

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO

FACULTAD DE COMUNICACION EMPRESA Y NEGOCIOS



TESIS:

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADO EN PERIODISMO

**LAS NOTICIAS DEL DIARIO “EL TROME” Y SU IMPACTO SOCIAL EN
LOS LECTORES DE 25-50 AÑOS DE LA CIUDAD DE CHICLAYO DESDE
EL 19 DE JUNIO HASTA EL 19 DE SETIEMBRE DEL 2017**

AUTOR:

EDSON STEVE DÍAZ TIMOTEO

ASESOR

LIC. VALENTÍN ALVARADO RAMÍREZ

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

PERIODISMO

PIMENTEL, PERÙ

NOVIEMBRE 2019

DEDICATORIA

A Dios por iluminarme en el camino del bien,
siendo agradecido por la vida y por la madre
que es ejemplo de su amor infinito.

A mi abnegada madre
a quien la amo y es la razón
de lograr con éxito mi profesión
y alcanzar mis sueños.

A mi querida familia, por rodearme
de un ambiente de amor, paz y confianza
y de impulsarme a seguir asumiendo retos
en la vida.

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que de una u otra manera
me motivaron a culminar con éxito mi trabajo de investigación.

A mis docentes que formaron en
mí un profesional al servicio de la
sociedad, con sólida formación ética.

A la Universidad Particular de Chiclayo,
por formar profesionales, creativo, competitivo
y humanos.

ÍNDICE

Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Índice	4
Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8-9

CAPÍTULO I:

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACION

1.1. Realidad problemática	11
1.2. Planteamiento del problema	12-13
1.3. Formulación del problema	14
1.4. Justificación e importancia de la investigación	14- 15
1.5. Objetivos de la investigación	15

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO CIENTIFICO

2.1. Antecedentes de la investigación	17-18-19
2.2. Base teórica	20/32
2.3. Base conceptual	32-33
2.4. Hipótesis	33
2.5. Variables	34/36

CAPÍTULO III:

MARCO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACION

3.1. Tipo de investigación	38
3.2. Diseño de Investigación/Contrastación de la Hipótesis	38
3.3. Población y muestra	38
3.4. Materiales, técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
3.5. Métodos y procedimientos para la recolección de datos	39
3.6. Tabulación de resultados	40
3.7. Presentación y análisis estadístico de los datos (cuadros, tablas y gráficos estadísticos)	40

CAPÍTULO IV:
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de Resultados	42-53
---------------------------------	-------

CAPÍTULO V:

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5.1. Análisis e interpretación de resultados	55-57
--	-------

A) CONCLUSIONES	58
------------------------	----

B) RECOMENDACIONES	59
---------------------------	----

BIBLIOGRAFÍA	60-61-62
ANEXOS	63-64-65-66

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Las Noticias del Diario “El Trome” y su impacto social en los lectores de 25-50 años de la ciudad de Chiclayo desde el 19 de junio hasta el 19 de setiembre de 2017, tiene como objetivo determinar la incidencia del contenido de este medio de comunicación en el segmento-meta, para lo cual se realizó un estudio descriptivo y un diseño no experimental, de corte transversal y se empleó la encuesta como técnica de investigación.

La hipótesis planteada, se validó a la luz de los hallazgos del estudio, determinándose que las noticias del diario impacto socialmente en los lectores, por lo resultados contundentes en cuanto a la valoración de la función periodística y atributo de contenido variado del diario; la atracción de los titulares, fotografías y contenido; los hábitos, motivaciones hacia temáticas de entretenimiento y de farándula y las actitudes de predisposición hacia la compra y preferencia del diario en estudio.

Palabras Claves

Noticias-Impacto Social- Lector

ABSTRACT

This research paper entitled "The News of the newspaper" El Trome "and its social impact on readers of 25-50 years of the city of Chiclayo from June 19 to September 19, 2017, aims to determine the incidence of the content of this means of communication in the target segment, for which a descriptive study and a non-experimental, cross-sectional design was conducted and the survey was used as a research technique.

The hypothesis proposed was validated in the light of the study's findings, determining that the news of the newspaper had a social impact on the readers, due to the overwhelming results regarding the assessment of the journalistic function and attribute of varied content of the newspaper; the attraction of headlines, photographs and content; habits, motivations towards entertainment and entertainment issues and attitudes towards the purchase and preference of the newspaper under study.

Keywords

News-Social Impact- Reader

INTRODUCCIÓN

La función del Periodismo es seleccionar los hechos o acontecimientos actuales y de interés general, es compleja, toda vez que implica la capacidad de distinguir lo importante de lo secundario, de elaborar, traducir y difundir los mensajes en forma clara y comprensible a la población. Pero, además, el ejercicio de este proceso, implica el cumplimiento honesto, responsable y ético por parte del periodista, para que la función social del Periodismo adquiera sentido y trascendencia, cumpliendo así su misión de informar, formar y entretener a la opinión pública generando bienestar social.

El presente trabajo de investigación titulado “Las Noticias del Diario “El Trome” y su impacto social en los lectores de 25-50 años de la ciudad de Chiclayo desde el 19 de junio hasta el 19 de setiembre de 2017”, pretende determinar la incidencia social que tiene la difusión de este género periodística en la población, para lo cual el informe de investigación se ha estructurado de la siguiente manera:

En el capítulo I “El Problema de Investigación” abarca, la realidad problemática, el planteamiento del problema, formulación del problema, problema general, problemas específicos; justificación e importancia de la investigación y el objetivo general y los objetivos específicos. El capítulo II “Marco Teórico Científico”, incluye los antecedentes de la investigación, base teórica y marco conceptual, Hipótesis y Variables de investigación.

El capítulo III “Marco Metodológico de la Investigación” abarca tipo y diseño de investigación, población y muestra, materiales, técnicas e instrumentos de recolección de datos, el procesamiento y análisis de datos, tabulación y presentación y análisis estadístico de los datos. El capítulo IV “Presentación de Resultados”, incluye mostrar los hallazgos de la investigación en gráficos y su respectivo análisis.

El capítulo V “Análisis e Interpretación de Resultados”, abarca la discusión de los hallazgos y se extraen las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación. Finalmente se presenta la bibliografía y los anexos respectivos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Realidad problemática

A pesar que el mundo globalizado, ha traído una serie de modificaciones en todos los ámbitos del sector empresarial y humano, sin embargo se puede observar que en el campo de los medios de comunicación, especialmente en el sector de la prensa, objeto de estudio de la presente investigación, los principios rectores del Periodismo, siguen incólumes; es decir no varía la función de “proporcionar a los ciudadanos la información imparcial y oportuna para que sean libres y capaces de gobernarse a sí mismos” (Biondi, Miró y Zapata,2010, p. 138).

Si bien es cierto, este entorno dinámico, complejo y muy competitivo, ha obligado a que tanto medios de comunicación como periodistas, se adapten a las nuevas tecnologías y enrumben nuevas estrategias para sobrevivir en el mercado periodístico, los principios básicos que encauzan su direccionamiento se mantienen, por la misma naturaleza social que implica el ejercicio periodístico al servicio de la comunidad, no sólo local, sino nacional e incluso internacional.

Entre los principios profesionales intrínsecos que configuran y mantienen el quehacer periodístico hasta la actualidad, se pueden identificar “la verificación de las fuentes y de los hechos, la búsqueda de la verdad, la objetividad, la condición de servicio público, la ética periodística, etc.” (Rosique, 2013, p. 118).

Ahora bien, en relación a las funciones del periodista, se puede observar, que el profesional de la información, ha ampliado y reforzado su función ante este entorno más complejo y donde existe una gran proliferación de información; se ha convertido en un gestor de información y de contenidos, asumiendo el papel de “clarificador, selector, guía, filtro, anticipador,

prescriptor, compresor” (Diez de Adino, et al., 2012, p. 9); es decir enfoca su labor a “buscar, jerarquizar y filtrar información dentro de la opulencia informacional existente”. (Rosique, 2013, p.118).

Por lo tanto, y a pesar de los cambios que se han producido en el sector de la prensa como en el rol del periodista que hoy asume, la función principal de informar a través de las noticias, sobre hechos y acontecimientos actuales, relevantes y de interés general, resulta vital no sólo porque su propósito es satisfacer las necesidades intelectuales de los pobladores de una comunidad, sino por el impacto social que provoca el tratamiento o enfoque del contenido informativo en la sociedad, al ejercer una labor de intermediación al difundir informaciones, interpretaciones y opiniones de los distintos grupos sociales con el público, cumpliendo con responsabilidad el ejercicio social de su labor.

Arroyas (2009) destaca de la labor del periodista, su capacidad de seleccionar lo interesante, distinguir lo importante de lo secundario, traducir los acontecimientos en un lenguaje claro y comprensible, ubicar los hechos en un entorno que facilite su identificación y su habilidad para juzgar los acontecimientos desde diferentes enfoques, lo que muestra la compleja función que ejerce el Periodismo.

Y dependerá de la consistencia y el cumplimiento responsable de este proceso informativo, para que la función social del Periodismo adquiera sentido, ya que contribuirá a que la población “comprenda el mundo y el lugar que ocupamos en él” (Kovach y Rosenstiel, 2005, p. 264).

1.2. Planteamiento del problema

En ese contexto, la presente investigación versa sobre el caso del diario “El Trome”, perteneciente al Grupo El Comercio, y que aparece un 20 de junio del 2001, un diario popular serio, de gran acogida en segmentos medio típico y medio bajo superior y cuyo objetivo es “(...) entregar a los lectores un producto que considerarán valioso y les demostrara lo importante que puede

ser un periódico en su vida diaria: por ejemplo, para encontrar trabajo, optimizar las compras e invertir mejor el dinero en tiempo de crisis” (El Comercio, 2012 p.56).

De acuerdo a lo evidenciado, en una entrevista a un grupo de lectores del diario “El Trome”, respecto a la opinión que tiene acerca de este medio, manifestaron espontáneamente, “que es un diario del pueblo”, “es muy atractivo”, diferente a diarios chicha, “muy divertido y variado”, es un diario para todas las edades.

Entre los motivos de compra del diario en estudio, los entrevistados manifestaron por su portada, ya que atrae la noticia bomba, sus noticias son completas, concretas y entendibles, es llamativo, por su estructura, como el titular, la diagramación de textos y fotos, las entrevistas a políticos, cantantes peruanos y extranjeros, agencias de modelaje, entre otros, porque aprendo, nos entretiene, nos educa y conocemos muchas cosas nuevas y su precio es económico.

Sin embargo, otro grupo de entrevistados, opinaron que el diario destaca mucha violencia, delincuencia, robos, matanzas por dinero que entristecen, cargando de muchos colores y demasiada publicidad, debería tener más contenido informativo, debe haber espacios donde el pueblo peruano pueda opinar, debatir y juzgar lo bueno o malo para lograr el gran cambio.

De esta manera, se puede visualizar que existe entre los lectores, diversas opiniones sobre el contenido informativo del diario “El Trome”, así como los elementos que lo componen y la manera que impacta socialmente, en este segmento de la población en estudio, de allí de estudiar el problema planteado.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿De qué manera las noticias del diario “¿El Trome” impactan socialmente en los lectores de 25-50 años de la ciudad de Chiclayo, desde el 19 de junio hasta el 19 de setiembre del 2017?

1.3.2. Problemas específicos

¿Qué valor le otorga el lector a la función periodística y a la estructura de las noticias del diario “El Trome”?

