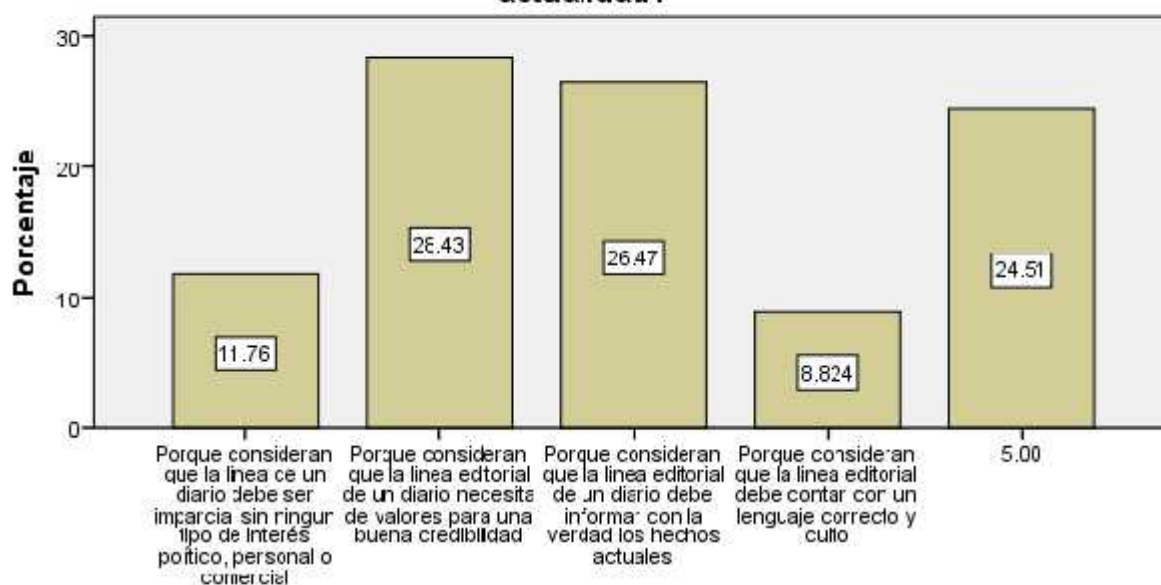
TABLA N° 41

Explicación de la línea editorial de un diario

40.- ¿Por qué crees que la línea editorial de un diario si está compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran que la línea de un diario debe ser imparcial sin ningún tipo de interés político, personal o comercial | 12 | 9.4 | 11.8 | 11.8 |
| porque consideran que la línea editorial de un diario necesita de valores para una buena credibilidad | 29 | 22.7 | 28.4 | 40.2 |
| porque consideran que la línea editorial de un diario debe informar con la verdad los hechos actuales | 27 | 21.1 | 26.5 | 66.7 |
| porque consideran que la línea editorial debe contar con un lenguaje correcto y culto | 9 | 7.0 | 8.8 | 75.5 |
| 5.00 | 25 | 19.5 | 24.5 | 100.0 |
| Total | 102 | 79.7 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 26 | 20.3 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué crees que la línea editorial de un diario si esta compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad?



¿Por qué crees que la línea editorial de un diario si esta compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad?

Análisis: Un 28.4% de estudiantes de ciencias de la comunicación manifiestan que la línea editorial de un diario necesita de valores para contener una buena credibilidad, mientras que un 8.8% considera que la línea editorial debe contar con un lenguaje correcto y culto.

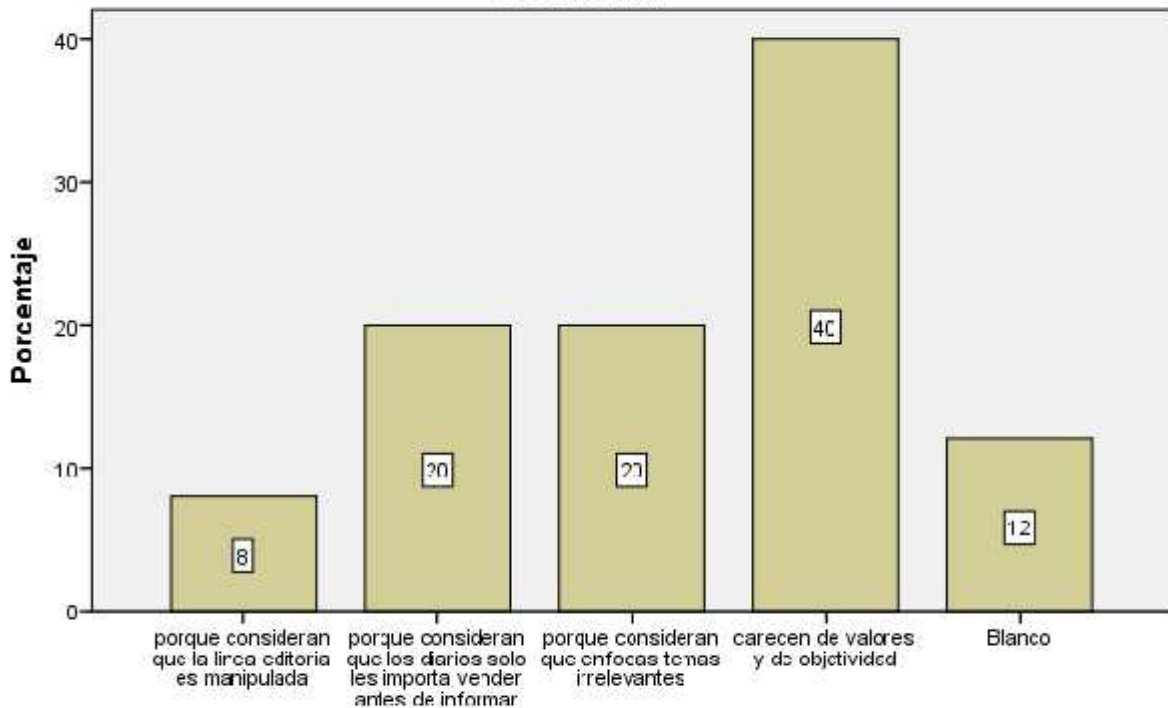
Interpretación: Los encuestados aceptan que la línea editorial de un diario contar con valores y criterios para brindar credibilidad en sus publicaciones, mientras el grupo minoritario considera que la línea editorial debe contar con un lenguaje correcto que pueda ser aporte a la cultura.

TABLA N° 42

41.- ¿Por qué crees que la línea editorial de un diario no está compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Válidos | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Perdidos | | | | |
| | | | | |
| Total | | | | |

¿Por qué crees que la línea editorial de un diario no esta compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad?



¿Por qué crees que la línea editorial de un diario no esta compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad?

Análisis: Un 40% de estudiantes de ciencias de la comunicación manifiestan que la línea editorial de un diario carece de valores y objetividad, mientras que un 8% considera que la línea editorial es manipulada

Interpretación: Un grupo mayoritario opina que la línea editorial de un diario carece de valores y objetividad en sus publicaciones donde muchas veces por cualquier interés puede ser manipulada. En conclusión consideran que la línea editorial de un diario no está compuesta por valores que guíen una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad.

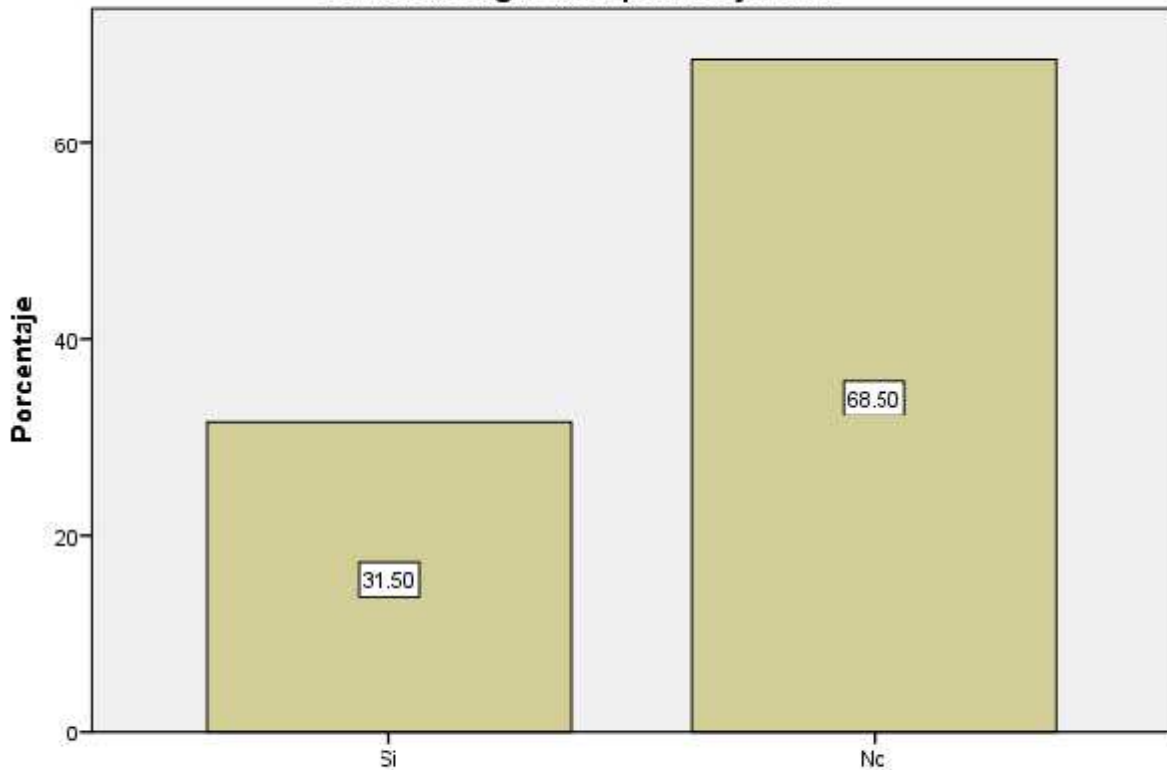
TABLA N° 43

Titulares escritos en jerga

42.- ¿Cómo lector crees que los titulares de un diario escrito con jera son la mejor forma de llegar a un público joven?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si | 40 | 31.3 | 31.5 | 31.5 |
| | No | 87 | 68.0 | 68.5 | 100.0 |
| Total | | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | | 128 | 100.0 | | |

¿Cómo lector crees que los titulares de un diario escrito con jera son la mejor forma de llegar a un público joven?



¿Cómo lector crees que los titulares de un diario escrito con jera son la mejor forma de llegar a un público joven?

Análisis: El 68.5% de estudiantes de comunicación consideran que el uso de jerga en los diarios es la mejor forma de llegar a un público joven, mientras que el 31.5% considera que para llegar a un público joven la mejor forma no es la jerga.

Interpretación: Los estudiantes encuestados en su mayoría opinan no estar de acuerdo con la jerga que los diarios sensacionalistas utilizan en su información, de esta manera no consideran la mejor forma de llegar a un público joven.

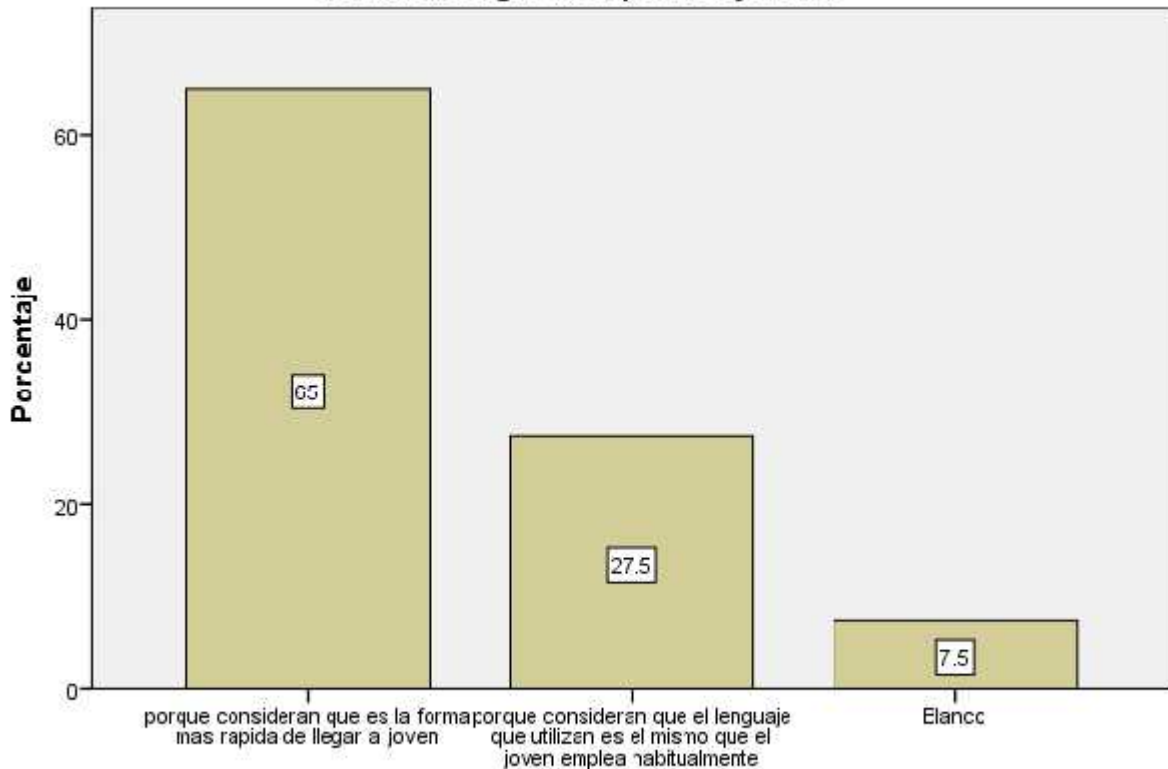
TABLA N° 44

Explicación de los titulares escritos en jerga

43.- ¿Por qué crees que los titulares de un diario escrito con jerga si son la mejor forma de llegar a un público joven?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Válidos | | | | |
| | 26 | 20.3 | 65.0 | 65.0 |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | 11 | 8.6 | 27.5 | 92.5 |
| | | | | |
| | 3 | 2.3 | 7.5 | 100.0 |
| | 40 | 31.3 | 100.0 | |
| Perdidos | 88 | 68.8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué crees que los titulares de un diario escrito con jerga si son la mejor forma de llegar a un público joven?