¿Cuál es su percepción del lector de los tipos de noticias del diario “El Trome”?

¿Cómo se refleja la influencia del diario “El Trome” en los hábitos, motivaciones, entorno social y actitudes de sus lectores?

1.4. Justificación e importancia de la investigación

Justificación práctica: Los hallazgos de este trabajo de investigación, son relevantes y necesarios para los directivos del diario “El Trome”, ya que proporciona un diagnóstico situacional del impacto social que provocan el enfoque de sus noticias en los pobladores-lectores de la ciudad de Chiclayo, lo que permitirá medir sus efectos positivos o negativos, así como las debilidades o fortalezas como medio de comunicación al servicio de la sociedad, para tomar medidas correctivas al respecto y logren cumplir los fines del Periodismo y los objetivos como empresa periodística.

Justificación teórica: El presente trabajo de investigación, comprobó los principios teóricos del Periodismo, en cuanto a la estructura de las noticias, características diferenciales que debe poseer, así como el tratamiento periodístico para generar la atención, el interés y deseo de lectura del contenido noticioso, a través del empleo del método científico y de técnicas e instrumentos de investigación.

Justificación social: El aporte de este estudio de investigación, constituye un antecedente valioso y un referente para organizaciones periodísticas y de medios de comunicación similares ya destaca la verdadera dimensión social que ejerce el poder informativo de la prensa en la sociedad.

Justificación institucional: Finalmente, el trabajo de investigación, demuestra la formación científica y profesional que se imparte en la Universidad de Chiclayo al servicio de la sociedad.

La importancia de este trabajo de investigación, radica en su aporte al mundo científico, a los agentes sociales y a la población, ya que los hallazgos responden a una realidad local que afecta el desarrollo social de una comunidad, que necesita que la función del Periodismo reoriente o refuerce su labor para cumplir con su misión y contribuya a elevar el nivel de educación y calidad de vida de la sociedad.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo General:

- Determinar el impacto social de las noticias del diario “El Trome” en los lectores de 25-50 años de la ciudad de Chiclayo, desde el 19 de Junio hasta el 19 de setiembre del 2017.

1.5.2. Objetivos Específicos:

- Identificar el valor que el lector le otorga a la función periodística y a la estructura de las noticias del diario “El Trome”.
- Analizar la percepción de los lectores de los tipos de noticias del diario “El Trome”.
- Medir la influencia del diario “El Trome” en los hábitos, motivaciones, entorno social y actitudes de sus lectores.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CIENTIFICO

CAPÍTULO II:

II. MARCO TEÓRICO CIENTIFICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Gómez (2014) en su estudio “la influencia de la agenda Setting: Análisis comparado del tratamiento del issue “mujer” en la prensa española (2007-2012), que tiene como objeto determinar la influencia que la agenda política tiene sobre la política, realizó un análisis comparado cuantitativo y cualitativo en el día internacional de las mujeres, en periódicos como El País, El mundo, La razón y ABC, focalizando el estudio cuantitativo en la descripción y espacio dedicado, así como el análisis del tratamiento lingüístico y periodístico del tema; la agenda Setting y los efectos humorísticos.

Concluye que existe influencia de la agenda política sobre la periodística, que actúa de forma distinta en función de la línea ideológica del periódico, y que desde el enfoque cuantitativo, se describe y cuantifica con el espacio utilizado y desde la perspectiva cualitativa, se plantea en el tratamiento lingüístico y periodístico de los artículos, que permite valorar el posicionamiento y sensibilidad del medio hacia el objeto de estudio.

Igartua y otros (2008) en su estudio “Recepción e impacto socio-cognitivo de las noticias sobre inmigración que tiene como objetivo explicar si la actuación de los medios de comunicación influyen en el rechazo hacia la inmigración, se realizó un estudio experimental en la que participaron 186 estudiantes universitarios, cuya noticia experimental entregaba información sobre el incremento de la inmigración en España :a) aludiéndose a las consecuencias positivas (contribución económica) o negativas (incremento de la delincuencia);y b) incluyéndose información sobre el origen de los inmigrantes (latinoamericano versus marroquí).

Concluyeron que el tipo de encuadre noticioso enfatizado en la noticia ejercía efectos socio-cognitivos significativos, observándose un efecto diferencial de la noticia en función del origen de los inmigrantes

protagonistas, porque indican que la inclusión de elementos periféricos, como aludir de manera incidental al origen nacional o geográfico de inmigrantes con respecto a los que ya existe un prejuicio en la población, puede enfurecer o reforzar los estereotipos negativos, en este caso con respecto a los inmigrantes marroquíes.

Valecillos(2008) en su estudio “Descripción del Tratamiento Informativo dado al Hecho Económico Fronterizo en el Diario la Nación de San Cristóbal”, estableció como objetivo describir el tratamiento periodístico que da este medio en su página diaria dedicada a la información que se produce en la frontera colombo venezolana, la cual se identifica con el título: Frontera.

Concluye, en primer lugar, que dedicar una página para cubrir los acontecimientos de frontera, reconoce que esta zona es importante para todo el estado Táchira, cumpliendo el medio de comunicación su papel de intermediario, de puente, entre dos poblaciones con intereses comunes y con un proceso integracionista que se aleja por momentos de las decisiones políticas y económicas gubernamentales.

Mejía (2004), en su estudio “Cultura Popular en el diseño de la prensa sensacionalista. Análisis de las portadas del Trome y el Popular, Abril – Junio 2004, que tiene como objetivo elaborar un perfil de lectoría, explicar las modalidades de consumo y las necesidades mediáticas del lector limeño, como también las razones que inducen a la demanda de las noticias sensacionalistas, realizó un estudio cuantitativo y aplicó una encuesta a personas con edades que temblaban entre los 18 y 60 años.

Concluye que las portadas llaman la atención del lector al exagerar un suceso mediante el tratamiento lúdico de la información, basado en detalles frívolas, cómicos y privados de los personajes que protagonizan la noticia, estableciendo una comunicación afectiva con el lector y exhibiendo una profusión de fotografías de personajes de la farándula, derivándose en un diseño confuso y desordenado .

Asimismo confirma que las portadas en estudio reúnen una intencionalidad trasgresora y pangenerica (abarcas la realidad bajo una cosmovisión espectacularizada y melodramática), la cual no puede explicarse únicamente como una estrategia para llamar la atención, sino manifiesta el caos económico del país, la crisis de las instituciones formadoras (Estado –Nación, sistema educativo, entorno familiar, iglesia), y la búsqueda de una identidad sólida que le permita interactuar, sin vicios anómicas, con el mercado globalizado y responder a sus retos.

Del Rosario (2016) en su estudio “Análisis del tratamiento informativo de los Diarios El Comercio y la República sobre las políticas de inclusión social impulsadas durante los primeros 100 días del Gobierno de Ollanta Humala”, que tiene como objetivo evaluar la forma de las noticias (ubicación, tamaño, fotografía y fuente) como el contenido (el enfoque periodístico y las estrategias que hay detrás de ellas), empleando técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa teniendo como insumo, las noticias publicadas por los diarios El Comercio y La Republica desde el 28 de julio(día que asumió el mando el presidente Humala) hasta el 4 de noviembre del 2011.

Concluye que para ambos diarios, el principal enfoque temático ha sido la economía (en el Comercio 22% y en la Republica 17%) así como su concepción en dicho proceso de inclusión social la importancia de la participación del Estado a través del gobierno en políticas sociales y económicas; sin embargo, mientras para la República es importante tener al estado como un actor regulador en la economía, para el Comercio debería serlo solo en lo que se refiere al crecimiento económico y lucha contra la pobreza, mas no impulsando reformas tributarias que principalmente afectan al empresariado (a quienes El Comercio le suele otorgar una mayor voz).

Asimismo, se pudo hallar que la frecuencia de publicaciones del tema de inclusión social se da en las sesiones económicas y políticas, casi la totalidad de las noticias, su contenido se relaciona con políticas de inclusión

social, acompañadas siempre de fotografías del Presidente de la Republica, Ministros o representantes del poder Ejecutivo.

Laboriano (2014) en sus tesis Contribución del diario Gestión en la toma de decisiones empresariales de las Mypes de la Región Lambayeque, realizo una investigación de tipo descriptivo a 198 empresarios, empleando como técnica la encuesta y como instrumento de investigación un cuestionario de 21 preguntas, orientadas a determinar la contribución de este medio de comunicación, como fuente de información, en la toma de decisiones de los empresarios de la pequeña y mediana empresa de esta zona del país.

En cuanto a la temática informativa, la mayoría de entrevistados en el orden se inclina por finanzas y el 17% por información macroeconomía, un 19% se inclina por finanzas y el 17% por información bursátil(bolsa de valores) y entre los beneficios que ofrece al sector Mypes, es convertirse en una fuente de información importantes para la empresa, siendo el conceso en su totalidad (90% importante y 10% muy importante), debido a que los datos proporcionados por este medio informativo son actuales, creíbles y coherentes con la realidad.

2.2. Base teórica

2.2.1. La noticia, significado y valor

Es indudable que el rol del periodismo, juega un papel decisivo en la sociedad, por su misión informativa, orientadora, educadora y de entretenimiento al servicio de la ciudadanía.

Cumplir a cabalidad este importante rol, implica para el profesional de la información, no solo poseer la capacidad para ejercer esta profesión competitivamente, sino también de disponer de una serie de géneros periodísticos, entre los cuales se encuentra la noticia, que le permite difundir los hechos y acontecimientos que ocurren en su comunidad, ya sea local, regional, nacional e internacional, teniendo

en cuenta una serie de elementos y factores de interés general que ameriten su difusión.

Existe una serie de enfoque para conceptualizar la noticia, partiendo de la más simple a la más compleja; así se tiene que este género periodístico.

De Lorenzo (2002) es la transmisión de un hecho novedoso a un público a través de un medio de comunicación masiva. La noticia como realidad construida, no es espejo de la sociedad. Ayuda a constituir la como fenómeno social compartido, puesto que en el proceso de describir un suceso la noticia define a ese suceso.

Martínez Albertos (2005) sostiene que la noticia en su sentido estricto, es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para su difusión.

Y en su sentido amplio, la noticia, es una materia prima sobre la que los profesionales de la comunicación periodística pueden trabajar con una de estas tres disposiciones psicológicas: la información, la interpretación y la opinión. De las dos definiciones, se entiende el primero como cualquier cosa que ocurre, algo que hace alguien, algo que dice alguien, algo que le pasa a alguien; puede ser incluso, un acto, un dicho, un comportamiento o un gesto, inclusive.

Por tanto, la noticia como un género periodístico, que permite transmitir un hecho o acontecimiento que a una comunidad y suscitará repercusiones de acuerdo a los elementos y factores que coinciden en ella, inclusive traspasando las fronteras del ámbito local y/o nacional.

De otro lado, la noticia también la definen como un informe oportuno de todo aquello de interés para la humanidad y la mejor noticia es aquella que interesa al mayor número de lectores.

El más alto grado de interés por un suceso es lo que le ocurre al hombre, todo aquello que le afecta a ellos mismos. Los factores de la noticia: oportunidad, proximidad, magnitud e importancia (Bond, 2003).

Asimismo, se debe destacar que las noticias en su conjunto y mediante su acción constante, determinan el conocimiento que un sujeto tiene del entorno que lo rodea e influenciara en la postura que adopte frente al mismo.