¿Por qué crees que los titulares de un diario escrito con jerga si son la mejor forma de llegar a un público joven?

Análisis: El 65% de estudiantes de comunicación consideran que el uso de jerga en los diarios es la mejor forma de llegar a un público joven, mientras que el 27.5% considera que el lenguaje que utilizan los diarios sensacionalistas es el mismo que los jóvenes emplean habitualmente.

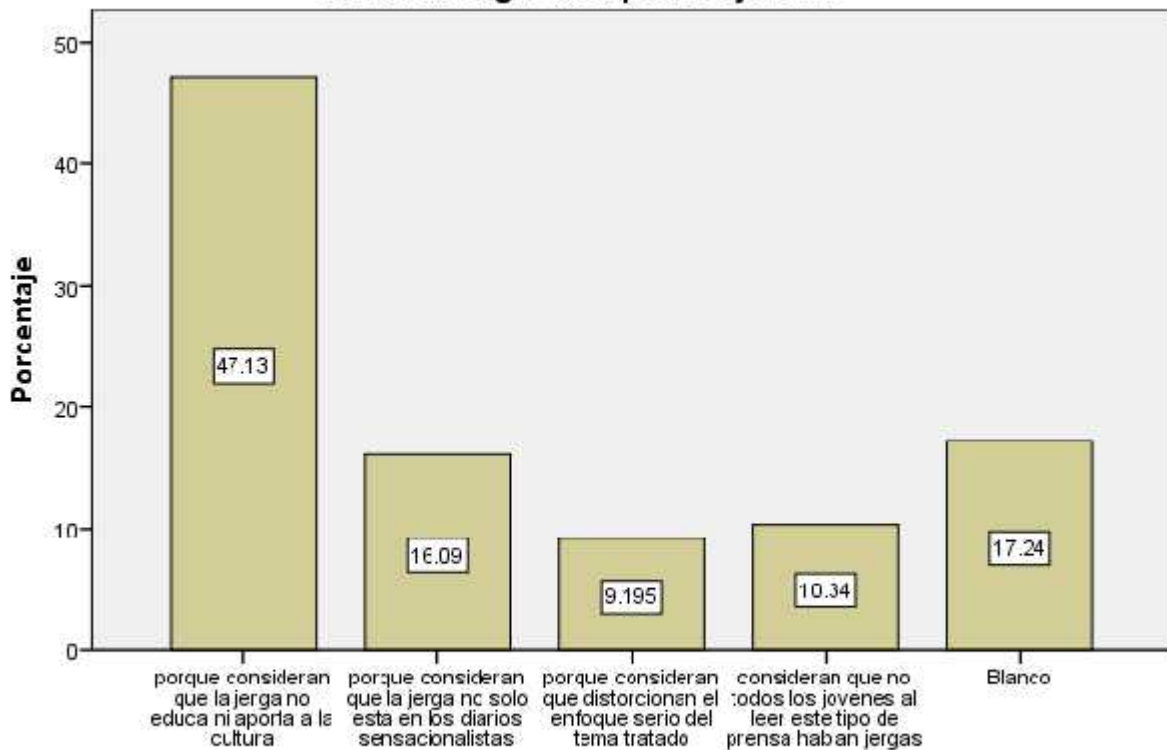
Interpretación: Los estudiantes encuestados en su mayoría opinan que la jerga es la forma más rápida de llegar al joven pues consideran un lenguaje habitual para este público.

TABLA N° 45

44.- ¿Por qué crees que los titulares de un diario escrito con jerga no son la mejor forma de llegar a un público joven?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran que la jerga no educa ni aporta a la cultura | 41 | 32.0 | 47.1 | 47.1 |
| porque consideran que la jerga no solo está en los diarios sensacionalistas | 14 | 10.9 | 16.1 | 63.2 |
| porque consideran que distorsionan el enfoque serio del tema tratado | 8 | 6.3 | 9.2 | 72.4 |
| consideran que no todos los jóvenes al leer este tipo de prensa hablan jergas | 9 | 7.0 | 10.3 | 82.8 |
| Blanco | 15 | 11.7 | 17.2 | 100.0 |
| Total | 87 | 68.0 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 41 | 32.0 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué crees que los titulares de un diario escrito con jerga no son la mejor forma de llegar a un público joven?



¿Por qué crees que los titulares de un diario escrito con jerga no son la mejor forma de llegar a un público joven?

Análisis: El 47.1% de estudiantes de comunicación consideran que el uso de jerga que publican los diarios sensacionalistas no educa ni aporta a la cultura, mientras que el 9.2% considera que estos diarios distorsionan el enfoque serio del tema tratado.

Interpretación: Los estudiantes encuestados en su mayoría opinan que la jerga no es la forma rápida de llegar al joven pues opinan que la jerga no educa ni aporta a la cultura, así mismo afirman que muchas veces estos diarios distorsionan la noticia.

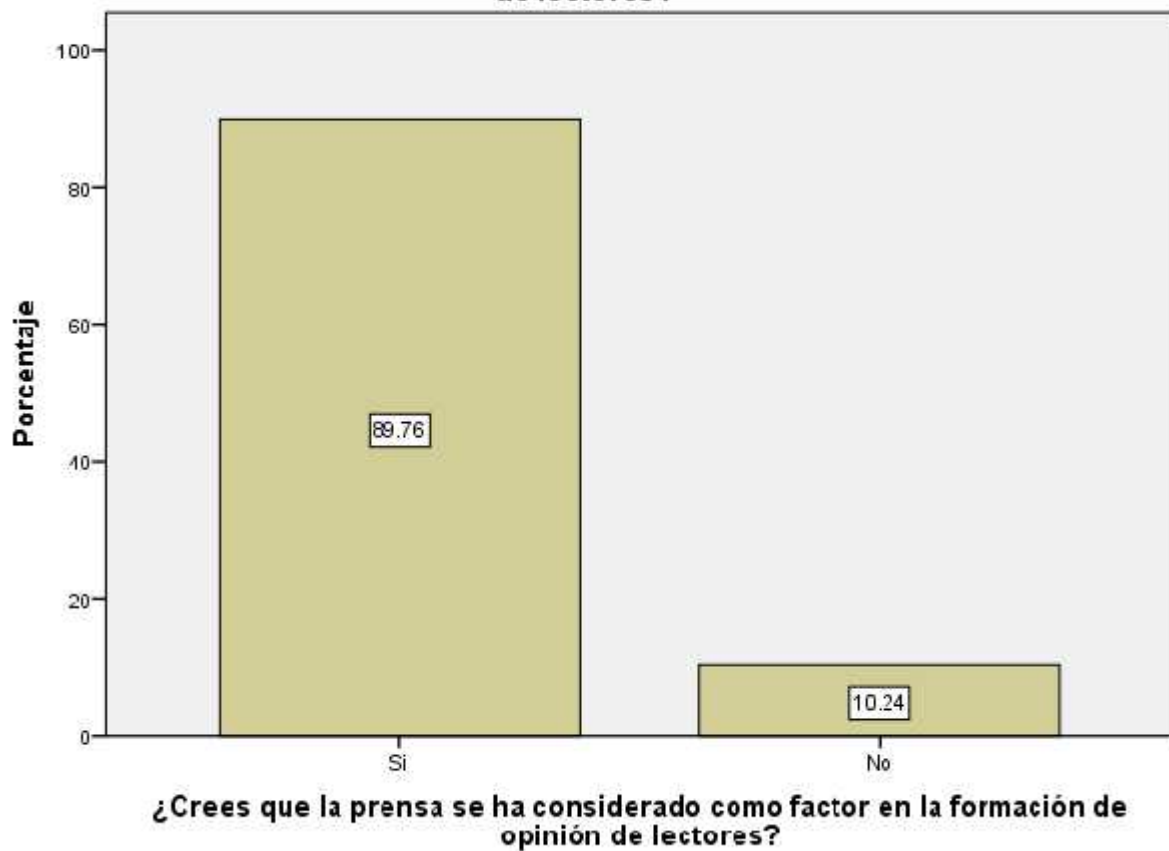
TABLA N° 46

La prensa como formación de opinión

45.- ¿Crees que la prensa se ha considerado como factor en la formación de opinión de lectores?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Si | 114 | 89.1 | 89.8 | 89.8 |
| Válidos No | 13 | 10.2 | 10.2 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Crees que la prensa se ha considerado como factor en la formación de opinión de lectores?



Análisis: El 100.0% de encuestados considera que la prensa es considerado como factor en la formación de opinión de lectores

Interpretación: La prensa es considerada como factor en la formación de opiniones, esto es lo que manifiestan los estudiantes de ciencias de la comunicación a través de sus respuestas plasmadas en sus encuestas que se les aplicó, esto indica que la prensa conduce a la formación de diálogos entre sus lectores.

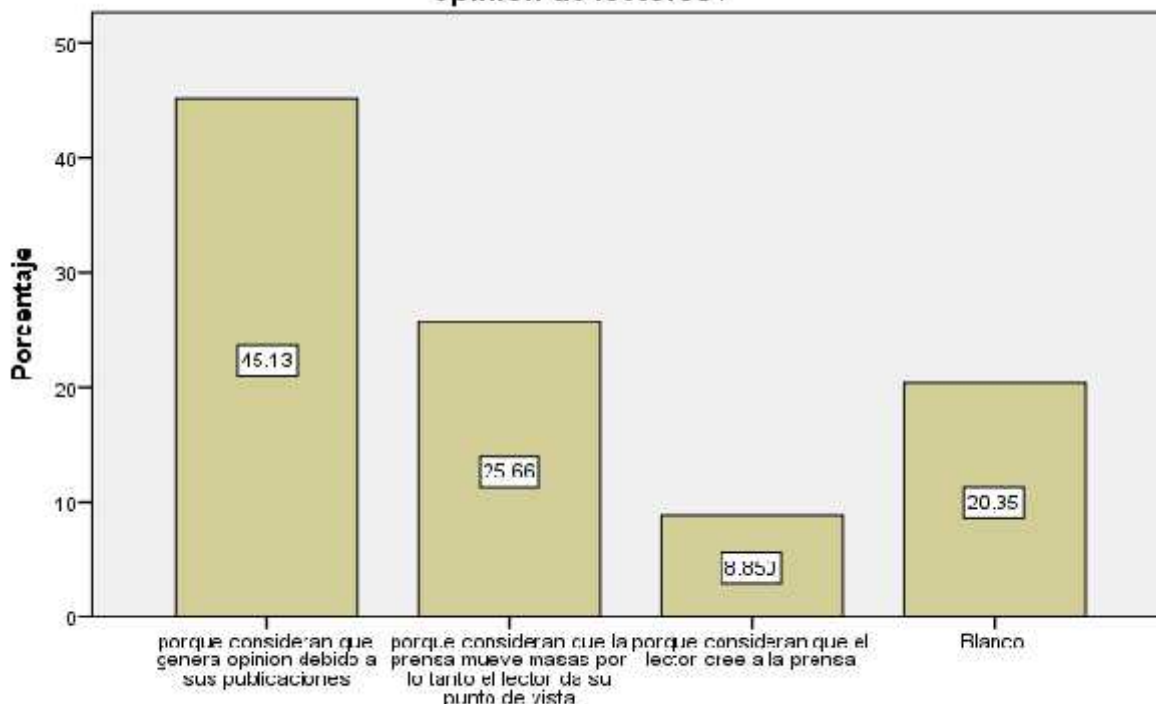
TABLA N° 47

Explicación de la prensa como formación de opinión

46.- ¿Por qué crees que la prensa si es considerada como factor en la formación de opinión de lectores?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | porque consideran que genera opinión debido a sus publicaciones | 51 | 39.8 | 45.1 | 45.1 |
| | porque consideran que la prensa mueve masas por lo tanto el lector da su punto de vista | 29 | 22.7 | 25.7 | 70.8 |
| | porque consideran que el lector cree a la prensa | 10 | 7.8 | 8.8 | 79.6 |
| | Blanco | 23 | 18.0 | 20.4 | 100.0 |
| Total | | 113 | 88.3 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 15 | 11.7 | | |
| Total | | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué crees que la prensa si es considerada como factor en la formación de opinión de lectores?



¿Por qué crees que la prensa si es considerada como factor en la formación de opinión de lectores?

Análisis: El 45.1% de encuestados considera que la prensa es considerado como factor en la formación de opinión de lectores por sus publicaciones de interés ya sea de noticias locales, nacionales e internacionales, mientras que el 8.8% considera que el lector cree las publicaciones de la prensa.

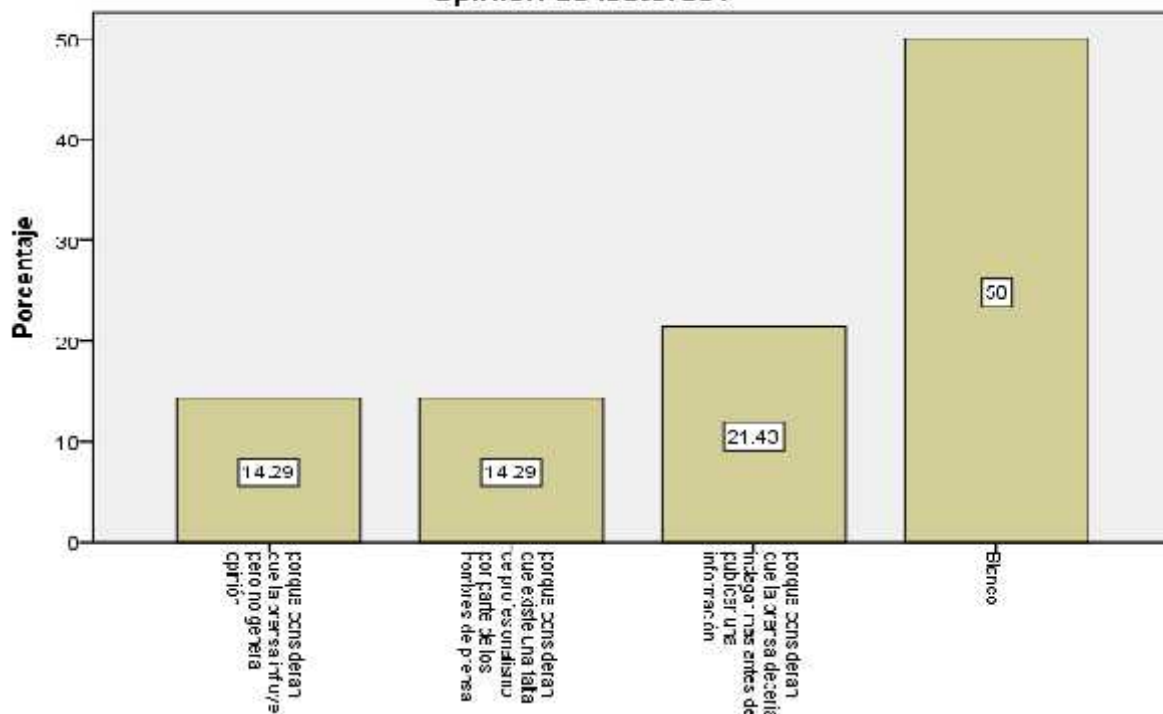
Interpretación: La mayoría de estudiantes considera que el factor principal para la formación de opinión es que la prensa brinda información sobre hechos del acontecer diario, creando así herramientas para poder opinar, mientras estos medios ofrezcan veracidad y objetividad va a ver una opinión digna de resaltar.

TABLA N° 48

47.- ¿Por qué crees que la prensa no es considerada como factor en la formación de opinión de lectores?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran que la prensa influye pero no genera opinión | 2 | 1.6 | 14.3 | 14.3 |
| porque consideran que existe una falta de profesionalismo por parte de los hombres de prensa | 2 | 1.6 | 14.3 | 28.6 |
| porque consideran que la prensa debería indagar más antes de publicar una información | 3 | 2.3 | 21.4 | 50.0 |
| Blanco | 7 | 5.5 | 50.0 | 100.0 |
| Total | 14 | 10.9 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 114 | 89.1 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué crees que la prensa no es considerada como factor en la formación de opinión de lectores?



Análisis: El 50% de encuestados marco en blanco. El 21.4% considera que la prensa de investigar más antes publicar una información, mientras que el 14.3% considera que la prensa influye pero no genera opinión, a su vez consideran una falta de profesionalismo de los hombres de prensa por no indagar más.

Interpretación: Los encuestados consideran que la prensa no es un factor de opinión de lectores por falta de profesionalismo de los hombres de prensa en el momento de investigar.

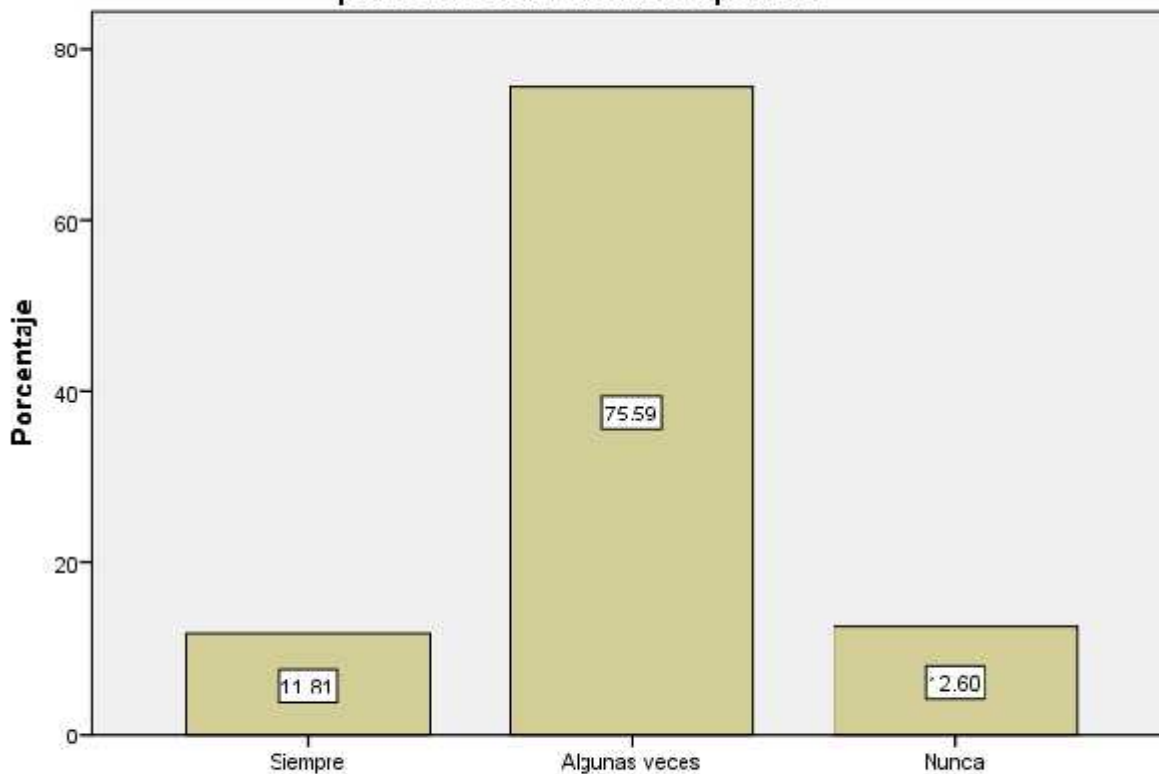
TABLA N° 49

Enfoque de un diario sensacionalista

48.- ¿Crees que la prensa chicha son los principales difusores de opinión pública y por lo tanto del clima de opinión?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Siempre | 15 | 11.7 | 11.8 | 11.8 |
| | Algunas veces | 96 | 75.0 | 75.6 | 87.4 |
| | Nunca | 16 | 12.5 | 12.6 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | | 128 | 100.0 | | |

¿Crees que la prensa chicha son los principales difusores de opinión pública y por lo tanto del clima de opinión?



¿Crees que la prensa chicha son los principales difusores de opinión pública y por lo tanto del clima de opinión?

Análisis: La tabla manifiesta que un 75.6% de encuestados considera que los diarios sensacionalistas algunas veces dan en sus publicaciones el enfoque correcto que deberían darle, mientras un 11.8% opina que el enfoque habitual que un diario sensacionalista le da a sus publicaciones es adecuada y correcta.

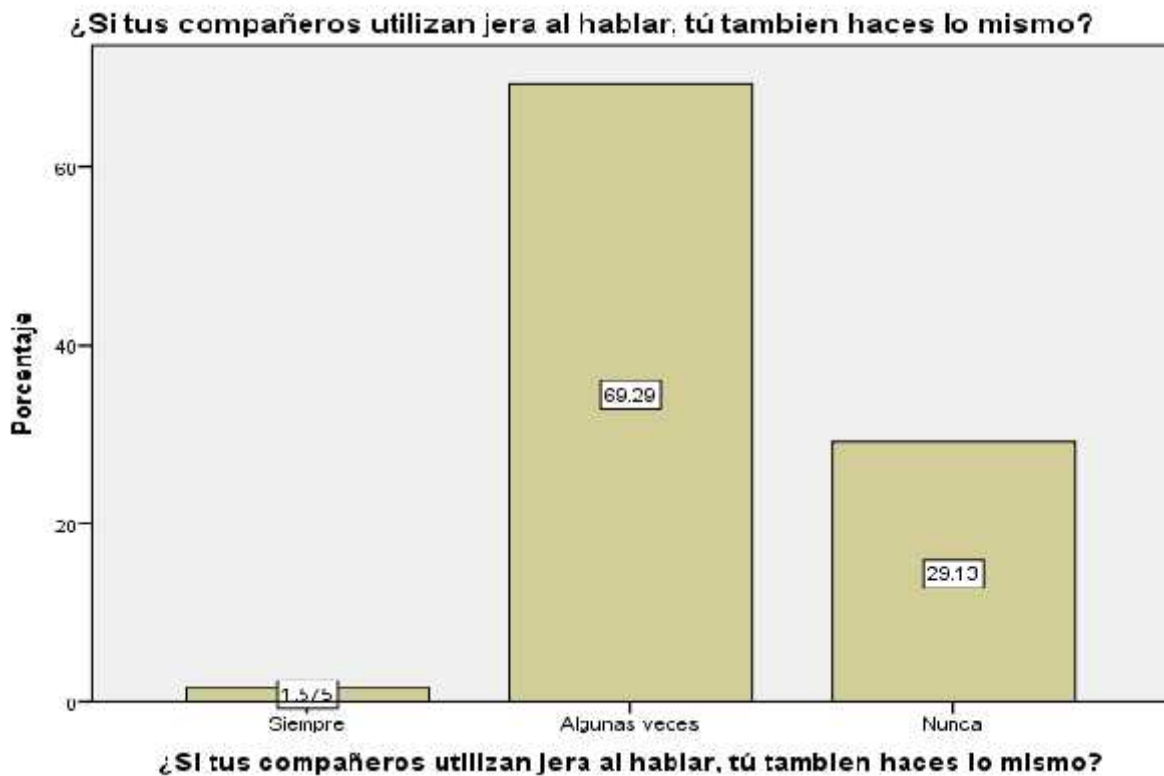
Interpretación: La mayoría de estudiantes de comunicación opinan que los diarios sensacionalistas dan en sus publicaciones un enfoque adecuado, indicando que al leer estos textos se están informando de forma objetiva y educativa.

TABLA N° 50

La jerga como uso cotidiano

49.- ¿Si tus compañeros utilizan jerga al hablar, tú también haces lo mismo?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 2 | 1.6 | 1.6 | 1.6 |
| Algunas veces | 88 | 68.8 | 69.3 | 70.9 |
| Nunca | 37 | 28.9 | 29.1 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |



Análisis: El 29.1% de encuestados asegura que de ninguna manera ellos imitan lo que sus compañeros de aula hacen en este caso su forma hablar. Un 69.3% reconocen algunas veces también utilizan jerga por que los compañeros de grupo lo hacen.

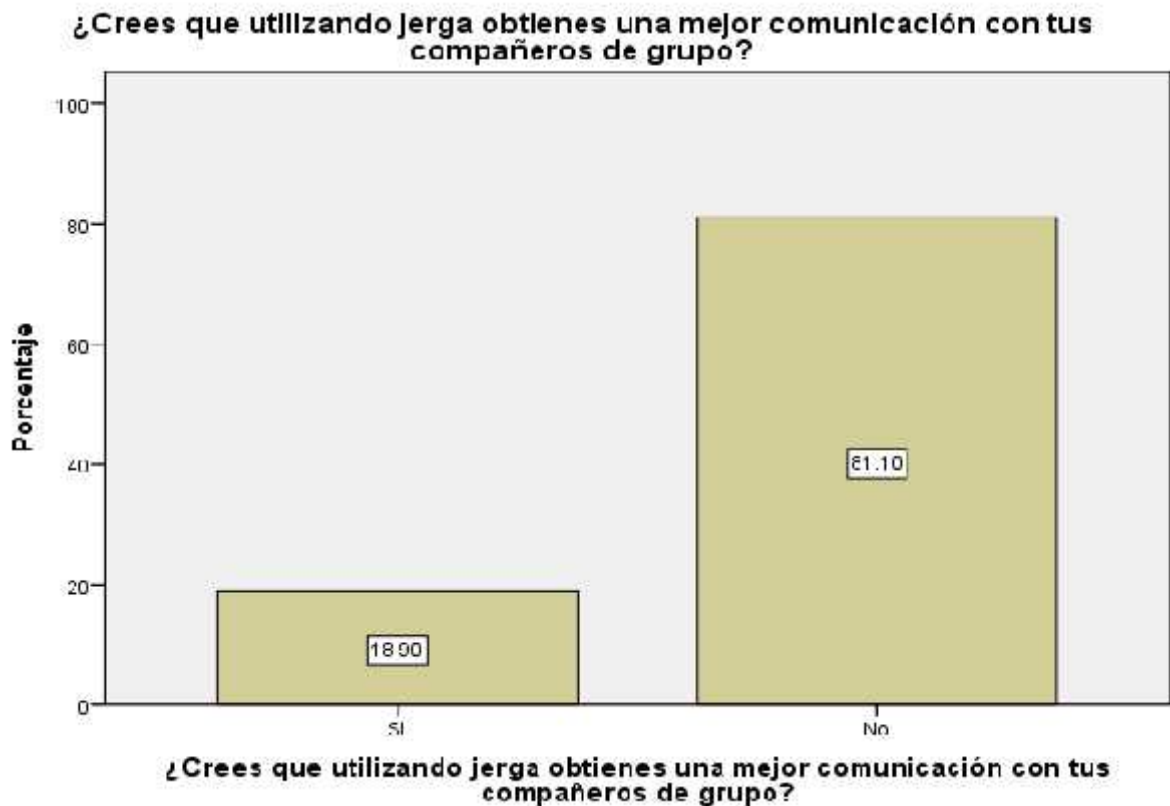
Interpretación: Un determinado grupo de estudiantes encuestados manifiestan que el hecho de que compañeros de grupo utilicen jerga para comunicarse no influye en ellos. Sin embargo existe otro grupo que reconocen que si influye en ellos pues aprenden o captan lo que otros hablan, hasta hacer que ello forme parte de su lenguaje.

TABLA N° 51

La jerga y el acercamiento a un determinado grupo

50.- ¿Crees que utilizando jerga obtienes una mejor comunicación con tus compañeros de grupo?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 24 | 18.8 | 18.9 | 18.9 |
| Válidos No | 103 | 80.5 | 81.1 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |



Análisis: Un 18.9% opina que el uso de jerga es la mejor forma de comunicación entre compañeros. Mientras que un 81.1% manifiesta que el comunicarse mediante jerga no es la forma más adecuada de comunicarse entre compañeros.

Interpretación: El uso de jerga por estudiantes de ciencias de la comunicación no es la mejor forma de comunicarse entre ellos, esto manifiesta la mayoría de alumnos encuestados, sin embargo, no es limitación para que los adolescentes prefieran este lenguaje y lo utilicen por sentirse más a gusto y por que según ellos es moda o estilo.