Al respecto Faundes (2005), atribuye al periodismo un protagonismo social relevante, cuando sostiene que la mayor parte del conocimiento social y político, así como muestras creencias sobre el mundo, proceden de las decenas de informaciones que leemos o escuchamos a diario, es muy probable que no exista otra práctica discursiva, aparte de la conversación cotidiana, que se practique con tanta frecuencia y por tanta gente como son el seguimiento de noticias en prensa y televisión.

Esta significativa influencia en el lector, oyente o espectador, otorga a la noticia su “valor noticioso” que rige su noticiabilidad, lo que implicaría a una serie de aspectos para su selección y difusión.

Stella (2001 p. 600) por ejemplo, partiendo de los valores que rigen la noticiabilidad, señala que la noticia es la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento.

Por lo tanto, las noticias serian el producto de la selección y el control de las formas de procesamiento que responden a instrucciones (más o menos explicitadas) de la empresa y a actitudes y valores

consensuados o al menos aceptados (la distorsión consciente) y de la articulación de prejuicios, valores compartidos con el medio y con la sociedad, representaciones del propio trabajo y que están implícitos (la distorsión inconsciente o involuntaria) (Ibarrola p. 1998).

Por último, las noticias se pueden definir como el resultado de un proceso que comprende la selección y publicación de determinados hechos producidos durante el acontecer diario, para convertirse en noticia, de cumplir cierto grado de utilidad e interés que puedan tener en el público; de allí que el periodista emplea indiferentemente tanto la lógica inductiva (recoge y registra hechos verificables mediante la observación objetiva) como la deductiva, que al analizar los sucesos, bajo un marco teórico y un criterio de interpretación, el reportero emite enunciados hipotéticos (Mejía, 2004).

Por lo tanto, la noticia es concebida gracias al tratamiento de criterios periodísticos aplicados a un hecho en particular, toma en cuenta los valores de objetividad y veracidad para su realización, cuyos criterios guardan relación directa con su grado de importancia y aceptación, es decir, su credibilidad.

2.2.2. Elementos y características de las noticias

Para que la noticia, cumpla con su cometido de dar a conocer los hechos y acontecimientos actuales, públicos y de interés general para conocimiento de la lectoría al cual se dirige el medio periodístico, es importante que su contenido sea completo y efectivo, de allí debe responder las siguientes preguntas:

Que: El suceso

Cuando: El tiempo

Dónde: El lugar del hecho

Como: Las circunstancias en que ocurrieron los hechos

Por qué: Las causas

Para que: Los objetivos

Luego de haber revisado bibliografía del tema planteado, se ha podido identificar las características relevantes de la noticia como género periodístico:

Veracidad: los hechos o sucesos deben ser verdaderos y por lo tanto verificables.

Objetividad: El periodista no debe verse reflejado en ella mediante la introducción de ninguna opinión o juicio de valor. En la noticia no ha de aparecer quien la ha redactado, solo se adivinara que tiene un autor porque en ella se da una selección de la realidad, de manera que el periodista escoge los elementos que le parecen interesantes y relevantes. Pero en ningún caso mostrara su opinión.

Actualidad: Es la difusión de hechos actuales, ocurridos recientemente (actualidad primaria) o hechos pasados que son relevados y que adquieren actualidad (actualidad secundaria), como por ejemplo las efemérides.

Interés general: El hecho o acontecimiento debe tener relevancia social y no particular, cuyas repercusiones afecten la percepción del lector o espectador.

Además de estas características, se añade dos atributos que todo contenido noticioso debe poseer:

Claridad: Los hechos deben ser expuestos de forma ordenada y lógica.

Brevedad: Los hechos deben ser presentados brevemente, sin redundancias o datos considerables.

2.2.3. Tipos de noticias:

De acuerdo a la cobertura geográfica, la noticia puede ser local, regional, nacional o internacional.

En relación al tratamiento de su contenido puede dividirse en dos grandes segmentos: general y especializada.

En cuanto a la temática, las noticias se pueden clasificar en económica, financiera, política, educativa, policial, deportiva, judicial, diplomática, ciudadana, médica, militar, educativa, cultural, turística, de espectáculos, religiosa y social.

2.2.4 Estructura de las noticias:

La estructura de la noticia tiene los siguientes componentes:

El epígrafe o antetítulo: Complementa al título.

El titular: Su función es proporcionar lo esencial de la información, pero también tiene por objetivo suscitar el interés del lector, invitándolo a leer la noticia.

El subtítulo o la bajada: Es una síntesis de lo más importante del texto, por lo que debe ser llamativa.

Lead o Entrada: Es el primer párrafo o las líneas iniciales en que se resume lo esencial del hecho noticioso. Su redacción a las cinco preguntas fundamentales: quien, que, cuando, donde y por qué. Puede faltar alguno de tales elementos o añadirse otros: para que, como, etc.

El cuerpo de la noticia: Es el desarrollo del contenido noticioso, cuya extensión puede ser más o menos larga y agregar más o menos detalles a lo incluido en el "lead". Cuando consta de varios párrafos, es norma que los mismos sigan un orden decreciente de importancia (pirámide invertida); debido a que, si los límites de espacio lo exigen, a la hora de componer la página puede prescindirse de uno

o más párrafos empezando por el final, de modo que solo se supriman los datos menos relevantes.

Ibarrola (2000) identifica 16 requisitos del estilo que toda noticia debe tener en cuenta para generar interés:

Claridad: Tener no solo una visión clara de los hechos sino también utilizar un lenguaje fácil, a base de palabras transparentes y frases breves.

Concisión: Que es el resultado de utilizar palabras indispensables, justas y significativas de expresar lo que se requiere decir.

Densidad: Abundante en hechos y más hechos, pero significativos.

Exactitud: No solo de los hechos que se narran, sino en las palabras que se utilizan para contar tales hechos.

Precisión: Que requiere un orden lógico de las ideas y sensibilidad para transmitirlos, en base a datos, la observación y visión clara.

Sencillez: Cualidad que se produce al utilizar palabras del uso común.

Naturalidad: Empleo de expresiones propias del acervo personal y social del que escribe.

Originalidad: Sinceridad expresiva de una gran fidelidad a sí mismo y hacia el mundo externo y un modo de hacer personalísimo.

Brevedad: En la práctica equivale a la concisión, sin embargo, en periodismo esta cualidad está supeditada a la limitación del tamaño, pero dependerá del interés de la misma para otorgarle una mayor o menor dimensión.

Variedad: Estilísticamente esta exigencia implica una variedad expresiva de acuerdo con la variedad de los hechos que se narran.

Atracción: El estilo periodístico no puede ser torpe, su construcción ha de ser atractiva por sí misma, no tanto por lo que se dice, sino como se dice.

Ritmo: Cada historia, cada suceso que se relata exige un ritmo propio para impactar en el público.

Color: Se refiere a que cada hecho se le debe impregnar “color”, describirlo de un modo plástico, pintoresco. No depende de las palabras sino de su engarce dentro de la frase.

Sonoridad: En los títulos periodísticos principalmente, para que la frase no solo sea declarativa sino llamativa por su sonoridad.

Detallismo: Tan periodística es la gran noticia como el minúsculo detalle que revele o descubra el valor humano de un suceso.

Corrección y propiedad: La redacción de una noticia debe respetar la estructura gramatical; las noticias deben ser escritas con propiedad, respetando las estructuras fundamentales del idioma.

2.2.5. El valor periodístico de la noticia

Definir el valor periodístico de las noticias, es una tarea compleja que requiere mucho profesionalismo, experiencia, pero sobretodo identificar los hechos y acontecimientos que motiven a los ciudadanos a leer las noticias, para lo cual es necesario conocer el grado de interés de la publicación, como factor decisivo en la toma de decisiones en forma diaria.

De allí que existan ciertos factores en los que se basa la publicación del contenido de la noticia periodística, que giran más que en términos económicos respecto a la producción informativa en el mercado, en valores periodísticos vinculados estrechamente con las rutinas sociales de la recopilación de noticias y producción organizativas.

A continuación, se detalla los factores conocidos que determinan el interés de la noticia que se han agrupado de la siguiente manera:

Actualidad: Es decir un hecho nuevo, lo reciente; sin embargo, no toda información nueva es una posible noticia, para ello es requisito que los acontecimientos descritos sean nuevos en sí mismos, es decir, reciente, dentro de un margen de entre uno y algunos días. (Teun, 1999).

De otro lado, Leñero (2000) sostiene que a los lectores de periódicos y al auditorio de noticieros les interesa estar al tanto del acontecer

social oportunamente; lo que en la mañana es noticia, puede no serlo en la tarde y seguramente no lo será el día siguiente; de allí que la noticia se acaba, cumple su función, en cuanto se difunde.

Proximidad: Se debe entender no solo a la proximidad geográfica, sino todo aquello que rodea física y mentalmente al hombre; su trabajo, su casa, su familia, su medio ambiente, su salud, su religión, sus costumbres, su ideología, etc. y en última instancia al hombre mismo (Ibarrola, 2000) .

Teun (1999) clasifica el valor de la proximidad como local e ideología de los acontecimientos periodísticos, la cual proviene de los criterios generales de consonancia (normas, valores, actitudes socialmente compartidos).

También incluye la presuposición de conocimientos y la relevancia; es decir se sabe más sobre el propio pueblo, ciudad, país o continente, es parte a través de la experiencia directa y a través de las comunicaciones informales de las experiencias de otros a quienes conocemos.

Importancia: Se refiere a la información sobre acontecimientos o acciones que son relevantes para el lector; muestran como los acontecimientos y las decisiones pueden afectar a nuestras vidas, como las noticias sobre el desempleo o los servicios sociales, las leyes y las reglamentaciones (Teun 1999).

Warren (2007) complementa esta característica cuando sostiene que el lector quiere estar al día, saber lo que pasa y por qué pasa para actuar en consecuencia.

Por lo tanto, las noticias trascendentes adquieren relevancia y requiere que los hechos sean veraces y exactos.

Oportunidad: Hace mención a las circunstancias que pueden identificarse en el entorno y que el periodista aprovecha para explotarla periodísticamente, adelantándose a la competencia y contribuyendo a ofrecer un producto periodístico de valor diferenciado. Es necesario en este sentido, que el hombre de prensa, agudice su poder de observación, su capacidad de análisis y su creatividad para identificar un hecho o suceso de interés.

También se refiere a informar a tiempo, primero, debido a que el trabajo periodístico adquiere relevancia siendo catalogada como una noticia “exclusiva” o “primicia”, conseguida por la astucia del comunicador social.

Novedad: Se refiere a un hecho recién transmitido, aunque no sea actual. La noticia es un producto perecedero y el cumulo diario de información lo convierte en algo breve (Warren 2007).

Morin (1990) sostiene que no siempre es posible que los dos eventos estén cerca; hasta cierto punto se construye esta novedad, pues, los periodistas valoran la novedad a partir de si esa noticia nueva llega a ellos mismos, asumiendo también lo resultara para el público.

Pero lo que es todavía más importante, es que los periodistas crean la novedad; transmiten la realidad exterior como un conjunto de acontecimientos dispares e independientes, cada uno de los cuales puede, por tanto ser presentado como noticia.

Lo novedoso se puede basar en la originalidad, lo imprevisible y lo inédito. Estas cualidades muy comunes en sucesos noticiables despiertan gran interés, pues apelan a la curiosidad y a la inquietud que provocan.