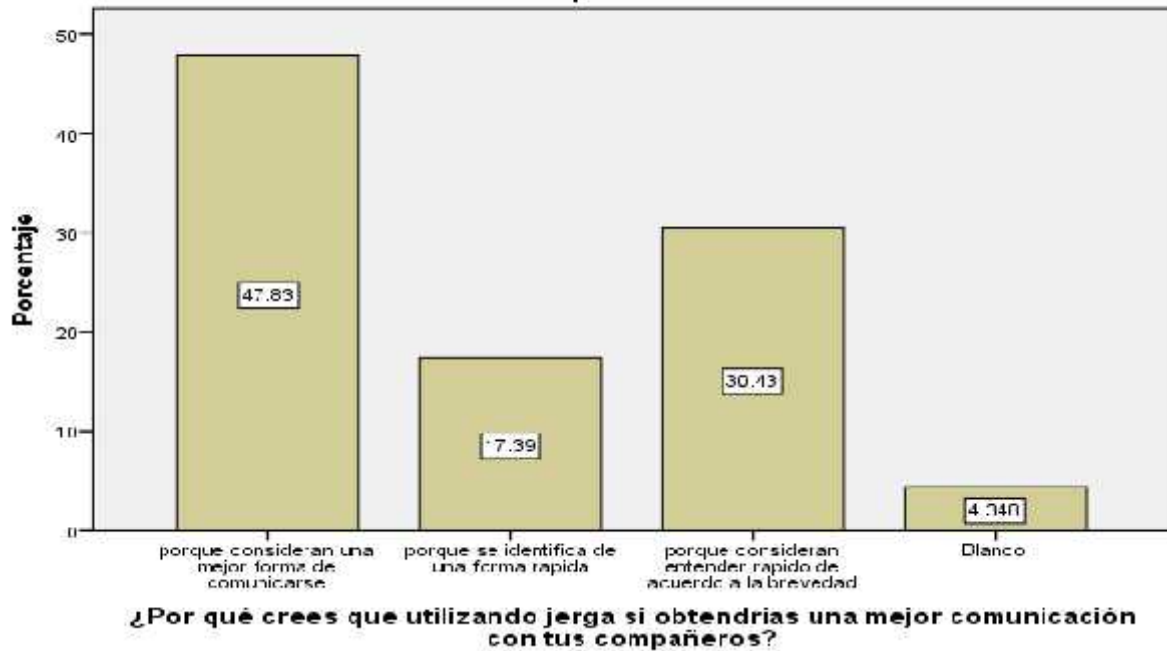
TABLA N° 52

Explicación de la jerga y la comunicación de grupo

51.- ¿Por qué crees que utilizando jerga si obtendrías una mejor comunicación con tus compañeros?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | 11 | 8.6 | 47.8 | 47.8 |
| | 4 | 3.1 | 17.4 | 65.2 |
| Válidos | 7 | 5.5 | 30.4 | 95.7 |
| | 1 | .8 | 4.3 | 100.0 |
| Total | 23 | 18.0 | 100.0 | |
| Perdidos | 105 | 82.0 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué crees que utilizando jerga si obtendrias una mejor comunicación con tus compañeros?



Análisis: Un 47.8% opina que el uso de jerga es la mejor forma de comunicación entre compañeros. Mientras que un 17.7% manifiesta que el comunicarse mediante jerga se identifica de una forma rápida para comunicarse entre compañeros

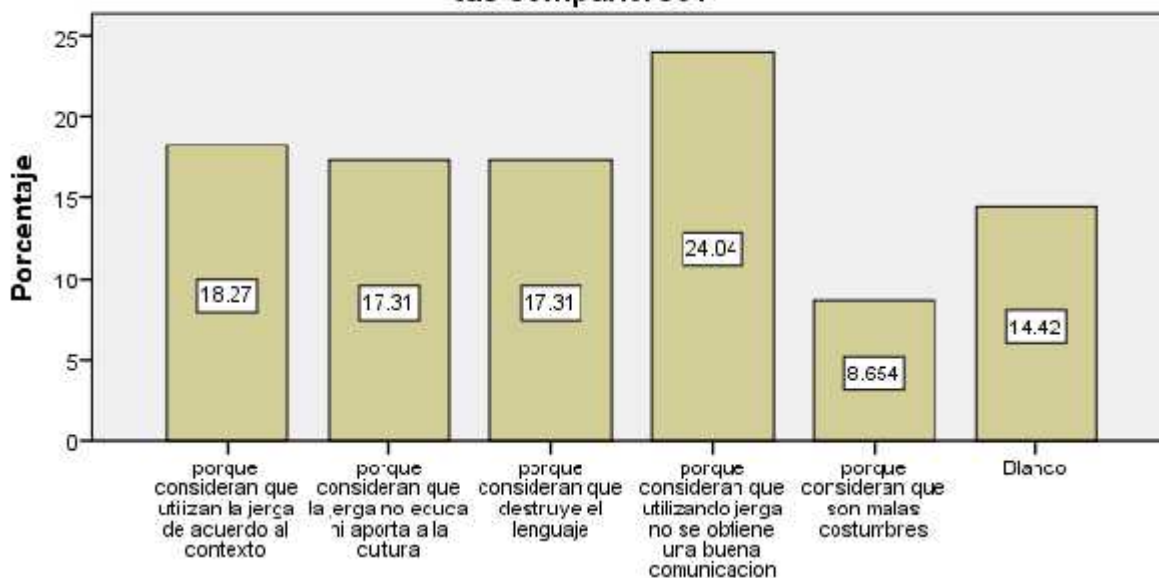
Interpretación: Para los encuestados la jerga es una mejor forma rápida de comunicarse entre ellos mismos, pues se sienten más a gusto de hacerlo.

TABLA N° 53

52.- ¿Por qué crees que utilizando jerga no obtendrías una mejor comunicación con tus compañeros?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| porque consideran que utilizan la jerga de acuerdo al contexto | 19 | 14.8 | 18.3 | 18.3 |
| porque consideran que la jerga no educa ni aporta a la cultura | 18 | 14.1 | 17.3 | 35.6 |
| porque consideran que destruye el lenguaje | 18 | 14.1 | 17.3 | 52.9 |
| porque consideran que utilizando jerga no se obtiene una buena comunicación | 25 | 19.5 | 24.0 | 76.9 |
| porque consideran que son malas costumbres | 9 | 7.0 | 8.7 | 85.6 |
| Blanco | 15 | 11.7 | 14.4 | 100.0 |
| Total | 104 | 81.3 | 100.0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 24 | 18.8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Por qué crees que utilizando jerga no obtendrias una mejor comunicación con tus compañeros?



¿Por qué crees que utilizando jerga no obtendrias una mejor comunicación con tus compañeros?

Análisis: Un 24.0% opina que el uso de jerga no es mejor forma de comunicación entre compañeros. Mientras que un 8.7% manifiesta que el uso de jerga son malas costumbres que no aporta a la cultura pues destruye el lenguaje.

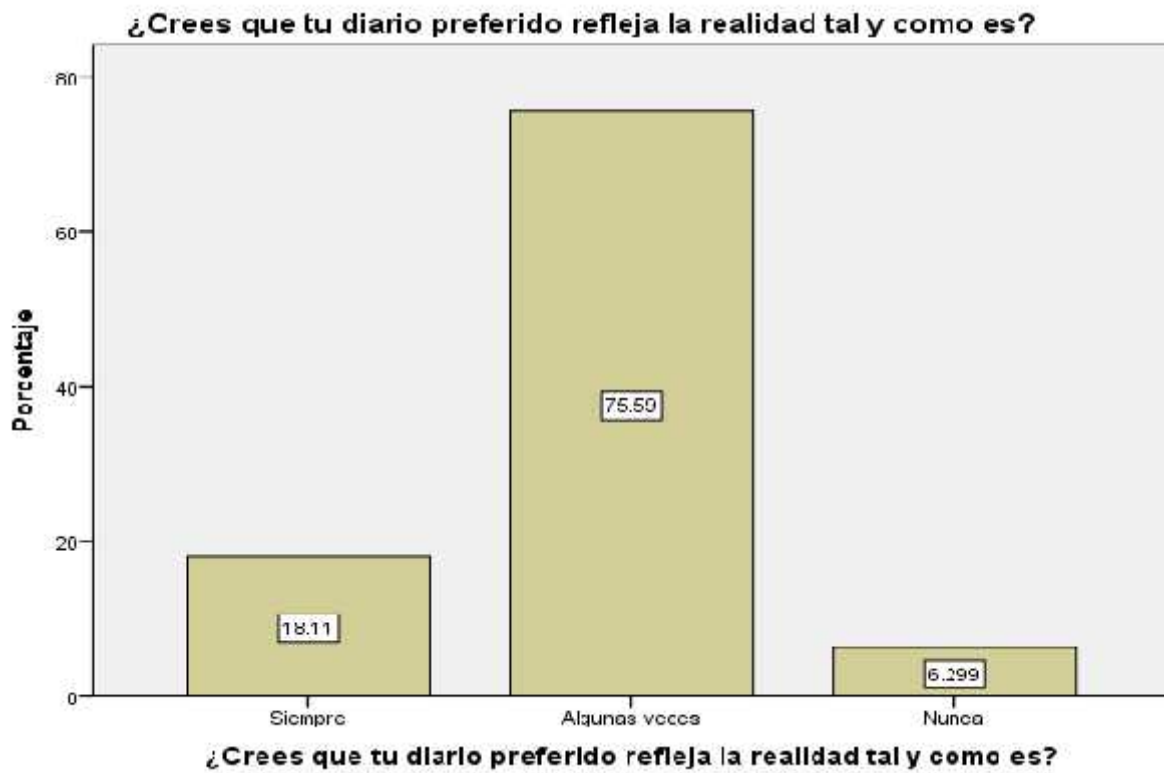
Interpretación: Para los encuestados la jerga no es una forma rápida de comunicarse pues consideran que no se obtiene una buena comunicación con términos inapropiados.

TABLA N° 54

Las publicaciones de un diario y la realidad

53.- ¿Crees que tu diario preferido refleja la realidad tal y cómo es?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Siempre | 23 | 18.0 | 18.1 | 18.1 |
| | Algunas veces | 96 | 75.0 | 75.6 | 93.7 |
| | Nunca | 8 | 6.3 | 6.3 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | | 128 | 100.0 | | |



Análisis: Según los resultados de la encuesta el 75.5% de estudiantes opina que algunas veces los diarios sensacionalistas refleja la realidad tal y como es, sin embargo existe un 18.1% considera que siempre muestran la realidad tal y como es.

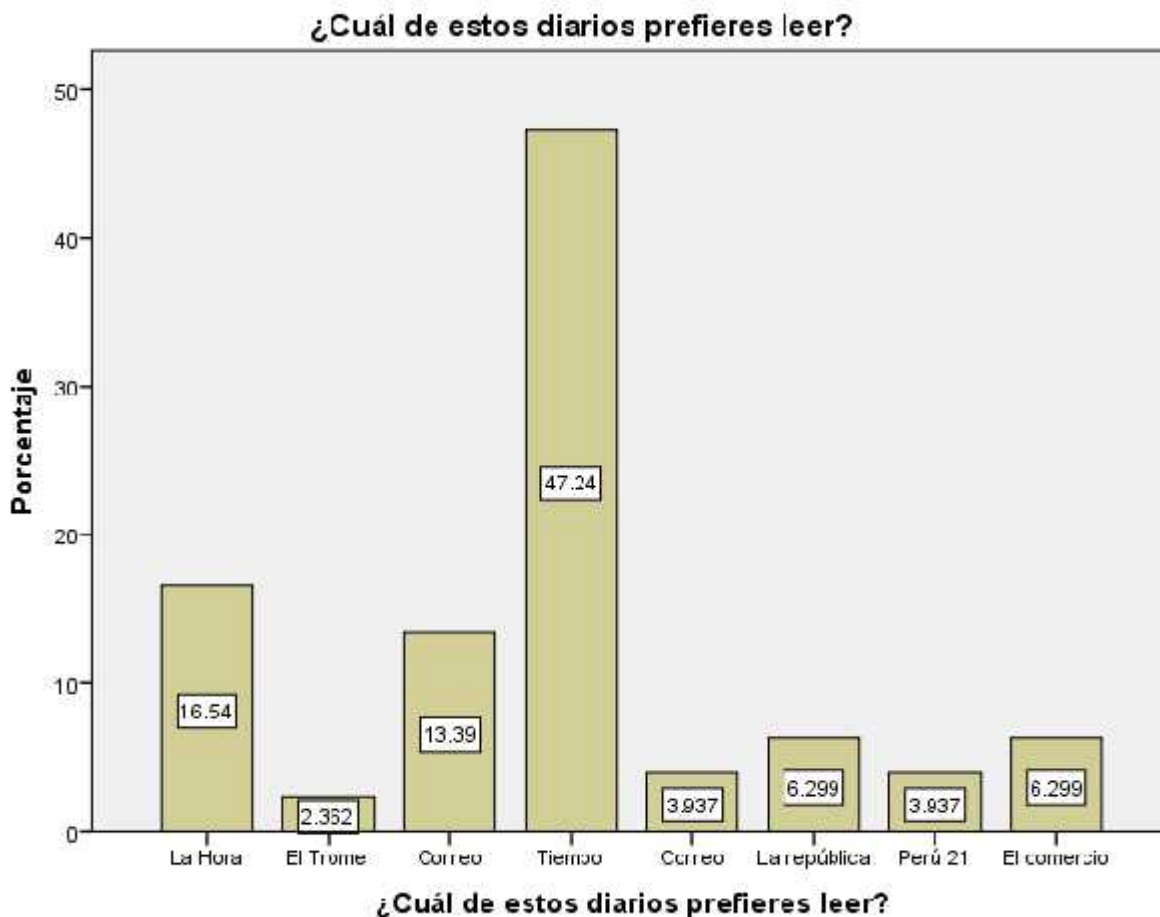
Interpretación: Según la opinión de los encuestados los diarios que suelen leer muestran la verdadera realidad en sus publicaciones.

TABLA N° 55

Diarios de tu preferencia

54.- ¿Cuál de estos diarios prefieres leer?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|--------------|------------|-------------------|----------------------|
| | La Hora | 21 | 16.4 | 16.5 |
| | El Trome | 3 | 2.3 | 18.9 |
| | Correo | 17 | 13.3 | 32.3 |
| | Tiempo | 60 | 46.9 | 79.5 |
| Válidos | Correo | 5 | 3.9 | 83.5 |
| | La república | 8 | 6.3 | 89.8 |
| | Perú 21 | 5 | 3.9 | 93.7 |
| | El comercio | 8 | 6.3 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | |
| Total | | 128 | 100.0 | |

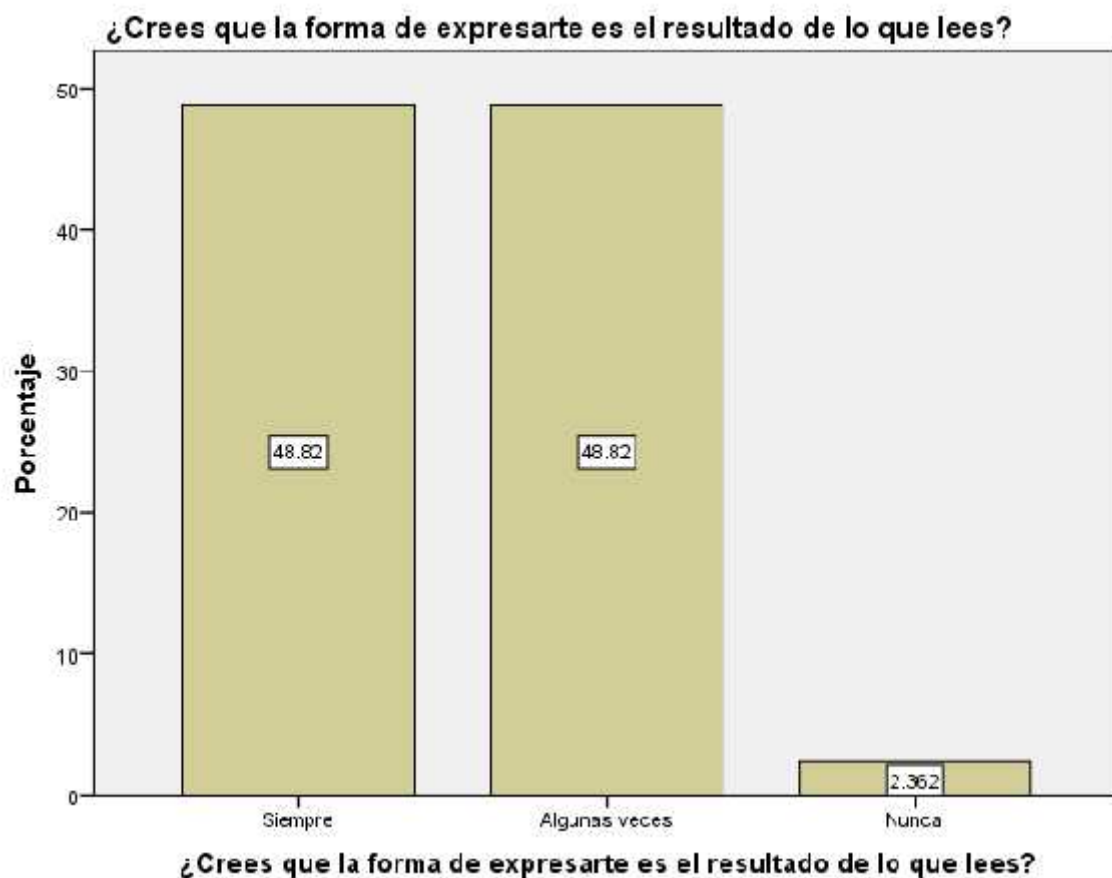


Análisis: Según los resultados de las encuestas el 47.2% aseguran que elegirían el diario El Tiempo para su lectura diaria, sin embargo, 2.4% elije el diario El Trome para su lectura cotidiana.

Interpretación: Entre los diarios mencionados, los encuestados eligieron al diario El Tiempo para su lectura diaria, pero, si bien es cierto eso no significa que lo hagan puesto que al momento de la adquisición optan por otros diarios.

TABLA N° 56**Forma de expresarse****55.- ¿Crees que la forma de expresarte es el resultado de lo que lees?**

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | Siempre | 62 | 48.4 | 48.8 |
| | Algunas veces | 62 | 48.4 | 97.6 |
| | Nunca | 3 | 2.3 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | |
| Total | | 128 | 100.0 | |



Análisis: Un 48.2% asegura que la forma de expresarse de una persona depende de lo que lee a diario.

Interpretación: En su mayoría los encuestados aseguran que la forma que una persona tiene para expresarse es resultado de lo que lee a diario, es decir el tipo de textos o de información que las personas están acostumbradas a leer van formando diariamente su forma de expresarse ya sea positiva o negativamente.

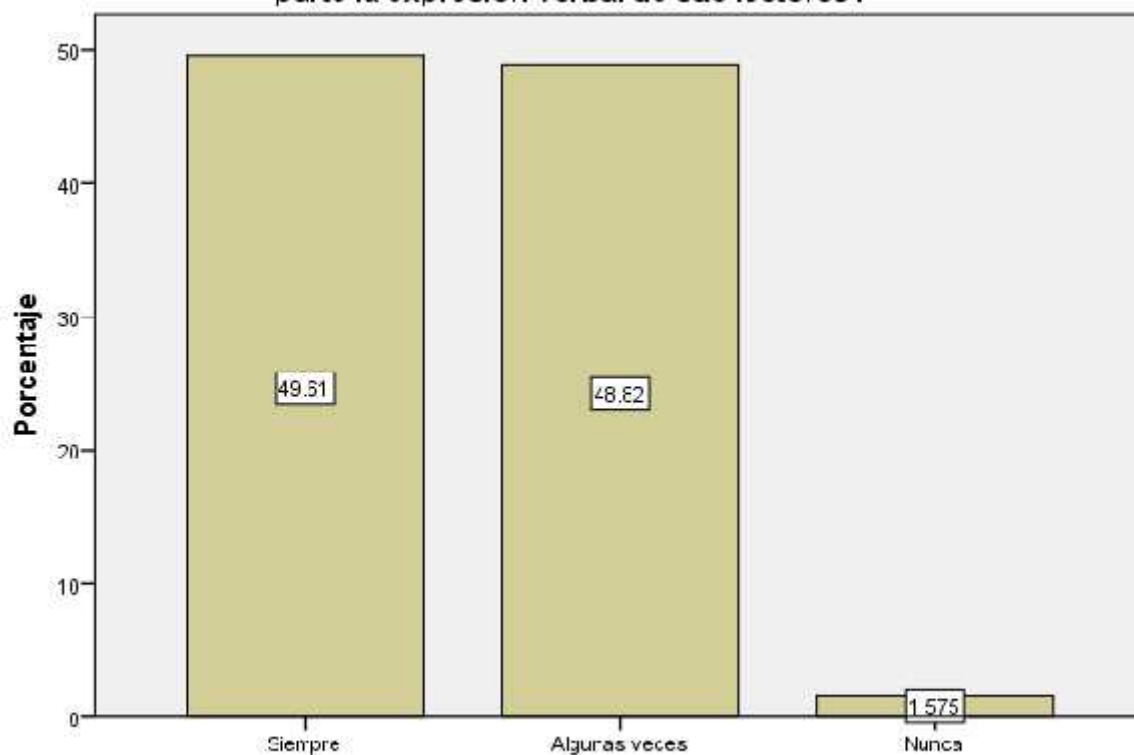
TABLA N° 57

Seriedad y objetividad de información

56.- ¿Crees que la jerga que utilizan algunos diarios al escribir sus textos afecta en parte la expresión verbal de sus lectores?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Siempre | 63 | 49.2 | 49.6 |
| | Algunas veces | 62 | 48.4 | 98.4 |
| | Nunca | 2 | 1.6 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Crees que la jerga que utilizan algunos diarios al escribir sus textos afectan en parte la expresión verbal de sus lectores?



¿Crees que la jerga que utilizan algunos diarios al escribir sus textos afectan en parte la expresión verbal de sus lectores?

Análisis: Un 49.6% manifiesta que los diarios sensacionalistas ponen en tela de juicio la seriedad de su información al escribir sus textos con jerga, por otro lado, un 1.6% piensa que no afecta en nada el que los diarios sensacionalistas utilicen jerga para escribir su información.

Interpretación: Definitivamente los estudiantes de ciencias de la comunicación reconocen que los diarios sensacionalistas pierden seriedad al presentar escritos con jerga no dejan de preferir la lectura de este tipo de información cuya preferencia es indiscutible en la sociedad principalmente por grupos jóvenes.

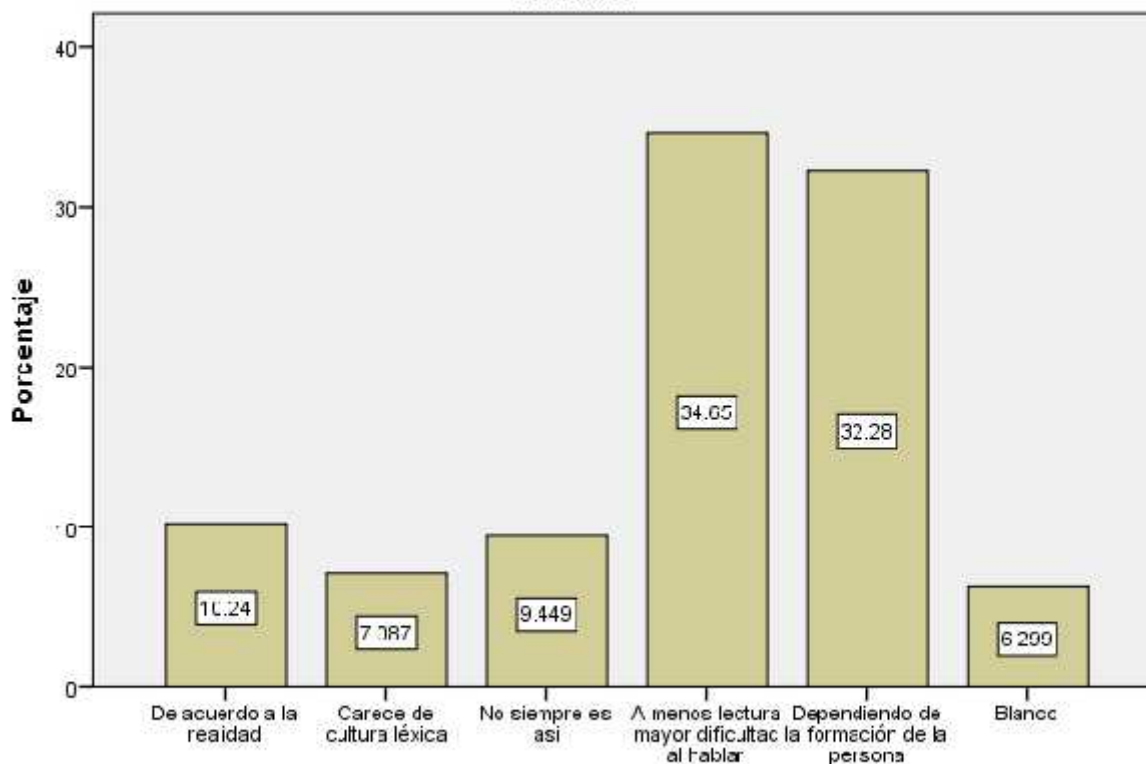
TABLA N° 58

Formas de escribir y hablar

57.- ¿Qué piensas acerca de la frase que dice: "Las personas escriben tal y como hablan?"

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| De acuerdo a la realidad | 13 | 10.2 | 10.2 | 10.2 |
| Carece de cultura léxica | 9 | 7.0 | 7.1 | 17.3 |
| No siempre es así | 12 | 9.4 | 9.4 | 26.8 |
| A menos lectura mayor dificultad al hablar | 44 | 34.4 | 34.6 | 61.4 |
| Dependiendo de la formación de la persona | 41 | 32.0 | 32.3 | 93.7 |
| Blanco | 8 | 6.3 | 6.3 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

¿Qué piensas acerca de la frase que dice: "Las personas escriben tal y como hablan?"



¿Qué piensas acerca de la frase que dice: 'Las personas escriben tal y como hablan?'

Análisis: En cuanto a la frase planteada en la encuesta un 34.6% de los estudiantes consideran que las personas hablan tal cual escriben, sin embargo existe un 6.2% marco en blanco

Interpretación: El mayor porcentaje de encuestados opinan que es verdad que las personas escriben tal y como hablan, pero al parecer esto no limita en lo absoluto a los estudiantes de comunicación a seguir leyendo diarios sensacionalistas.

5. INFORME DE EXPERTOS

Según el estudio de mi investigación, he tomado como segunda técnica la entrevista, contando con las opiniones de dos profesionales expertos en el tema de Prensa sensacionalista y Nivel cultural, como son los licenciados Práxedes Queneche Arévalo y John Marlon García Cango. Ambos coincidieron en la mayoría de las respuestas, también tuvieron discrepancias y, por último, acotaciones relevantes.

Los dos expertos coinciden que la información que presenta la prensa sensacionalista no se ajusta de manera rigurosa y contrastada a los hechos de la realidad, pues, consideran que inventan y distorsionan algunas veces hechos, utilizando un lenguaje inadecuado.

En relación a la segunda pregunta, los expertos Práxedes Queneche y Jhon Marlon García consideran que las noticias que presenta la prensa sensacionalista son malas porque escarban el morbo de los hechos que a nada bueno pueden conducir en el sentido cultural e informativo, estas noticias carga erotismos no propios de una cultura de información. De esta manera coinciden con la pregunta.

En la tercera pregunta, los dos expertos coinciden en afirmar que el diseño que presenta la prensa sensacionalista no es el adecuado en transmitir información, pues manifiestan que este tipo de prensa explota el morbo, en sus páginas presentan informaciones intrascendentes, mucho explota los hechos sangrientos sin censura, explota a la mujer como objeto. Para los expertos el diseño no va de acuerdo con el acontecer diario.

En la quinta pregunta los dos expertos coinciden en que la calidad de redacción tienen una estrecha relación con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas pues sostienen que los periodistas se adecuan al tipo de público lector, los diarios sensacionalistas se dirigen a un público lector que no tiene una mayor

formación y lo leen como entretenimiento. De esta manera destacan que la imagen de un periódico se basa en el profesionalismo de sus periodistas.

En la sexta pregunta los expertos coinciden que la redacción de este tipo de diarios perjudican a la cultura de los estudiantes. Para los especialistas sostienen que la prensa sensacionalista distorsiona el tema del lenguaje, no generan valores, perjudicando de esta manera la cultura de los estudiantes.

En la octava pregunta los expertos coinciden con aquellos diarios que utilizan en sus escritos jerga ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad en su información. Para el Lic. Práxedes Queneche, si ponen en tela de juicio la seriedad, muchas veces la jerga la relacionan con el mundo delincriminal y policial, y eso es lo que venden los diarios sensacionalistas. Para el Lic. Jhon Marlon García manifiesta que aquellos diarios que utilizan jerga no son serios ya que utilizan un lenguaje inadecuado para la formación de los estudiantes.