Consonancia: Las noticias deben estar en consonancia con normas, valores y actitudes socialmente compartidos (Teun, 1999). Es importante conocer las creencias, opiniones y actitudes preexistentes del público lector para impresionarlo, ya que resulta más interesante y fácil de comprender, más fácil de aceptar y de integrar aquella

noticia que está en concordancia con las actitudes de los periodistas y de los lectores, ya que el consenso ideológico de una sociedad o cultura determinada interviene en una buena o mala percepción o valoración de los hechos o acontecimientos mostrados.

La noticia también puede referirse a personas, países o acciones que no estén en consonancia con nuestras actitudes dominantes, pero: 1) esta noticia tendrá menos posibilidades de aparecer a menos que: 2) confirme nuestros esquemas negativos sobre esas personas o países. Y 3) la perspectiva de la descripción sea consecuente con estos esquemas. Incluso entonces, las complejidades cognitivas de este valor periodístico no quedaran en absoluto claras. (Teun, 1999).

Utilidad: La noticia también sirve de guía para la formación de opiniones y toma de acciones, de allí la importancia función no solo de informar sino de orientar a la opinión pública, como el caso de las recomendaciones ante sismos, asaltos, entre otros.

Notoriedad: No solo por la relevancia del personaje por la función o rol público que ejercen en la sociedad son noticia. Los lugares, las cosas, las situaciones que son de conocimiento público y que están unidas de alguna manera con el universo del lector dan notoriedad a la sociedad. (Warren, 2007).

Entre las personas encontramos: funcionarios públicos, gobernadores, miembros, artistas, cantantes, atletas, entre otros. Asimismo lugares, pueden ser fuentes de noticia: lugares históricos, museos, firma de un tratado internacional, entre otros.

Por otro lado, Leñero (2000) proponen también factores de interés periodístico que le otorgan valor a un hecho y que lo transforman en noticia.

Actualidad: A los lectores de periódicos y al auditorio de noticiarios les interesa estar al tanto del acontecer social oportunamente. Lo que en la mañana es noticia, puede no serlo en la tarde y seguramente no lo

será el día siguiente. La noticia se acaba, cumple su función, en cuanto se difunde. Esto ocurre por más que la noticia siga generando otras noticias.

Conflicto: Lo que se refiere a contiendas, a pugnas de hechos o conceptos entre distintas fuerzas. La mayoría de las informaciones que se difunden se refieren a una lucha de contrarios, que está por encima de lo que sus semejantes podrían hacer.

Humorismo: Este factor puede convertir un hecho cualquiera en asunto periodístico. Casi siempre las informaciones de este tipo se incluyen en áreas fijas de las publicaciones o noticiarios y se utilizarán para refrescar o hacer más entretenida la información.

Magnitud: Es lo relativo a las grandes o pequeñas proporciones, los alcances de los hechos que se vuelven periodísticos.

Progreso: Los adelantos del acontecimiento de la técnica, de la ciencia, provocan siempre el interés público. Es el caso de los órganos compuestos para su trasplante en cuerpos humanos o de los viajes especiales.

Prominencia: Se refiere al carácter relevante que poseen algunas personas, lugares, animales o cosas.

Proximidad: las noticias que pertenecen a nuestro barrio, a nuestra ciudad, a nuestro país tienen siempre mayor interés para los habitantes en función de la proximidad. Lo mismo ocurre cuando los sujetos de una información periodística son conocidos por el público o cuando este quiere conocer a aquellos.

Rareza: Lo que se aparta de la rutina, de lo esperado, constituye una rareza que frecuentemente alcanza nivel periodístico. Es el caso de quienes viven años con herramientas u otros instrumentos quirúrgicos en el vientre.

Trascendencia: Todos los hechos que tienen consecuencia en un sector o en la sociedad entera, los que afectan el porvenir, constituyen hechos culminantes.

Por su parte Velásquez (2000), señala que los medios de comunicación son especialmente sensibles para captar que un hecho es importante e interesante cuando se presenta uno de estos cuadros rasgos:

Apariciones: Presencia elocuentes de personajes conocidos, sus declaraciones u otras formas de opinión.

Desplazamientos: Viajes, cumbres, congresos y todos los recorridos intencionales que con su movimiento apuntan hacia algún efecto que se trata de provocar.

Resultados: Leyes, sentencias, resoluciones, resultados de encuentros deportivos, y todas las expresiones numéricas de la realidad social.

Explosiones: Asesinatos, atentados, guerras, fenómenos naturales de carácter violento y en general, las destrucciones repentinas e irreversibles de la vida humana provocadas por procesos inesperados o acciones fulminantes.

El autor señala que estos valores noticiosos, derivan de consideraciones respecto al contenido de las noticias, la disponibilidad de material, el público al que se dirige y a la competencia.

2.3 Base conceptual:

Noticia periodística: Hecho o acontecimiento actual y de interés general para una comunidad local, nacional, internacional y mundial.

Dimensiones de interés noticioso: Son las áreas que llaman la atención y estimulan el deseo de la lectura de un contenido informativo por su actualidad, relevancia social, entretenimiento, etc.

Selección de noticias: Proceso de elección de las noticias de un diario en función a criterios de políticas de un medio de comunicación y factores del mercado.

Portada del diario: Es la primera plana de un diario impreso que se caracteriza por grandes titulares e imágenes impactantes.

Motivación de lectura del diario: Es el impulso que lleva al lector a la lectura o compra por los beneficios que ofrece el medio impreso, ya sea contenido noticioso, precio económico, sorteos, promociones, etc.

Predisposición a la compra: Es la actitud o forma de comportamiento a favor de una marca de diarios, que se ve reflejada.

Preferencia de un diario: Identificación del lector por determinado medio impreso por el valor que representa en cuanto a la satisfacción de su necesidad o deseo de información, gusto o preferencia.

2.4 Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Las noticias del diario “El Trome” tiene un impacto social significativo en los lectores de 25-50 años de la ciudad de Chiclayo 2017.

2.4.2. Hipótesis específicos

H.E.1. El valor que le otorga el lector a la función periodística es importante y a la estructura de las noticias del diario “El Trome” es atractiva.

H.E.2. La percepción del lector de los tipos de noticias del diario “El Trome”, es atractiva tanto de titulares, contenido informativo y fotografía.

H.E.3. La influencia del diario “El Trome” que se refleja en sus hábitos de lectura, motivaciones, entorno social y actitudes de sus lectores, es significativo.

2.5 Variables

2.5.1. Identificación de variables

Variable independiente: noticias

Variable dependiente: Impacto social

2.5.2. Conceptualización de variables

Variable independiente: noticias

Un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para su difusión. **(Martínez, 2005).**

Variable dependiente: Impacto social

Es la influencia negativa o positiva de los medios masivos sobre los individuos **(Martínez de Toda y Terrero, 2008).**

2.5.3. Operacionalización de variables

Se operacionalizó con indicadores como:

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	ITEM
Noticias del diario El Trome	Identidad del diario	-Función periodística -Atributos del diario	Escala nominal	1 2
	Estructura periodística	-Titulares -Contenido noticioso -Fotografías	Escala nominal	3 4 5
	Tipos de noticias	-Información en general -Policiales, - Judiciales -Económicas -Políticas -Deportivas -Farándula -Educativas -Culturales -Entretenimiento	Escala nominal	6
VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	ITEMS
Impacto social del lector	Hábitos de compra	-Frecuencia -Lugar	Escala nominal	7 8
	Motivos de compra	-Calidad de noticias -Prestigio -Precio -Promociones -Entretenimiento -Educativo/ Cultural	Escala nominal	9

	Efectos en su entorno	-Me mantiene informado -Aprendo cosas nuevas -Fortalece la comprensión lectora -Me permite debatir -Entretiene a la familia -Otro (especifique)	Escala nominal	10
	Actitudes hacia la compra de diarios locales	-Identificación con las noticias - Recomendación del diario	Escala nominal	11 12

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III:

MARCO METODOLÓGICO

DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO III:

MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es descriptiva, ya que se describió los resultados en forma objetiva sobre la variable Noticias del diario “El Trome” y del impacto social en los lectores.

3.2 Diseño de Investigación/Contrastación de la Hipótesis

El diseño de la investigación no es experimental porque no manipula las respuestas de lo investigado; es de corte transversal, porque la investigación se ha realizado en un determinado tiempo y espacio y la contratación de la hipótesis planteada se basó en los datos hallados del estudio, que se confrontó con los antecedentes y marco teórico elaborado para tal fin.

3.3. Población y muestra

La población estuvo constituida por lectores de 25-50 años de la ciudad de Chiclayo, de acuerdo a los datos de la Compañía de Investigación de Mercado y Opinión Pública del 2017 es de 76,492 habitantes; de acuerdo a ello, para determinar la muestra se utilizó la formula estadística de universos finitos.

Para hallar la muestra estadísticamente, se empleó la siguiente formula:

$$n = \frac{Kp \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + Kpq}$$

Los valores que aparecen en la formula se definen de la siguiente manera:

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos hacer).

Aplicando los datos en los valores que figuran en la formula, se calcula el tamaño muestra, obteniéndose lo siguiente:

Valor	Datos
N:	76,492
K:	2
e:	5%
p:	0.5
q:	0.5
n:	76 es el tamaño de la muestra

Fuente: Elaboración propia

3.4. Materiales, Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Para aplicar las técnicas e instrumentos de investigación para recolectar datos de la investigación se utilizó como materiales el programa informático Word, fichas, hojas Din A-4, lapiceros, lápices, impresora, tinta, memoria USB entre otros.

Se utilizó la encuesta como técnica para recolectar los datos, que fue validado por el asesor Valentín Alvarado Ramírez experto en Periodismo. basándose en criterios como la pertinencia respecto al estudio, la naturaleza y tipo de investigación; su utilidad para demostrar la hipótesis planteada, la interrelación de las preguntas con los indicadores y dimensiones de las variables en estudio y la secuencia lógica, oportunidad y consistencia en la estructura y formulación de las preguntas de la investigación.

Igualmente se empleó la técnica documental y como herramienta la ficha documental para elaborar el marco teórico de la presente investigación.

3.5. Métodos y procedimientos para la recolección de datos

Para recolectar los datos del presente estudio, se elaboró un cuestionario, compuesto por 12 preguntas que comprendían las dos variables en estudio, compuestas por 06 preguntas con escala de Likert y de alternativa múltiple, que respondieron a los indicadores de cada variable. La norma de actitud de la muestra se aplicó en los cuestionarios fue lectores del diario El Trome, empleándose una pregunta filtro que identificó al lector, aplicándose posteriormente la encuesta.

3.6. Tabulación de datos

Una vez aplicadas las encuestas, se revisaron los cuestionarios para verificar la calidad de los datos consignados en los mismos, luego fueron codificados y posteriormente se procedió a tabular los datos de cada variable estudiada aplicando las fases del procesamiento de información del software empleado como es el Excel.

En cuanto al análisis de documentos, como las referencias bibliográficas se procedió a la búsqueda y selección de investigaciones, libros y autores cuyos aportes eran pertinentes a la presente investigación y sobretodo útiles que permitieron sustentar y contrastar los resultados.

3.7. Presentación y análisis estadístico de los datos (cuadros, tablas y gráficos estadísticos)

Los datos recolectados en las preguntas aplicadas a los lectores del diario El Trome, fueron comprobados para obtener una información objetiva. Se empleó el programa Excel para procesar estadísticamente los datos estadísticos, presentando en figuras los resultados para su posterior análisis y contrastación de la hipótesis.