En la décima interrogante, los dos expertos coinciden que el periodista debe influir en la formación de valores, creencias, hábitos y conductas en los distintos estamentos de la sociedad. Para el Lic. Jhon Marlon García influye mucho que un periódico enseñe en el tema de valores y de educación pero desafortunadamente los diarios sensacionalistas distorsionan el lenguaje. El Lic. Práxedes Queneche sostiene que el periodismo debe tener como función un servicio, ayudando a la formación de los lectores para que estos tengan valores.

En la onceava pregunta mis dos expertos coincidieron que la línea editorial debe estar compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad. Manifiestan que la línea editorial predomina básicamente el mundo comercial. Para estos diarios no les importa publicar cosas vanales y sin importancia, de esta manera se olvidan de los valores y criterios que deberían tener para guiar una buena redacción.

En la décima segunda pregunta, la línea editorial de un diario debe ser independiente y no responder a intereses ocultos y la idea en que los dos expertos coinciden es que muchas veces las empresas periodísticas están ligadas a la política y a la publicidad por intereses económico. Por otra parte sostienen que no hay periódico independiente, todos los diarios tienen intereses creados, los diarios deben asumir una posición frente a determinados hechos.

Decima cuarta pregunta, las prensas chichas no son los principales difusores de opinión pública, en esto coinciden los licenciados Práxedes Queneche y Jhon Marlon García pues mantiene la opinión de que estos diarios se encargan de dar sangre, dolor, lágrimas, tangas, etc. Por lo tanto no son difusores de opinión pública dentro de un clima de opinión.

Decima quinta pregunta, los especialistas Jhon Marlon y Práxedes Queneche, coinciden que el entorno social juega un papel importante en el nivel cultural de los estudiantes pues consideran que es el ambiente que permite el desarrollo personal.

Decima sexta, los expertos Práxedes Queneche y Jhon Marlon García coinciden que los diarios se dirigen a sectores pertenecientes a la cultura popular pues sostienen que estos sectores van a la clase baja, donde la educación es muy pobre, economía poco rentable, es un diario de entremetiendo que en vez de explotar los hechos importantes explotan más el morbo, lo policial y lo erótico.

Decima séptima pregunta, los dos expertos coincide que la prensa sensacionalista utiliza la jerga para facilitar las conversaciones pues sostiene

quela jerga la está presente en nuestro vocabulario, es la redacción de la prensa chicha la que influyen en el comportamiento de grupo.

Decima octava pregunta, el experto Jhon Marlon García manifiesta que aquellas jergas que utilizan los diarios sensacionalistas afectan la expresión verbal de los lectores pues alteran el lenguaje. Para el Lic Práxedes Queneche está de acuerdo pues la lectura de estos diarios sensacionalistas con lleva a la expresión constante de jergas y es el resultado de dicha lectura. La cultura de los hombres se refleja en el lenguaje.

Decima novena pregunta, los dos expertos coinciden que el uso de un lenguaje coloquial ha popularizado el estilo de los diarios sensacionalistas, pues de alguna manera el éxito de los medios de comunicación impreso es llevar el lenguaje de barrio a sus publicaciones, llegando a introducirse a la mente de los lectores.

2.- En la séptima pregunta los expertos discrepan que la prensa sensacionalista sean portadores de objetividad de informativa.

Para el Lic. Jhon Marlon García manifiesta que sin estos dos diarios fueran objetivos brindarían otro tipo de información. Se identifican con temas de espectáculos y temas policiales, donde en sus publicaciones deja de lado la sensibilidad de las personas.

El Lic. Práxedes Queneche sostiene que la objetividad no existe pues considera que debe existir es la honestidad periodística, contarle al lector los pormenores de cómo se consigue la información.

En la novena pregunta los expertos discrepan que la base de la objetividad informativa de un diario sea la verdad. Para Jhon Marlon García, la objetividad y la

veracidad informativa son los pilares de los medios informativos, si no hay estas dos cosas importante hablaríamos de un diario paródico o satírico.

El experto Práxedes Queneche argumenta que no existe objetividad informativa, lo que debe prevalecer es la honestidad que debe tener el periodista para explicar al lector los propósitos de la información.

En la décimo tercera pregunta los expertos discrepan que la prensa se ha considerado como factor en la formación de opinión de lectores. Práxedes Queneche está en desacuerdo con que la prensa sensacionalista sea un factor para la formación de opiniones pues no ayudan a formar líderes de opinión, considera que los diarios serios ayudan a la formación de opinión de lectores.

El experto Jhon Marlon argumenta que los diarios si son un factor importante en la opinión de sus lectores pues los medios de comunicación ofrecen las herramientas para poder opinar, mientras estos medios ofrezcan veracidad y objetividad va a ver una opinión digna de resaltar.

6. Discusión de resultados

6.1 Hipótesis general

La prensa sensacionalista es deficiente e influyen de forma negativa en el nivel cultural de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la U.AP- filial Piura año 2015.

6.2 Hipótesis específicas

EL NIVEL DE LA CALIDAD DE REDACCIÓN INFLUYE DE MANERA NEGATIVA EN NIVEL CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UAP- FILIAL PIURA Y UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA AÑO 2015.

Calidad de redacción de un diario

17.- ¿Crees tú que la calidad de redacción de un diario tiene estrecha relación con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si | 94 | 73.4 | 74.0 |
| | No | 33 | 25.8 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | |
| Total | | 128 | 100.0 | |

Análisis: El 74.0% considera que la redacción de un diario sensacionalista tiene que ver con el nivel profesional de sus periodistas, mientras que un 26.0% está en desacuerdo.

Interpretación: El mayor número de encuestados manifiesta que la calidad de redacción tiene una estrecha relación con el nivel profesional de sus periodistas pues considera que si existiera un buen profesionalismo en un periodista, la prensa sensacionalista no existiera o, por lo menos, no sería competencia para los diarios verdaderamente objetivos.

Forma de redacción de un diario sensacionalista

23.- ¿Crees que la forma de redacción de un diario sensacionalista contribuye a la buena formación de un estudiante?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si | 37 | 28.9 | 29.1 |
| | No | 90 | 70.3 | 70.9 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | |
| Total | | 128 | 100.0 | |

Análisis: Un 70.9% considera que la forma de redacción que un diario sensacionalista emplea para transmitir su información no contribuye a una buena formación, un 29.1% considera que si contribuye a su formación como estudiantes.

Interpretación: El porcentaje más alto de esta tabla considera que la redacción de un diario sensacionalista no ayuda positivamente a la formación de sus lectores, pero, conscientes de ello aunque en menor proporción existe un grupo que considera inofensivo este tipo de textos. A pesar de tener el más alto porcentaje aparentemente en contra la preferencia por estos diarios es obvia.

Esto se demuestra en las tablas 17, y 23 donde los encuestados opinan acerca de la calidad de redacción de un diario sensacionalista, de cómo el nivel profesional de las personas que trabajan en estos diarios repercute en su trabajo, es decir en la forma de redacción y su influencia en el nivel cultural de los jóvenes. Así mismo los resultados obtenidos en el instrumento de la entrevista a expertos, conocedores en el tema de redacción periodística, donde coinciden que

La redacción de este tipo de diarios perjudica a la cultura de los estudiantes. Sostienen que la prensa sensacionalista distorsiona el tema del lenguaje, no generan valores, perjudicando de esta manera la cultura de los estudiantes.

Resaltan también que la calidad de redacción tienen una estrecha relación con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas pues consideran que los periodistas se adecuan al tipo de público lector, los diarios sensacionalistas se dirigen a un público lector que no tiene una mayor formación y lo leen como entretenimiento.

Por lo tanto la Hipotesis1 queda comprobada. Es decir, el nivel de la calidad de redacción influye de manera negativa en el nivel cultural de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la U.AP- filial Piura y Universidad Nacional de Piura año 2015.

LOS RECURSOS PERIODÍSTICOS DE LA PRENSA SENSACIONALISTA INFLUYEN DE MANERA NEGATIVA EN EL NIVEL CULTURAL.

Diseño de los diarios sensacionalistas

4.- ¿Crees que el diseño que utilizan los diarios sensacionalistas es el adecuado para transmitir una información?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | De acuerdo | 34 | 26.6 | 26.8 |
| | En Desacuerdo | 93 | 72.7 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | |
| Total | | 128 | 100.0 | |

Análisis: El 73.2% de estudiantes de ciencias de la comunicación considera que el diseño de los diarios sensacionalistas no es el adecuado para transmitir información, mientras que el 26.8% considera que el diseño de estos diarios es el adecuado.

Interpretación: El resultado de la tabla muestra que existen grupos menores con opiniones contradictorias y que están de acuerdo con este formato lo que indica que se convierte en seguidores fieles de este tipo de información, sin embargo el grupo mayoritario de estudiantes de ciencias de la comunicación están conscientes que el diseño que utilizan los diarios sensacionalistas no es el adecuado para transmitir información y aun así lee este tipo de información.

Calificación de los diarios sensacionalistas

7.- ¿Cómo calificarías a las noticias que presentan los diarios sensacionalistas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Buenas | 9 | 7.0 | 7.1 |
| | Malas | 90 | 70.3 | 78.0 |
| | Pésimas | 28 | 21.9 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | |
| Total | | 128 | 100.0 | |

Análisis: El 70.9% de estudiantes de Ciencias de la Comunicación consideran malas las noticias que se presentan en los diarios sensacionalistas.

Interpretación: La mayoría de adolescentes estudiantes de ciencias de la comunicación considera las noticias de los diarios sensacionalistas poco importantes pero a pesar de ello utilizan este tipo de fuente para enterarse de los acontecimientos de su interés.

Sección preferida de un diario

11.- ¿Cuál es la sección preferida del diario que lees?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Locales | 65 | 50.8 | 51.2 |
| | Horóscopo | 1 | .8 | .8 |
| | Farándula | 10 | 7.8 | 7.9 |
| | Política | 22 | 17.2 | 17.3 |
| | Otros | 29 | 22.7 | 22.8 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

Análisis: En la tabla se observa a un 51.2% que les gusta leer información de noticias locales, sin embargo, existe un 22.8% que prefieren leer otros temas, también señala a un 17.3% interesados en noticias de política y un 7.9% en farándula que es lo que más llama la atención en la actualidad.

Interpretación: Este porcentaje indica que la mayor parte de estudiantes de comunicación aceptan sin reparo alguno este tipo de prensa pues toda la información presentada es de su preferencia, lo que da lugar a la lectura diaria de sus textos adoptando ciertos patrones del lenguaje no muy adecuados.

Esto se demuestra que en las tablas 4, 7 y 11 donde los encuestados opinan sobre los recursos periodísticos de la prensa sensacionalista, de cómo las noticias sensacionalistas son consideradas y calificadas como pésimas. De esta manera el diseño periodístico que utilizan esta clase de diarios no es adecuado para transmitir información, sin embargo algunos jóvenes tienen preferencia por el

Contenido de las diversas secciones que presenta estos diarios por el cual van a repercutir de manera negativa en su nivel cultural.

Así mismo los resultados obtenidos en el instrumento de la entrevista a expertos, ellos coinciden en afirmar que el diseño que presenta la prensa sensacionalista no es el adecuado en transmitir información, pues manifiestan que este tipo de prensa explota el morbo, en sus páginas presentan informaciones intrascendentes, mucho explota los hechos sangrientos sin censura, explota a la mujer como objeto sexual.

Expresaron también que las noticias que presenta la prensa sensacionalista son malas porque escarban el morbo de los hechos que a nada bueno pueden conducir en el sentido cultural e informativo, estas noticias cargan erotismos no propios de una cultura de información.

Por todo lo antes mencionado la hipótesis 2 queda comprobada, es decir los recursos periodísticos de la prensa sensacionalista influyen de manera negativa en el nivel cultural de los estudiantes de comunicación.

LA OBJETIVIDAD DE LA INFORMACIÓN DE LA PRENSA SENSACIONALISTA INFLUYE DE FORMA NEGATIVA EL NIVEL CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UAP FILIAL PIURA Y UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA, AÑO 2015.

Objetividad de información de un diario

26.- La objetividad de la información que presenta un diario ¿Es importante?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Si | 123 | 96.1 | 96.9 | 96.9 |
| No | 4 | 3.1 | 3.1 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

Análisis: La tabla señala que el 100% de encuestados considera que la objetividad en la información que un diario ofrezca es sumamente importante para transmitir sus noticias.

Interpretación: En mayor número los estudiantes de comunicación consideran que un diario debe ser objetivo en la transmisión de su información.

Seriedad y objetividad de información

32.- ¿Crees que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad de la información?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si | 103 | 80.5 | 81.1 |
| | No | 24 | 18.8 | 100.0 |
| | Total | 127 | 99.2 | 100.0 |
| Perdidos | Sistema | 1 | .8 | |
| Total | | 128 | 100.0 | |

Análisis: Un 81.1% manifiesta que los diarios sensacionalistas ponen en tela de juicio la seriedad de su información al escribir sus textos con jerga, por otro lado, un 18.9% piensa que no afecta en nada el que los diarios sensacionalistas utilicen jerga para escribir su información.

Interpretación: Definitivamente los estudiantes de ciencias de la comunicación reconocen que los diarios sensacionalistas pierden seriedad al presentar escritos con jerga no dejan de preferir la lectura de este tipo de información cuya preferencia es indiscutible en la sociedad principalmente por grupos jóvenes.

Esto se demuestran en las tablas 26 y 32 donde los encuestados manifiestan acerca de la objetividad de la información pues consideran que los diarios deben ser objetivos en la transmisión de sus informaciones. Sin embargo estos tipos de diarios ponen en tela de juicio su seriedad ya que el enfoque y el tratamiento que presentan en sus publicaciones es incorrecto, pues sus contenidos son escritos en jerga, influyendo de esta manera en el nivel cultural de los estudiantes.

Al mismo tiempo los resultados de mis expertos concluyeron que es importante la objetividad de un diario: Jhon García sostiene que la objetividad y la veracidad informativa son los pilares de los medios informativos, si no hay estas dos cosas importantes hablaríamos de un diario paródico o satírico. En cambio, Práxedes

Queneche argumenta que no existe objetividad informativa, lo que debe prevalecer es la honestidad que debe tener el periodista para explicar al lector los propósitos de la información.

Por todo lo indicado la hipótesis queda comprobada, es decir el nivel de objetividad de los diarios sensacionalistas influye negativamente en el nivel cultural de los jóvenes estudiantes.