La aplicación del material empleado (cuestionario estructurado), se obtuvieron los resultados que a continuación se muestran en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1.-Presentación de Resultados

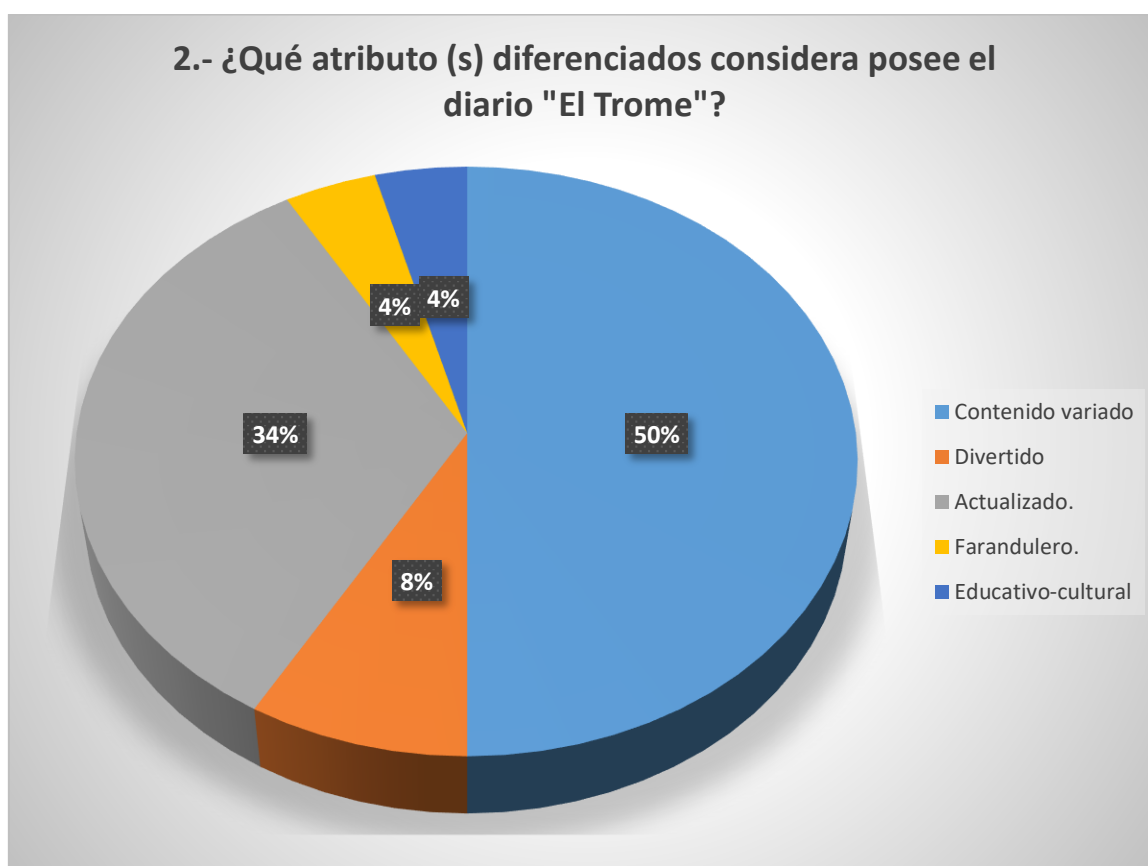
Figura N° 01 Función Informativa del diario El Trome



Fuente: Encuesta aplicada a lectores del diario El Trome. Elaboración propia.

Análisis: El total de entrevistados se observa que el 33% considera que la función informativa que ejerce el diario “El Trome” en el distrito de Chiclayo, es “poco importante”, sin embargo existe un 27% que opina “importante” y “ni importante, ni poco importante” en ambos casos.

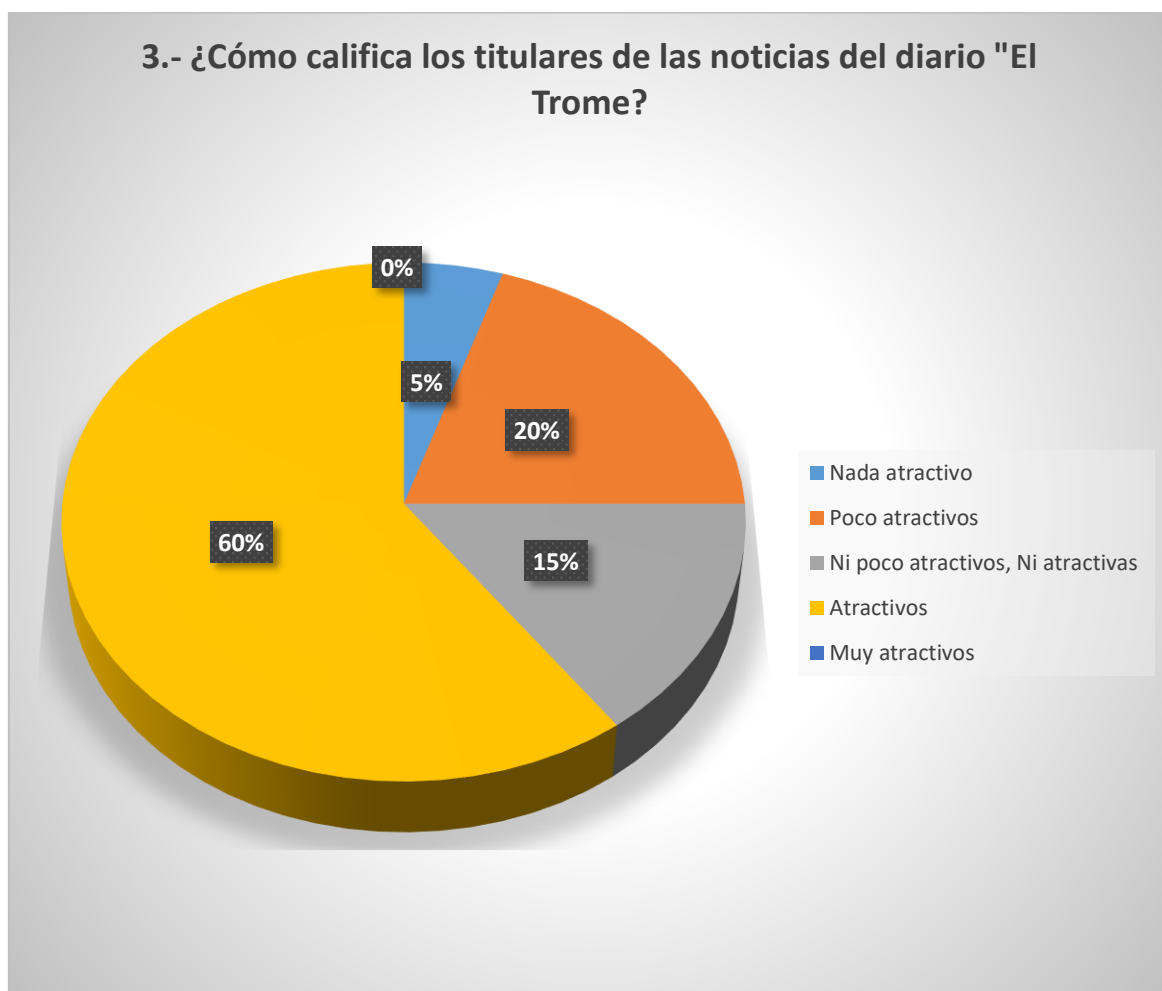
Figura N° 02 Atributos diferenciados del diario El Trome



Fuente: Encuesta aplicada a lectores del diario El Trome. Elaboración propia.

Análisis: El total de entrevistados, el 50% considera que el principal atributo diferenciado que posee el diario “El Trome” en el distrito de Chiclayo, es su contenido variado. Le sigue con el 34% ser actualizado. Y el 8% divertido, el 4% farandulero y educativo-cultural respectivamente.

Figura N° 3 Calificación de Titulares de las noticias del diario El Trome



Fuente: Encuesta aplicada a lectores del diario El Trome. Elaboración propia.

Análisis: El total de entrevistados, el 60% califica a los titulares de las noticias del diario “El Trome” en el distrito de Chiclayo, son atractivos, mientras que el 20% opina “poco atractivos” y el 15% “ni poco atractivos, ni atractivos”, y el 5% “nada atractivos”.

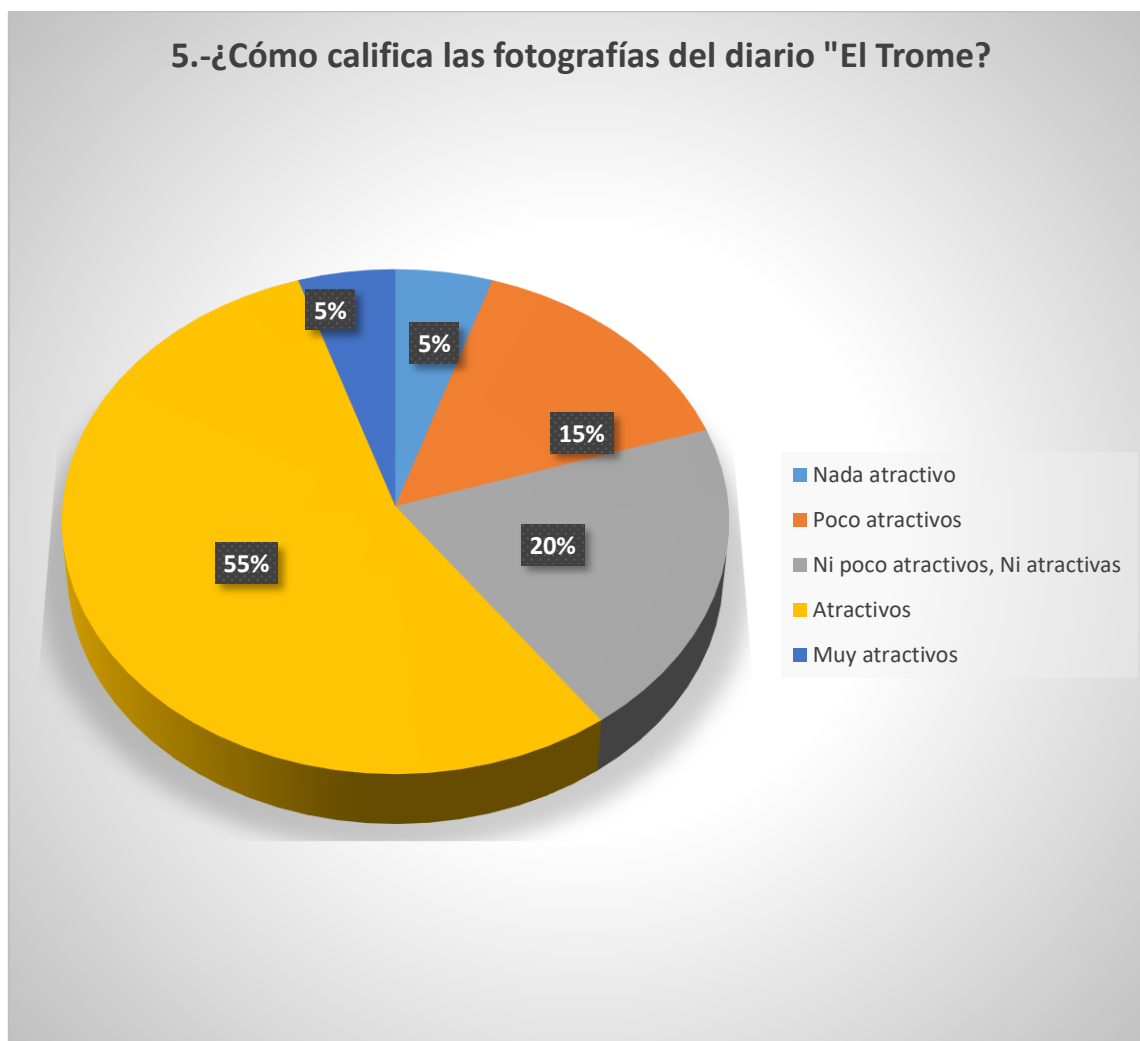
Figura N° 4 Calificación del Contenido Informativo del diario El Trome



Fuente: Encuesta aplicada a lectores del diario El Trome. Elaboración propia.