LA LÍNEA EDITORIAL DE LOS DIARIOS SENSACIONALISTAS CONTRIBUYE NEGATIVAMENTE EN EL NIVEL CULTURAL.

Línea editorial objetiva

35.- ¿Cuál de estos diarios crees tú, puede contener una línea editorial objetiva?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| La Hora | 88 | 68.8 | 69.3 | 69.3 |
| El Trome | 3 | 2.3 | 2.4 | 71.7 |
| El Popular | 2 | 1.6 | 1.6 | 73.2 |
| El tiempo | 18 | 14.1 | 14.2 | 87.4 |
| Correo | 4 | 3.1 | 3.1 | 90.6 |
| Válidos La República | 4 | 3.1 | 3.1 | 93.7 |
| Perú 21 | 1 | .8 | .8 | 94.5 |
| El Comercio | 4 | 3.1 | 3.1 | 97.6 |
| El Depor | 1 | .8 | .8 | 98.4 |
| Hildebrandt en sus trece | 2 | 1.6 | 1.6 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

Análisis: El 69.3% de encuestados cree que el diario La Hora cuenta con una orientación más objetiva que el diario El Tiempo que cuenta con una aceptación.

Del 14.2%, mientras que el diario Perú 21 y el diario El Popular comparten la misma posición de 1.6%.

Interpretación: Los encuestados manifiestan que el diario La Hora presenta una línea editorial objetiva pues consideran que sus publicaciones son bien tratadas sin llegar a la exageración de los acontecimientos. A diferencia los diarios El Popular y Perú 21 pues manifiestan que sus publicaciones no son tan objetivas.

Línea editorial objetiva

36.- ¿La línea editorial de un diario sensacionalista puede ofrecer noticias objetivas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Si | 49 | 38.3 | 38.6 | 38.6 |
| No | 78 | 60.9 | 61.4 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

Análisis: Un 38.6% de encuestados manifiesta que los diarios que lee siempre ofrecen información objetiva en sus publicaciones pero el 61.4% opina que las informaciones que allí se presentan casi nunca son objetivas.

Interpretación: Un grupo mayoritario opina que las noticias del diario que leen no son objetivas.

Línea editorial de un diario

39.- ¿Crees que la línea editorial de un diario está compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 101 | 78.9 | 79.5 | 79.5 |
| Válidos No | 26 | 20.3 | 20.5 | 100.0 |
| Total | 127 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos Sistema | 1 | .8 | | |
| Total | 128 | 100.0 | | |

Análisis: Un 79.5% de estudiantes de ciencias de la comunicación manifiestan que la línea editorial de un diario está compuesta por valores y criterios que guían a una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad; sin embargo un 20.5% está en desacuerdo.

Interpretación: Un grupo mayoritario opina que la línea editorial de un diario debe estar compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad, pero aun así un grupo pequeño piensan que estos valores no son importantes para una buena redacción.

Esto se demuestran en las tablas 35,36 y 39 donde los encuestados opinan acerca de la línea editorial de la prensa sensacionalista pues manifiestan que estos diarios carecen de valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad pues la mayoría de lectores opinan que una línea editorial debe ser objetiva en la transmisión de sus informaciones. De esta manera los encuestados consideran que las publicaciones de los diarios prensa sensacionalista exageran y repercuten en los acontecimientos diarios, es decir influyen en el nivel cultural de los estudiantes.

Al mismo tiempo los resultados de mis expertos concluyeron que es importante la línea editorial de un diario pues coincidieron que la línea editorial debe estar compuesta por valores y criterios que guían una redacción frente a los temas de la actualidad.

Manifiestan que la línea editorial predomina básicamente el mundo comercial. Para estos diarios no les importa publicar cosas vanales y sin importancia, de esta manera se olvidan de los valores y criterios que deberían tener para guiar una buena redacción y a una buena cultural.

Además la línea editorial de un diario debe ser independiente y no responder a intereses ocultos y la idea en que los dos expertos coinciden es que muchas veces las empresas periodísticas están ligadas a la política y a la publicidad por intereses económico. Por otra parte sostienen que no hay periódico independiente, todos los diarios tienen intereses creados, los diarios deben asumir una posición frente a determinados hechos.

Por todo lo expuesto la hipótesis 4 queda comprobada, es decir la línea editorial de la prensa sensacionalistas influye de manera negativa en el nivel cultural de los jóvenes.

CONCLUSIONES

PRIMERA: La prensa sensacionalista **influye negativamente** en el nivel cultural de los estudiantes de las escuelas de Comunicación, tanto de la UAP-Piura como UNP, porque los encuestados consideran mayoritariamente que los diarios no tienen un enfoque correcto de las noticias al darle mayor importancia a hechos banales como la farándula y el escándalo y, además, percibe que los diarios sensacionalistas tergiversan los hechos. La influencia negativa se refleja en el uso de jerga que afecta la forma de expresión verbal, en la presentación de las noticias cargadas de imágenes fuertes que incentivan el morbo, exagera los hechos, carece de valores y, finalmente, de veracidad.

SEGUNDA: La **calidad de redacción** influye negativamente en el nivel cultural de los estudiantes porque, según los resultados, no contribuye a una buena formación de ellos, al no existir una relación directa entre el desempeño profesional y la publicación de los hechos. La primera exige al periodista un alto nivel de profesionalismo, principios éticos y seriedad, que muchas veces se rompe en la tergiversación de los hechos para darle mayor énfasis al morbo; la segunda, no exagerar los hechos.

TERCERA: Los **recursos periodísticos** también influyen negativamente, pues, el 93 % considera que el diseño que presentan los diarios sensacionalistas no es el más adecuado porque explota el morbo con la exageración de los hechos, la utilización de la jerga en la titulación y la presentación de imágenes 'duras', llenas de sangre. Además, se considera que las presentaciones de las noticias son malas porque trasluce una falta de valores y un bajo nivel cultural.

CUARTA: La **objetividad** es duramente cuestionada porque la utilización de la jerga pone en tela de juicio la seriedad y veracidad de los hechos, al considerar que la prensa sensacionalista no informa de manera seria y tergiversa la información. Los estudiantes consideran de suma importancia la objetividad porque los hechos deben contarse con la verdad, es decir, tener credibilidad y seriedad. La objetividad, seriedad y credibilidad se asocia a los conceptos de honestidad y profesionalismo del periodista.

QUINTA: La **línea editorial** influye negativamente por dos razones. La primera porque no ofrece noticias objetivas al darle mayor importancia a la violencia y la farándula; la segunda, porque carecen de seriedad. La línea editorial de la prensa sensacionalista necesita de valores para ser creíble.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: La prensa sensacionalista debería ‘bajarle el tono’ a las noticias de violencia y escándalo, dosificando la publicación de imágenes llenas de sangre que atentan contra la estética y cultura de los lectores. También debería disminuir la utilización de la jerga en titulares para elevar el nivel léxico de sus lectores, especialmente, en los estudiantes de comunicación.

SEGUNDA: La **calidad de la redacción** está directamente vinculada con la seriedad en el tratamiento de las noticias y valores éticos. La prensa sensacionalista no debe publicar solo hechos llenos de morbo y violencia, sino información que ayude en la formación de una opinión correcta de los hechos. La redacción (lenguaje escrito) es el reflejo del pensamiento y este refleja la realidad objetiva, que no debe ser distorsionada por el mero hecho de vender, debe haber una dosis alta de brindar un mejor servicio informativo.

TERCERA: Los **recursos periodísticos**, como el diseño, la portada, la fotografía y los titulares, no tienen por qué ser escandalosos y explotar el morbo y la pobreza humana. El escándalo y la violencia no debe ser la esencia de la prensa sensacionalista. El diseño debe orientarse para atraer al lector con noticias importantes e interesantes vinculadas a su quehacer cotidiano. La portada, y con ella los titulares, no deben recurrir a la jerga como elemento de atracción.

CUARTA: La **objetividad** exige no exagerar ni tergiversar los hechos. La objetividad reclama una gran dosis de honestidad periodística, es decir, contar los sucedido tal y conforme ocurrió, explicándole a lector los intereses personal y editorial que mueven su publicación. La objetividad debe entenderse como sinónimo de honestidad, credibilidad y seriedad.

QUINTA: La **línea editorial** influye negativamente si se da prioridad a las ventas más que a la información. La línea editorial debe enfocarse a mantener un equilibrio entre venta e información, evitando que una invada el terreno de la otra, es decir, las ventas no deben exigir que se venda a cualquier precio, tergiversándose los hechos y explotando el morbo. Pero tampoco la información debe olvidar que un medio se sustenta en la venta.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2006) *Los elementos del periodismo*. Ediciones Santillana.

Gargurevich, R.J. (2002). *La prensa sensacionalista en el Perú*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Mínguez, S.L. (2005) *¡Peligro! Periodistas: Un análisis crítico del oficio de informar*. Ediciones Sevilla.

Súnkel, Guillermo (2003) *Prensa sensacionalista y los sectores populares*. Chile: Editorial ESIE.

Goodwin, E. (2009) *A la búsqueda de una ética en el periodismo*. Ediciones Latino Americano.

restrepo, J. m. (22 de noviembre de 2008). <https://tiojuan.wordpress.com/2008/11/22/la-misteriosa-%E2%80%9Clinea-editorial%E2%80%9D/>.

Llambias, M. (2008) *Comunicación I*. Ediciones Jurídicas.

Serrano, P. (2009) *Desinformación como los medios cuentan el mundo*. Editorial Península.

Dirección Universitaria de Educación a Distancia (2010) *Historia del periodismo en el Perú*. Talleres gráficos de la Universidad Alas Peruanas.

Mínguez, S.L. (2005) *¡Peligro! Periodistas: Un análisis crítico del oficio de informar*. Ediciones Sevilla.

Mejía, CH.C (2011) *Cultura Popular limeña*. Editorial Mesa redonda.

Wecker, j, & Adenen, F.D. (2000) *Ética informática y de las ciencias de la información*. Ediciones Madrid.

Monzón, C. (2000) *Opinión e imagen Pública, una sociedad bajo control*. Editorial San Marcos.

LINCOGRAFÍA

Blázquez, N. (2000) Desafío ético de la información. Editorial San Esteban.

Vivanco, A. (1999) Las libertades de opinión e información. Editorial Andrés Bello.

Tucho, F. (2004) La manipulación de la información en los conflictos armados: tácticas y estrategias. Editorial Alfabetá.

ANEXOS

Anexo N°01:

MATRIZ DE COHERENCIA

| VARIABLE | DIMENSION | INDICADOR | ATRIBUTO | VALORES | N° DE ITEMS | CANT DE ITEMS | NOTA 1°5 |
|--|---|--|---|--|-------------|---------------|----------|
| <ul style="list-style-type: none"> Prensa sensacionalista | <ul style="list-style-type: none"> Contenido de la información | <ul style="list-style-type: none"> Recursos periodísticos | Diseño que transmite información | a). De acuerdo b) En desacuerdo | 1 | 4 | |
| | | | Atrae visualmente las portadas | a) Siempre b) Algunas veces d) Nunca | 4 | | |
| | | | Calificación de los diarios sensacionalistas | a). Buenas b). Malas c) Pésimas | 2 | | |
| | | | Sección que sueles leer | a). Locales c). farándula b) Horóscopo d). Política e) Otros | 3 | | |
| | | (EXPERTOS) | Información sensacionalista se ajusta a la realidad de manera veraz | a) Si b) No | 1 | 3 | |

| | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------|---|-------------------------------------|---|---|--|
| | | | Calificación de las noticias de los diarios sensacionalistas | a).Buenas b).Malas c) Pésimas | 2 | | |
| | | | Diseño de la prensa sensacionalista para transmitir información | a).De acuerdo d) En desacuerdo | 3 | | |
| | | • Calidad de información | Calidad de redacción con profesionalismo del periodista | a). Si c). No | 5 | 3 | |
| | | | Titulares de las noticias escritas en jerga | a).De acuerdo d) En desacuerdo | 6 | | |
| | | | Redacción de un diario sensacionalista contribuye a la buena formación de un estudiante | a)SI b) No | 7 | | |
| | | (EXPERTOS) | Uso de un lenguaje coloquial para que el público se identifique con lo que lee | a)Si b) No | 4 | 3 | |
| | | | Importancia del profesionalismo del periodista en la calidad de redacción | a)Si b) No | 5 | | |
| | | | Redacción sensacionalista perjudica en el nivel cultural | a)Si b) No | 6 | | |
| | | • Objetividad | Importancia de la objetividad de la información | a)Si b) No | 8 | | |

| | | | | | | | | |
|--|---|--------------------------|--|---------------------------------------|--|----|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Profesionalismo del periodista | de la información | El enfoque de la prensa sensacionalista son correctas | a) Si b) No | 9 | 3 | | |
| | | | Las Jergas escritas por los diarios sensacionalistas ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad de la información | a) Si b) No | 10 | | | |
| | | (EXPERTOS) | Los diarios sensacionalistas son portadores de objetividad informativa | a) Si b) No | 7 | 4 | | |
| | | | La jerga pone en tela de juicio la objetividad de la información | a) Si b) No | 8 | | | |
| | | | La base de la objetividad es la verdad | a) Si b) No | 9 | | | |
| | | | El periodista debe influir en valores, creencias de los distintos estamentos de la sociedad | a) Si b) No | 10 | | | |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Línea editorial | Nivel de una línea editorial objetiva | a) La Hora b) Trome c) Popular Otros..... | 11 | | |

| | | | | | | | |
|-----------------------------|---|---|--|---|----|---|--|
| | | | La línea editorial compuesta por valores que guían a una buena relación | a)Si b)No | 12 | 3 | |
| | | | Objetividad del diario que lees | a)Si b)No | 13 | | |
| | | (Expertos) | Valores y citereos de una línea editorial frente a los temas de actualidad | a)Si b)No | 11 | 2 | |
| | | | Línea editorial independiente sin interés oculto | a)Si b)No | 12 | | |
| Variable dependiente | <ul style="list-style-type: none"> Acto comunicativo | <ul style="list-style-type: none"> Opinión de los lectores | Titulares con jerga mejor forma de llegar al público joven | a)Si b)No | 14 | 2 | |
| | | | La prensa: Nivel de formación de opinión de lectores | a)Si b) No | 15 | | |
| | | (EXPERTOS) | Prensa agente de formación de opinión de lectores | a)Si b)No | 13 | 1 | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> Clima de opinión | Prensa chicha difusores de clima de opinión | a) Siempre c) Algunas veces c)Nunca | 16 | 1 | |
| | | (EXPERTOS) | Sensacionalismo impulsor de clima de opinión | a) Siempre c) Algunas veces c)Nunca | 14 | 1 | |

| | | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|---|----|----|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> Influencia de las relaciones en grupo | Uso de la jerga como parte de tu vocabulario | a) Siempre c) Algunas veces c)Nunca | 17 | 4 | | |
| | | | La jerga como comunicación entre los jóvenes | a)SI b) No Explique por qué..... | 18 | | | |
| | | | Un diario refleja la realidad tal como es | a)Siempre c)Algunas veces c)Nunca | 19 | | | |
| | | | Elección de los diarios sensacionalistas | a) La Hora b) El Trome c) Correo d) El Tiempo Otros..... | 20 | | | |
| | | (EXPERTOS) | Entorno social en el nivel cultural | a)Si b)No | 15 | 3 | | |
| | | | Los diarios sensacionalistas son parte de la cultura popular | a)Si b)No | 16 | | | |
| | | | La jerga facilita las relaciones de grupo | a)Si b)No | 17 | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Contexto sociocultural | <ul style="list-style-type: none"> El lenguaje | El nivel de expresión como resultado de lo que lees | a) Siempre c) Algunas veces c)Nunca | 21 | 3 | | |
| | | | | La jerga afecta la expresión verbal de los lectores | a) Siempre c) Algunas veces c)Nunca | | 22 | |
| | | | | La personas escriben tal como hablan | ¿Explica porque? | | 23 | |
| | | | (EXPERTOS) | La jerga perjudica la expresión verbal | a) Si b) No | 18 | 2 | |
| | | | | El lenguaje coloquial como estilo sensacionalista | a) Siempre c) Algunas veces c)Nunca | 19 | | |