Análisis: El total de entrevistados, el 40% califica el contenido informativo de las noticias del diario “El Trome” en el distrito de Chiclayo, son atractivos, mientras que el 25% opina “ni poco atractivos”. Y con un 10% “muy atractivos”.

Figura N°5 Calificación de las Fotografías del diario El Trome



Fuente: Encuesta aplicada a lectores del diario El Trome. Elaboración propia.

Análisis: El total de entrevistados, el 55% califica a las fotografías de las noticias del diario “El Trome” en el distrito de Chiclayo, “atractivas”, mientras que el 20% opina “ni poco atractivas, ni atractivas” y el 15% “poco atractivos”. Muy distante, con un 5% “ muy atractivos “ y “nada atractivas” en ambos casos.

Figura N°6 Noticias que atraen más del diario El Trome

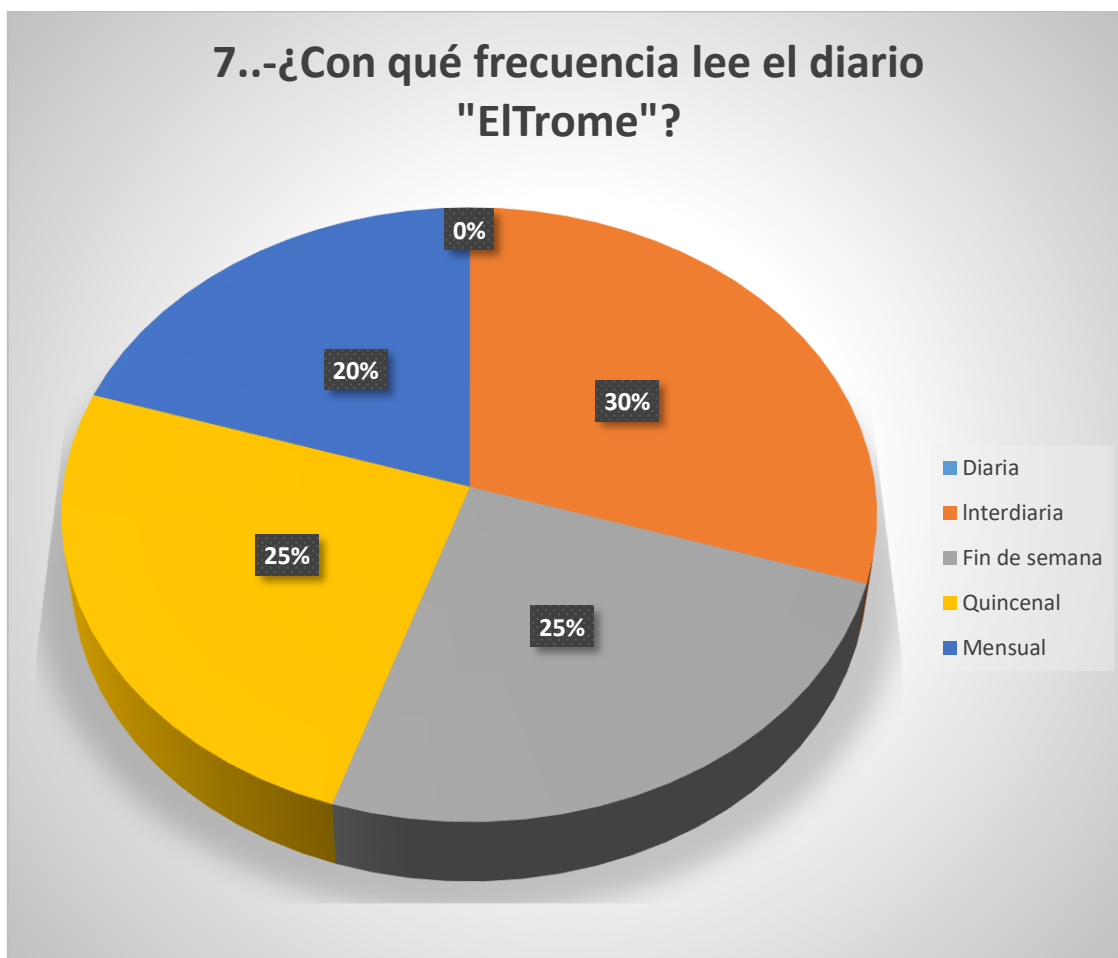


Fuente: Encuesta aplicada a lectores del diario El Trome. Elaboración propia.

Análisis: El total de entrevistados, las noticias que atraen más la atención son “noticias de informacion general” con el 24%; “noticias de farándula” y “noticias de entretenimiento” con el 21% respectivamente.

Con el 10% “noticias educativas culturales”; con el 4% “noticias económicas” y con el 3% “noticias deportivas” y “noticias políticas” en ambos casos.

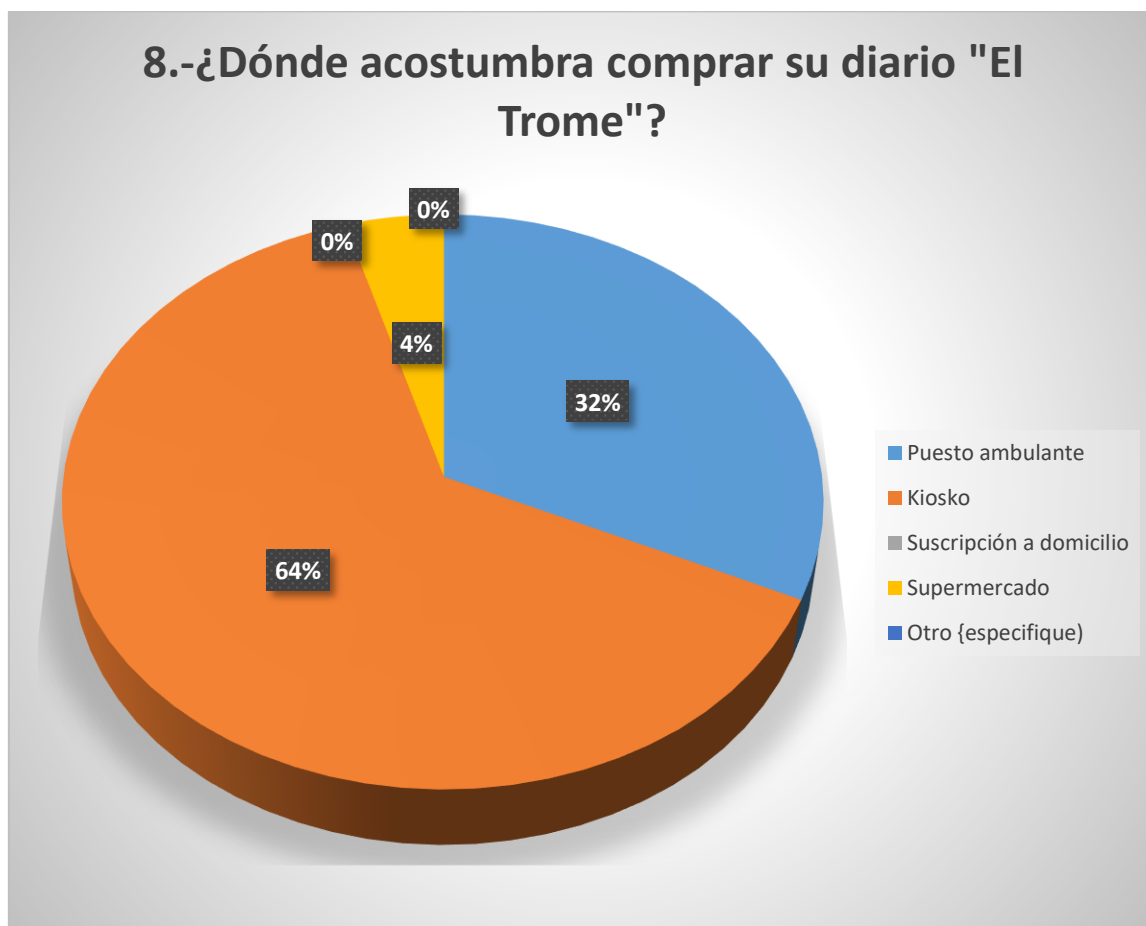
Figura N°7 Frecuencia de lectura del diario El Trome



Fuente: Encuesta aplicada a lectores del diario El Trome. Elaboración propia.

Análisis: El total de entrevistados, la frecuencia de lectura del diario El Trome, es “interdiaria” con el 30%. Le sigue con el 25% “fin de semana” y “quincenal” en ambos casos. Y con un 20% la frecuencia es “mensual”.

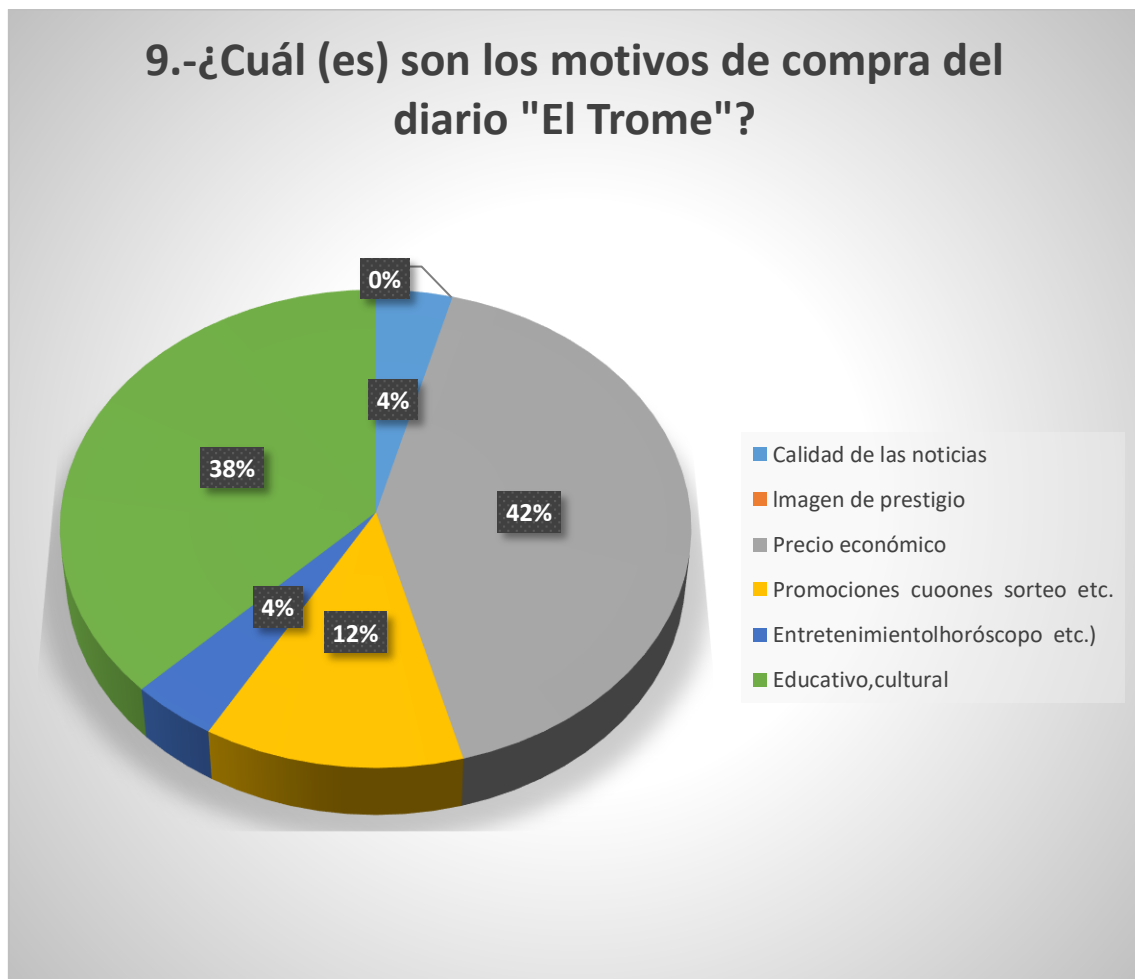
Figura N°8 Lugar de compra habitual del diario El Trome



Fuente: Encuesta aplicada a lectores del diario El Trome. Elaboración propia.

Análisis: El total de entrevistados, el lugar de compra habitual del diario El Trome es el kiosko con el 64%. Le sigue Puesto Ambulante con el 32%. Muy distante le sigue el supermercado con el 4%.

Figura N°9 Motivos de compra del diario El Trome



Fuente: Encuesta aplicada a lectores del diario El Trome. Elaboración propia.

Análisis: El total de entrevistados, los motivos de compra del diario El Trome son el precio económico con el 42%. Le sigue educativo-cultural con el 38%. Muy distante le sigue con el 12% “promociones” (cupones, sorteos etc.); “calidad de noticias” y “entretenimiento” con el 4% en ambos casos.

Figura N°10 Efectos (s) del contenido noticioso del diario El Trome

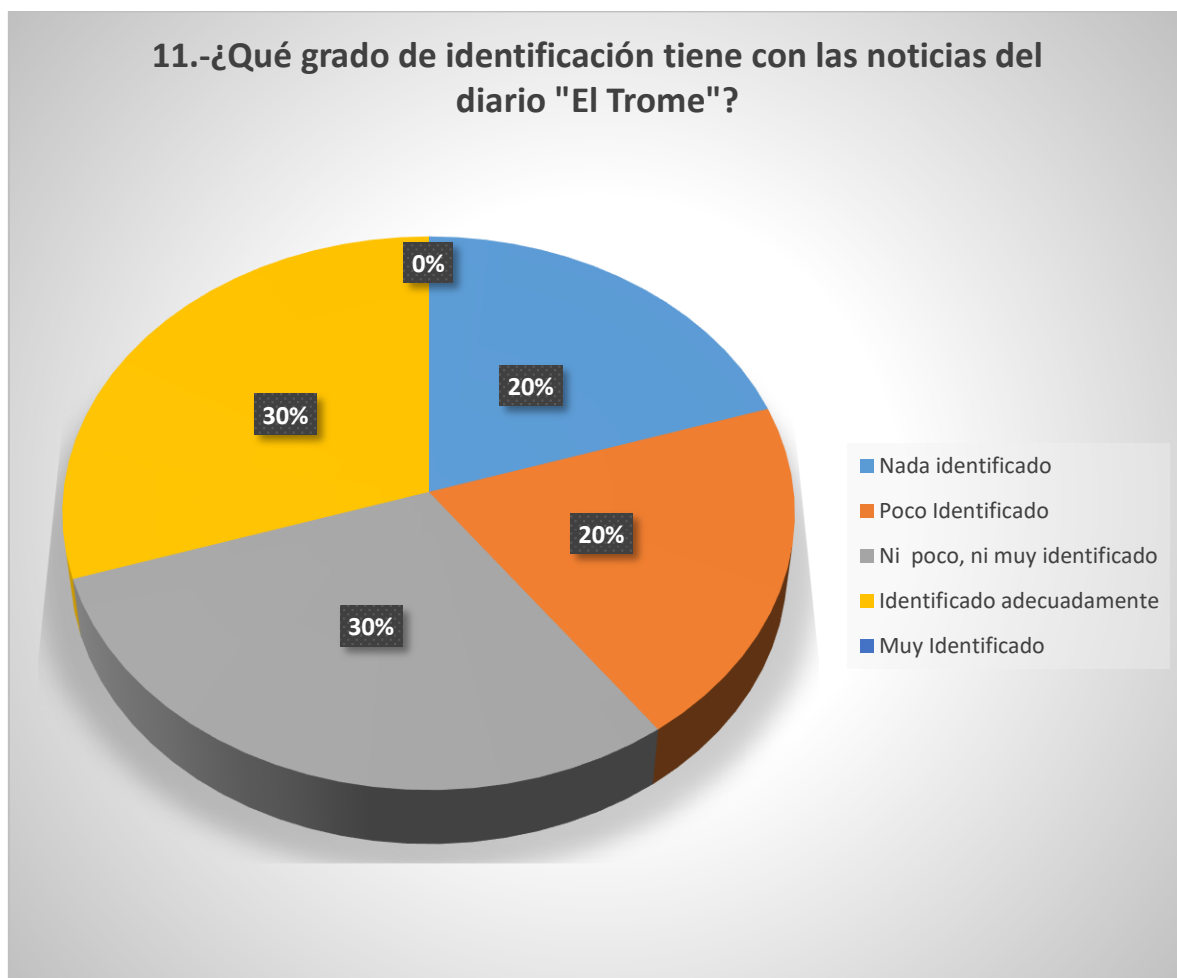


Fuente: Encuesta aplicada a lectores del diario El Trome. Elaboración propia.

Análisis: El total de entrevistados, el efecto (s) que ejerce el contenido noticioso del diario El Trome son “entretiene a toda la familia” con el 43%. Le sigue con el 38% “me mantiene informado sobre hechos y acontecimientos actuales y de interés social.

Muy distante le sigue con el 14% “fortalece mi comprensión lectora” y con el 5% “me permite debatir con mis compañeros, temas que nos afectan como ciudadanos”.

Figura N°11 Grado de identificación con las noticias del diario El Trome



Fuente: Encuesta aplicada a lectores del diario El Trome. Elaboración propia.

Análisis: El total de entrevistados, el grado de identificación que se tiene con las noticias del diario El Trome, es “identificado adecuadamente” con el 30%, y “ni poco, ni muy identificado” con el 30% respectivamente. Le sigue con el 20% “poco identificado” y “nada identificado” con el 20%.

Figura N°12 Disposición a recomendar a familiares y amigos la compra del diario El Trome



Fuente: Encuesta aplicada a lectores del diario El Trome. Elaboración propia.

Análisis: El total de entrevistados, el grado de disposición a recomendar a familiares y amigos la compra del diario El Trome, es “sí” en el orden del 65%, mientras que “no” el resultado es del 35%.

CAPÍTULO V:

ANÁLISIS INTERPRETACIÓN

DE LOS RESULTADOS

CAPÍTULO V:

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados hallados, demostraron que las noticias del diario “El Trome” tuvieron un impacto social significativo en los lectores de 25-50 años de la ciudad de Chiclayo 2017.

En cuanto a su Variable Independiente, Noticias del Diario El Trome, en su dimensión *Identidad con el medio de comunicación*, se halló que los entrevistados consideraron “importante su función informativa” en el orden del 27%. Si bien la mayoría de lectores (33%) calificaron poco importante esta función, sin embargo existió un 27% de lectores que manifestó su opinión ni a favor ni en contra, debido a que se inclinaron a orientar su preferencia hacia otros contenidos que ofrecía el diario. Esta apreciación, se pudo sustentar en los resultados hallados en cuanto al *atributo principal* del diario El Trome, que en el orden del 50% consideraron que el beneficio diferenciado fue su contenido variado, ocupando el segundo lugar, el ser actual con un representativo 34%.

En relación a la dimensión de la *estructura periodística* del diario El Trome, los entrevistados opinaron favorablemente. Así se halló que sus titulares fueron calificados como atractivos (40%) y muy atractivos (10%). Las fotografías de las noticias atractivas (55%) y muy atractivas (5%); mientras que el contenido informativo fue valorado como atractivo (40%).

Referente a la dimension, Tipos de noticias del diario El Trome, los entrevistados manifestaron su preferencia hacia la informacion general (24%) y temática de farándula y entretenimiento” (21% para ambos casos), lo que demostró la motivación de los lectores hacia la función de entretenimiento que ejerce este medio y del perfil de su lectoría.

En cuanto la variable dependiente, Impacto Social del lector del diario El Trome, a la luz de los resultados, se puedo determinar que los resultados son contundentes.

En cuanto a la dimension, hábitos de consumo del diario, la mayoría de entrevistados manifestaron que la frecuencia de lectura del diario El Trome, era interdiaria (30%); mientras que la frecuencia de su lectura era el fin de semana y quincenal (25% en ambos casos).

En cuanto al lugar de compra habitual del diario El Trome, la mayoría de lectores entrevistados manifestaron que lo compraban en un kiosko de periódicos(65%), seguido del puesto ambulante (32%). En relación a la motivación de compra del diario El Trome, el principal factor fue el precio económico (42%).

Y referente al efecto que ejerce el contenido informativo del diario El Trome en su entorno, la mayoría de los encuestados manifestaron que entretiene a toda la familia (42%) y que los mantiene informado sobre hechos y acontecimientos actuales y de interés social (43%).

A la luz de los datos hallados en la presente investigación, se puede contrastar que las hipótesis específicas planteadas son válidas, así como su hipótesis general al determinar que las noticias del diario “El Trome” tiene un impacto social significativo en los lectores de 25-50 años de la ciudad de Chiclayo, toda vez que los resultados significativos lo ratifican y coinciden con los antecedentes de la investigación y con la base teórica elaborada en el presente estudio.

Así se tiene a Biondi, Mlró y Zapata (2010) y Rosique (2013) que destaca los principios rectores del Periodismo que orientan hacia el ejercicio periodístico, basado en una información objetiva, imparcial, oportuna, ética y en un servicio público, como condición intrínseca.

Asimismo, en cuanto a la estructura, tipo de noticias y contenido informativo de calidad, basada en la capacidad periodística del medio para identificar y seleccionar los hechos actuales y de interés para la audiencia a la que se dirige, los resultados hallados, coinciden con las investigaciones de Arroyas

(2009) que destaca de la labor del periodista y su capacidad de seleccionar lo interesante.

También con Kovach y Ronsensiel (2005) que resalta la trascendencia de este ejercicio profesional que contribuye a comprender el mundo y el lugar que se ocupa en él. Igualmente con Valecillos (2008) que sostiene un tratamiento informativo de calidad enfocado a satisfacer las necesidades intelectuales de los lectores para lograr el impacto deseado, así como también con Del Rosario (2016) en su investigación sobre el tratamiento informativo de diarios.