Anexos N° 02

| VARIABLES | DIMENSIÓN | INDICADOR | ÍTEM |
|---------------------------------------|---|--|---|
| <p>Variable Independiente:</p> | <p>Contenido de la información</p> | <p>1.- Recursos periodísticos</p> | <p>1.- ¿Crees que el diseño que utilizan los diarios sensacionalistas es el adecuado para transmitir una información?</p> <p>a).De acuerdo b) En desacuerdo</p> <p>¿Por qué?.....</p> <p>2.- ¿Cómo calificarías a las noticias que presentan los diarios sensacionalistas?</p> <p>a). Buenas b). Malas c) Pésimas</p> <p>Explique por qué.....</p> <p>3.- ¿Cuál es la sección preferida del diario que lees?</p> <p>a). locales c). farándula</p> |

| | | |
|-----------------------------------|--|---|
| PRENSA SENSACIONALISTA | | <p>b). horóscopo</p> <p>d). política</p> <p>e) Otros</p> <p>4.- ¿Las portadas de los diarios sensacionalistas llaman tu atención?</p> <p>a) siempre b) Algunas veces d) Nunca</p> |
| | <p>2.- Calidad de redacción</p> <p>1.- ¿Crees tú que la calidad de redacción de un diario tiene relación estrecha con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?:</p> <p>a). Si c). No</p> <p>2.- ¿Qué opinas de los titulares de una noticia escritos con jerga? buscar</p> <p>a).De acuerdo d) En desacuerdo</p> <p>Explique por qué.....</p> <p>3.- ¿Crees que la forma de redacción de un diario sensacionalista contribuye a la buena formación de un estudiante?</p> <p>a) SI b)</p> | |

| | | | |
|--------------------------------|--|--------------------------------------|--|
| | | | Explique por qué..... |
| Profesionalismo del periodista | | 3.- Objetividad de la información | <p>1.- La objetividad de la información que presente un diario ¿es importante?</p> <p>a)SI b) No</p> <p>Explique por qué.....</p> <p>2.- ¿Crees que el enfoque habitual que un diario sensacionalista da en publicaciones es la correcta?</p> <p>a)SI b) No</p> <p>Explique por qué.....</p> <p>3.- ¿Crees que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad en su información?</p> <p>a)SI b) No</p> <p>Explique por qué.....</p> <p style="margin-left: 100px;">a) Si b) No</p> <p>Explique por qué.....</p> |

| | | | |
|-------------------------------|--------------------------|------------------------------------|--|
| | | 4.- Línea editorial | <p>1.- ¿Cuál es de estos diarios crees tú, puede contener una línea editorial objetiva?</p> <p>a) La Hora b) El Trome c) El Popular</p> <p>Otros.....</p> <p>2.- ¿La línea editorial de un diario sensacionalista puede ofrecer noticias objetivas?</p> <p>a)SI b) No</p> <p>3.- Crees que la línea editorial de un diario está compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad</p> <p>a)SI b) No</p> |
| Variable Dependiente : | Acto comunicativo | 1.- Opinión de los lectores | <p>1. ¿Cómo lector crees que los titulares de un diario escrito con jerga son la mejor forma de llegar a un público joven?</p> <p>a)SI b) No</p> <p>Explique por qué.....</p> <p>2.- ¿Cree que la prensa se ha considerado como factor en la formación de opinión de lectores?</p> <p>a) SI b) No</p> <p>Explique por qué.....</p> |

| | | |
|-----------------------|---|---|
| NIVEL CULTURAL | 2.- Clima de opinión | 1.- ¿ Crees que la prensa Chicha son los principales difusores de opinión pública y por lo tanto del clima de opinión a) Siempre c) Algunas veces c)Nunca |
| | Influencia de la relaciones en grupo | 1.- ¿Si tus compañeros utilizan jerga al hablar, tú también haces lo mismo? a) Siempre c) Algunas veces c)Nunca 2.- ¿Crees que utilizando jerga obtienes una mejor comunicación con tus compañeros de grupo? a) SI b) No Explique por qué..... 3.- ¿Crees que tu diario preferido refleja la realidad tal y cómo es? a) Siempre c) Algunas veces c)Nunca 4.- ¿Cuál de estos diarios prefieres leer? a) La Hora b) El Trome c) Correo d)Tiempo Otros..... |
| | El lenguaje | 1.- ¿Crees que la forma de expresarte es el resultado de lo que lees? a) Siempre c) Algunas veces c)Nunca 2.- ¿Crees que la jerga que utilizan algunos diarios al escribir sus textos afectan en parte la expresión verbal |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | de sus lectores? |
| | | | a) Siempre |
| | | | c) Algunas veces |
| | | | c)Nunca |
| | | | 3.- ¿Qué piensas acerca de la frase que dice: “Las personas escriben tal y como hablan?” |
| | | | Explica porque..... |

ANEXO N°3

ENTREVISTA A EXPERTOS

Estoy realizando una tesis profesional titulada "Influencia de la prensa sensacionalista en el nivel cultural de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación año 2015, cuyos resultados se utilizarán solo con fines de estudios y para contribuir al conocimiento de la Universidad Alas Peruanas. Por ello, requiero de su valioso tiempo para que me conceda una entrevista. Se le agradece anticipadamente su valiosa participación.

SEXO: (F) (M)

OCUPACIÓN: PROFESIONAL:

ENTREVISTA

1.- ¿Usted cree que la información que presenta la prensa sensacionalista se ajusta de manera rigurosa contrastada y veraz a los hechos de la realidad?

- a) Si b) No

Explique por qué.....

2.- ¿Cómo calificarías las noticias que presentan los diarios sensacionalistas

- a) Buenas b) Malas c) Pésimas

Explique por qué.....

3.- ¿Estás de acuerdo con el diseño que presenta la prensa sensacionalista para transmitir información?

- a) De acuerdo b) En desacuerdo

¿Explique por qué?.....

4.- ¿Usted cree que el estilo de redacción periodística de la prensa sensacionalista se caracteriza por el uso del lenguaje coloquial para que el público lector se identifique con lo que lee?

- a) Si
- b) No

Explique por qué.....

5.- Consideras que la calidad de redacción de un diario tiene relación estrecha con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?

- a) Si
- b) No

Explique por qué.....

6.- Consideras que la redacción de estos diarios perjudica la cultura de los estudiantes?

- a) Si
- b) No

Explique por qué.....

7.- ¿Usted cree que los diarios sensacionalistas son portadores de la objetividad de la información?

- a) Si
- b) No

Explique por qué.....

8.- ¿Crees que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos ponen en tela de juicio su seriedad y objetividad de información?

- a) Si
- b) No

Explique por qué.....

9.- ¿consideras que la base de la objetividad informativa de un diario es la verdad?

- a) Si
- b) No

Explique por qué.....

10.- Consideras que el periodista debe influir en la formación de valores, creencias, hábitos, opinión y conductas de los distintos estamentos de la sociedad?

- a) Si
- b) No

Explique por qué.....

11.- ¿Crees que la línea editorial de un diario está compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad?

- a) Si
- b) No

12.- ¿consideras que la línea editorial de un diario debe ser independiente y no se debe responder a intereses ocultos?

- a) Si
- b) No

13.- ¿Crees que la prensa se ha considerado como factor en la formación de opinión de lectores?

- a) Si
- b) No

14.- ¿Crees que la prensa amarilla son los principales difusores de opinión pública y por lo tanto del clima de opinión

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Nunca

15. Juega un papel importante el entorno social en el nivel cultural de los estudiantes?

a) Si

b) No

¿Cómo?

16.- ¿Consideras que los diarios sensacionalistas, se dirigen específicamente a los lectores pertenecientes a la cultura popular, es decir a los sectores bajos?

a) Si

b) No

17.- ¿Usted cree que la prensa sensacionalista utiliza la jerga para facilitar la conversación en las relaciones de grupo?

a) Si

b) No

18.- ¿Crees que la jerga que utilizan algunos diarios al escribir sus textos afectan en parte la expresión verbal de sus lectores

a) Si

b) No

19.- ¿Considera usted que el uso de un lenguaje coloquial ha popularizado el estilo de los diarios sensacionalistas?

a) Siempre

c) Algunas veces

c) Nunca

ENTREVISTA A ALUMNOS

Es grato brindarle mi saludo y solicitarle su colaboración para poder realizar la presente encuesta en el trabajo que estoy realizando y que se titula: **“Influencia de la prensa sensacionalista en el nivel cultural de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación año 2015”**, cuyos resultados se utilizarán solo con fines de estudios, es de carácter anónimo y confidencial, por ende, espero tu mayor sinceridad, y así poder obtener respuestas con veracidad. Se le agradece anticipadamente su valiosa participación.

INSTRUCCIONES

Lea detenidamente y responda con sinceridad las preguntas que a continuación se le presente, y luego marque con un (X) la respuesta que estime verdadera. Evite utilizar corrector.

EDAD: ()

SEXO: (F) (M)

UNIVERSIDAD:

ESCUELA PROFESIONAL: Ciencias de la Comunicación

CICLO:

1.- ¿Crees que el diseño que utilizan los diarios sensacionalistas es el adecuado para transmitir una información?

a).De acuerdo

b) En desacuerdo

¿Por qué?.....

2.- ¿Cómo calificarías a las noticias que presentan los diarios sensacionalistas?

a). Buenas

b). Malas

c) Pésimas

Explique por qué.....

3.- ¿Cuál es la sección preferida del diario que lees?

a). Locales

c). Farándula

- b). Horóscopo
- d). Política
- e) Otros

Especifique.....

4.- ¿Las portadas de los diarios sensacionalistas llaman tu atención?

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- d) Nunca

Explique por qué.....

5.- Crees tú que la calidad de redacción de un diario tiene relación estrecha con el alto nivel de profesionalismo de sus periodistas?

- a). Si
- b). No

Explique por qué.....

6.- ¿Qué opinas de los titulares de una noticia escritos con jerga?

- a). De acuerdo
- d) En desacuerdo

Explique por qué.....

7.- ¿Crees que la forma de redacción de un diario sensacionalista contribuye a la buena formación de un estudiante?

- a) Si
- b) No

Explique por qué.....

8.- La objetividad de la información que presente un diario ¿es importante?

- a) Si
- b) No

Explique por qué.....

9.- ¿Crees que el enfoque habitual que un diario sensacionalista da en publicaciones es la correcta?

- a) Si
- b) No

Explique por qué.....

10.- ¿Crees que aquellos diarios que utilizan jerga en sus escritos ponen en tela de juicio la seriedad y objetividad en su información?

a) Si

b) No

Explique por qué.....

11.- ¿Cuál es de estos diarios crees tú puede contener una línea editorial objetiva?

a) La Hora

b) Trome

c) El Popular

Otros.....

.....

13.- ¿La línea editorial de un diario sensacionalista puede ofrecer noticias objetivas?

a) Si

b) No

Explique por qué.....

14.- ¿Crees que la línea editorial de un diario está compuesta por valores y criterios que guían una redacción donde hace frente a los temas de la actualidad?

a) Si

b) No

Explique por qué.....

15. ¿Cómo lector crees que los titulares de un diario escrito con jerga son la mejor forma de llegar a un público joven?

a) Si

b) No

Explique por qué.....

16.- ¿Cree que la prensa se ha considerado como factor en la formación de opinión de lectores?

a) Si

b) No

Explique por qué.....

17.- ¿Crees que la prensa Chicha son los principales difusores de opinión pública y por lo tanto del clima de opinión a) Siempre c) Algunas veces c) Nunca

18.- ¿Si tus compañeros utilizan jerga al hablar, tú también haces lo mismo?

a) Siempre

c) Algunas veces

c) Nunca

19.- ¿Crees que utilizando jerga obtienes una mejor comunicación con tus compañeros de grupo?

a) Si

b) No

Explique por qué.....

19.- ¿Crees que tu diario preferido refleja la realidad tal y cómo es?

a) Siempre

c) Algunas veces

c) Nunca

20- ¿Cuál de estos diarios prefieres leer?

a) La Hora

b) El Trome

c) Correo

d) Tiempo

Otros.....

.....

21.- ¿Crees que la forma de expresarte es el resultado de lo que lees?

a) Siempre

c) Algunas veces

c) Nunca

22.- ¿Crees que la jerga que utilizan algunos diarios al escribir sus textos afectan en parte la expresión verbal de sus lectores?

a) Siempre

c) Algunas veces

c) Nunca

23.- ¿Qué piensas acerca de la frase que dice: "Las personas escriben tal y como hablan?"

Explica porque.....