Y en cuanto al impacto del contenido informativo de la prensa en sus lectores y en la sociedad, los hallazgos de la presente investigación coinciden con el estudio de Laboriano (2014) que destaca la contribución del contenido de la prensa en la toma de decisiones de las empresas; también en Gómez (2014) en su estudio sobre la influencia de la Agenda Setting; en la investigación de Igartua (2008) sobre recepción e impacto socio-cognitivo de las noticias.

Igualmente se encontró coincidencia con Mejía (2004), en su estudio sobre cultura Popular en el diseño de la prensa sensacionalista que definió el perfil de la lectoría, las modalidades de consumo y las necesidades mediáticas. Y finalmente le sigue en esta línea Martínez Albertos (2005), De Lorenzo (2002), Bond (2003), Faundes (2005), Stella (2001) entre otros que atribuyen al Periodismo un protagonismo social relevante.

A) CONCLUSIONES

- El impacto social de las noticias del diario El Trome es considerado por los lectores entrevistados como “importante” y “ni importante, ni poco importante” con el 27% en ambos casos; siendo el principal atributo del diario, el contenido variado de sus informaciones, en un 50%.
- La percepción de la mayoría de los lectores entrevistados de la estructura periodística del diario El Trome, fue positiva, calificando a sus elementos atractivos: titulares(60%), fotografías (55%) y contenido (40%).
- Los tipos de noticias que son de la preferencia de los lectores del diario El Trome fueron “noticias de farándula” y “noticias de entretenimiento” (21% en ambos casos); y noticias de “información general” (24%).
- La influencia de las noticias del diario “El Trome” es significativo, en cuanto a los hábitos de lectura, siendo su frecuencia interdiaria (30%); el kiosko de periódicos es el lugar de compra preferido (65%); la principal motivación de compra es el precio económico (42%) y el efecto que produce su contenido en su entorno social, es de entretener a toda la familia (43%) y me mantiene informado sobre hechos y acontecimientos actuales y de interés social (38%).

B) RECOMENDACIONES

- Diseñar una campaña publicitaria con el fin de resaltar la función informativa del diario “El Trome” y su contribución como medio de entretener a toda la familia con un contenido variado.
- Capacitar a los periodistas del diario “El Trome” a fin de mejorar la estructura periodística así como sus elementos de acuerdo a las nuevas tendencias del Mercado y empleando la investigación para descubrir gustos y preferencias de contenido periodístico.
- Reforzar los contenidos con temáticas de entretenimiento e información utilitarian, ya que es la principal motivación del lector, mateniendo su precio económico.
- Realizar promociones (ofertas, regalos, etc.) dirigidas a todos los integrantes de la familia para reforzar e incrementar el hábito de lectura del diario, la motivación hacia la compra y recompra, fortaleciendo la preferencia y lealtad hacia el medio de comunicación, para de esta manera hacer frente a la competencia, contribuyendo al bienestar personal, familiar y social de los lectores de la ciudad de Chiclayo.

BIBLIOGRAFÍA

Arroyas, E. (2009). La objetividad y la función democrática del periodismo. Universidad Católica San Antonio de Murcia. España.

Biondi, J. Miro Quezada, S. ZaptaE. . (2010)Derribando muros: Periodismo 3.0: oferta y demanda de comunicación en el Perú de hoy. Editorial El Comercio. Lima.-Perú.

Bond, Fraser (1987) “Introducción al Periodismo”. Ediciones Paulinas, España.

Del Rosario, R. (2016). Análisis del tratamiento informativo de los diarios El Comercio y la República sobre las Políticas de Inclusión Social impulsadas durante los primeros 100 días del Gobierno de Ollanta Humana. Universidad de Lima.Lima-Perú.

De Lorenzo,M. (2002) “Géneros Periodísticos” Ediciones Paraninfo S.A. Madrid, España.

Diezhandino, G Aguago, P Carrera, J Fernández, O Martín I Muro: (2012): El periodista en la encrucijada. Fundación Telefónica, Editorial Ariel. Madrid.

Empresa Editora El Comercio (2012). *Prensa Peruana rompe las tendencias*. El Comercio. Lima Perú.

Faundes, Juan (2005) “Manual de Periodismo Interpretativo”. Editorial Paraninfo. México. Ibarrola, Javier (1989) “La Noticia”. Editorial Pablo de la Torre. La Habana. Cuba.

Gómez, M. (2014) “La influencia de la agenda setting: Análisis comparado del tratamiento del issue “mujer” en la prensa española (2007-2012). Universidad de Zaragoza.

Ibarrola, J. (1998) La Noticia. Técnicas Periodísticas. Gernika. 3ª. Edición. España.

Igartua y otros (2008) "Recepción e impacto socio-cognitivo de las noticias sobre inmigración". Universidad de Salamanca.

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2005). *Los elementos del Periodismo*. Ediciones El País. Madrid.

Laboriano, L. (2014) en su tesis "Contribución del Diario Gestión en la toma de decisiones empresariales de las Mypes de la Región Lambayeque", Universidad de Chiclayo. Lambayeque.

Leñero, Y. (2000) "Manual de Periodismo". Editorial Paraninfo, España.

Martínez Albertos, José Luis (2005). *Curso General de Redacción Periodística*. Editorial Norma. Barcelona, España.

Martínez de Toda y Terrero, J. (2008). *El impacto moral y social de los medios de comunicación social*. Comunicar, núm. 10, marzo. Huelva España.

Mejía, C. (2004) "Cultura Popular en el diseño de la prensa sensacionalista limeña. Análisis de las Portadas de Ajá, Trome y el Popular (Abril-Junio 2004)". Universidad de San Martín de Porres. Lima-Perú.

Morin, V. (1990) "Tratamiento Periodístico de la Información". Paidós Comunicación, Barcelona, España.

Rosique, G. (2013). Los estudios universitarios de periodismo en España: la adaptación al EEES y la formación de periodistas en competencias digitales. Revista Internacional de Estudios sobre Sistemas Educativos, Vol.1, Núm. 1-2. México: Universidad del Desarrollo Empresarial y Pedagógico, pp, 117-132.

Stella, M. (2011) "Periodismo, Noticia y Noticiabilidad". Ediciones Asociados. México.

Teun Van, D. (1999) "La noticia como discurso" Paidós Comunicación, Barcelona, España.

Valecillos, M. (2008) en su estudio "Descripción del Tratamiento Informativo dado al Hecho Económico Fronterizo en el Diario "La Nación" de San Cristóbal". Universidad de La Rioja. España.

Velásquez, C. (2000) "Manual de Géneros Periodísticos" 1era edición. Ediciones La Sabana. Colombia.

Warren, C. (2007) "Géneros Periodísticos Informativos". Ediciones Publishers Ing. Barcelona, España.

ANEXOS

Nº1.-ENCUESTA

ANEXO Nº1: ENCUESTA

1.- ¿Cómo considera la función informativa que ejerce el diario "El Trome" en el distrito de Chiclayo?

Nada importante 1	Poco Importante 2	Ni importante, ni poco importante 3	Importante 4	Muy importante 5

2.- ¿Qué atributo (s) diferenciados considera posee el diario "El Trome"? (Puede marcar X en más de una alternativa).

Contenido variado	
Divertido.	
Actualizado.	
Farandulero.	
Educativo-cultural	

3.- ¿Cómo califica los titulares de las noticias del diario "El Trome"?

Estructura	Nada atractivos 1	Poco atractivos 2	Ni poco atractivos, Ni atractivas 3	Atractivos 4	Muy atractivos 5
Titulares					

4.-¿Cómo califica el contenido informativo de las noticias del diario "El Trome"?

Estructura	Nada atractivos 1	Poco atractivos 2	Ni poco atractivos, Ni atractivas 3	Atractivos 4	Muy atractivos 5
Noticias					

5.-¿Cómo califica las fotografías del diario "El Trome"?

Estructura	Nada atractivos 1	Poco atractivos 2	Ni poco atractivos, Ni atractivas 3	Atractivos 4	Muy atractivos 5
Fotografías					

6.-¿Qué noticias atraen más su atención del diario "El Trome"? (Puede marcar X en más de una alternativa).

Noticias de información general.	
Noticias policiales, judiciales.	
Noticias económicas.	
Noticias políticas	
Noticias deportivas.	
Noticias de farándula	
Noticias educativas, culturales.	
Noticias de entretenimiento (horóscopo, crucigrama, etc.)	

7.-¿Con qué frecuencia lee el diario "El Trome"?

Diaria	Interdiaria	Fin de semana	Quincenal	Mensual

8.-¿Dónde acostumbra comprar su diario "El Trome"? (Puede marcar X en más de una alternativa).

Puesto ambulante	
Kiosko	
Suscripción a domicilio	
Supermercado	
Otro (especifique)	

9.-¿Cuál (es) son los motivos de compra del diario "El Trome"? (Puede marcar X en más de una alternativa).

Calidad de las noticias	
Imagen de Prestigio	
Precio económico	
Promociones, cupones, sorteo, etc.	
Entretenimiento (horóscopo etc.)	
Educativo, cultural	

10.-¿Cuál es el efecto(s) que ejerce el contenido noticioso del diario "El Trome" en su entorno ? (Puede marcar X en más de una alternativa).

a.-Me mantiene informado sobre hechos y acontecimiento actuales y de interés social.	
b.-Me instruye y aprendo muchas cosas nuevas.	
c.-Me fortalece la comprensión lectora.	
d.-Me permite debatir con mis compañeros, temas que nos afectan como ciudadanos y al país.	
e.-Entretiene a toda la familia.	
f.-Otro (especifique)	

11.-¿Qué grado de identificación tiene con las noticias del diario "El Trome"?

Nada identificado 1	Poco Identificado 2	Ni poco, ni muy identificado 3	Identificado adecuadamente 4	Muy identificado 5

12.-¿Estaría dispuesto a recomendar a familiares y amigos la compra del diario "El Trome"?

Si	No

DATOS PERSONALES

Nombres y Apellidos:

Sexo:

Ocupación actual:

Lugar donde vive:

Edad:

Grado de instrucción

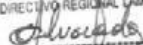
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, Valentín Alvarado con DNI N.º 16646725, de profesión Licenciado en Periodismo por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Particular de Chiclayo, Decano del Colegio de Periodistas de la Región Lambayeque, con Registro C.P.P. N.º 041 desempeñándome actualmente como Docente Universitario, en la Facultad de Comunicación, Educación, Arte & Diseño (FAECAD), de la Universidad Particular de Chiclayo;

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento de investigación (encuesta) del proyecto de tesis titulado "LAS NOTICIAS DEL DIARIO "EL TROME" Y SU IMPACTO SOCIAL EN LOS LECTORES DE 25-50 AÑOS DE LA CIUDAD DE CHICLAYO- AÑO 2017", del Bachiller, Edson Steve Díaz Timoteo.

Dejo constancia que las preguntas formuladas son claras, objetivas, pertinentes y consistentes con los indicadores, dimensiones y variables de investigación, por lo que doy por validado, el instrumento para ser aplicado y lograr los objetivos propuestos en el trabajo de investigación.

En señal de conformidad firmo la presente constancia, en la ciudad de Chiclayo a los 11 días del mes de diciembre de dos mil diecisiete.

COLEGIO DE PERIODISTAS DEL PERÚ
CONSEJO DIRECTIVO REGIONAL LAMBAYEQUE

Lic. Valentín Alvarado-Ramírez
REG. CPP N.º 041
DECANO