



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

El noticiero “Ñuqanchik” y su influencia en la opinión pública de los  
quechuahablantes de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno,  
Lima 2022

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**AUTORAS:**

Llanos Aguilar, Laura Beatriz (orcid.org/0000-0002-0156-1104)

Leon Saldaña, Alexia Fernanda Da Gracia (orcid.org/0000-0002-9071-4861)

**ASESOR:**

Mgtr. Celis Castillo, Edward José (ORCID:0000-0002-4697-3532)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicaciones en la Sociedad Contemporánea

**LÍNEA DE ACCION RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus niveles

CALLAO – PERÚ

2022

## Dedicatoria

Para toda persona quechuahablante que actualmente sufre discriminación en una sociedad que se avergüenza por su idioma nativo.

¡Yusulpayki Taytallá!

## Agradecimiento

*A todos quienes hicieron posible la realización de este proyecto de investigación, especialmente a la comunidad quechuahablante del Centro Cultural Puno por enriquecer el producto final con sus opiniones y críticas.*

*A nuestros familiares que fueron pieza clave en la motivación de este proyecto y al docente Edward Celis por su permanente y eficaz acompañamiento a lo largo del planteamiento de este trabajo.*

Shanti y Gabo

## Índice de contenidos

Carátula	I
Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Índice de contenidos	IV
Índice de tablas	V
Resumen	VI
Abstract	VII
I.INTRODUCCIÓN	1
II.MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	17
3.1 Tipo y diseño de Investigación	178
3.2 Variable y operacionalización	18
3.3 Población, muestra y muestreo	19
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	21
3.5 Procedimientos	22
3.6 Método de análisis de datos	22
3.7 Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN	25
VI. CONCLUSIONES	27
VII. RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS	30
ANEXOS	31

## Índice de tablas

		Pág.
Tabla 1	Prueba de confiabilidad de la variable el noticiero	18
Tabla 2	Prueba de confiabilidad de la variable formación de Opinión	19
Tabla 3	Prueba de normalidad entre El Noticiero en quechua “Ñuqanchik y la Formación de Opinión	20
Tabla 4	Coefficiente del nivel de correlación del noticiero en quechua “Ñuqanchik y la formación de Opinión	21
Tabla 5	Coefficiente del nivel de correlación de la primera hipótesis específica noticiero en quechua “Ñuqanchik y la información	22
Tabla 6	Coefficiente del nivel de correlación de la segunda hipótesis específica noticiero en quechua “Ñuqanchik y la integración	23
Tabla 7	Coefficiente del nivel de correlación de la tercera hipótesis específica noticiero en quechua “Ñuqanchik y el debate de la agenda pública	24

## Resumen

Actualmente, en el Perú el 13.2 % de su población (tres millones doscientos sesenta y un mil setecientas cincuenta personas) habla en idioma quechua. Los medios de comunicación son responsables de que esta población pueda informarse en su lengua nativa. Por ello, emiten noticieros y/o programas en quechua con la finalidad de preservarlo y fomentar la opinión pública.

Esta investigación tiene como objetivo describir cómo “Ñuqanchik”, el primer noticiero en quechua, impacta significativamente en la opinión pública de las personas quechuahablantes de la Asociación Cultural Puno.

Este estudio es de carácter cuantitativo descriptivo, con un diseño no experimental. La muestra está conformada por 50 personas quechuahablantes. Se procedió a realizar las respectivas encuestas para el análisis de los datos. El instrumento está estructurado sobre 6 dimensiones formado por 16 ítems. Para medir los datos de confiabilidad de los instrumentos, se utilizó el alfa de Cronbach y para determinar la relación existente entre ambas variables se utilizó el coeficiente de Rho de Spearman. Se obtuvo un p-valor de 0,824 y una significancia de 0.000.

Finalmente, se concluyó que los encuestados indicaron que sí emiten su opinión al ver el noticiero “Ñuqanchik”. Además, este programa de noticias ayuda a preservar su idioma nativo para futuras generaciones.

Palabras clave: Noticiero Ñuqanchik, Identidad, quechuahablante, quechua, noticias.

## Abstract

Currently, in Peru, 13.2% (three million two hundred sixty one thousand seven hundred fifty people) of its population speak the Quechua language. The media is responsible for this population to be informed in their native language. Therefore, they must broadcast news and/or programs in Quechua in order to preserve the language and promote public opinion.

This research aims to describe how the first newscast in Quechua "Ñuqanchik" has a significant impact on the public opinion of the Quechua-speaking people within the Puno Cultural Association.

The study is quantitative, descriptive with a non-experimental design. The sample is made up of 50 Quechua-speaking people. Surveys were carried out for the analysis of the data. The instrument is structured on 6 dimensions that are made up of 16 pieces. To measure the reliability of our data we used Cronbach's alpha translation instruments. To determine the relationship between both variables, Spearman's Rho coefficient was used. A p-value of 0.824 and a significance of 0.000 was obtained.

Finally, the survey indicated that the sample did express their opinion when watching the "Ñuqanchik" newscast. In addition, the news program helps in preserving the native language for future generations.

Keywords: Ñuqanchik Newscast, Identity, Quechua speaker, Quechua, news.

## **I. INTRODUCCIÓN**

El motivo de la presente investigación tiene dos fuentes: el lingüístico y el comunicacional. La desigualdad del país se ha acentuado en las zonas más rurales; mientras que Lima Metropolitana ha ocupado siempre una posición de privilegio y mejores oportunidades. Por ello, las comunidades rurales del país hicieron un esfuerzo durante la década de los 60 para migrar a la capital, trayendo consigo sus costumbres. Con el paso del tiempo, estas comunidades se organizaron para formar centros culturales donde actualmente pueden socializar, exponer y preservar sus manifestaciones culturales, dejando un legado a futuras generaciones.

Parte de su cultura es el idioma quechua que actualmente se encuentra en una situación de desigualdad y sometimiento frente al castellano.

Según del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el año 2007, señala que el 13.2% de la población peruana es quechuahablante (tres millones doscientos sesenta y un mil setecientos cincuenta personas). Estos aprendieron el quechua durante su niñez, pero siendo adultos no lo practican. Asimismo, los lugares que tienen el quechua como lengua materna corresponden a: Huancavalica (64%), Ayacucho (63.9%), Cusco (52%) y Puno (38.5%).

A finales del año 2016, el Estado del Perú asumió el rol en la comunicación con los quechuahablantes dándose, por primera vez, la iniciativa de incorporar su lenguaje a través del canal TV Perú. Un noticiero televisivo de carácter informativo periodístico estatal. De esta forma, el Estado se mostró consciente de la importante cantidad de personas quechuahablantes ignoradas por distintas entidades públicas.

El idioma quechua ha sostenido a la identidad cultural y social de los pueblos quechuahablantes del Perú; sin embargo, la diversidad cultural y lingüística no siempre ha sido abordada con una actitud positiva. Al contrario, históricamente los pobladores han sido discriminados y vistos como desiguales por razones biológicas, por ser en su mayoría analfabetos o por no pertenecer a una clase socioeconómicamente alta. En la política estatal tampoco se han visto proyectos significativos para que las personas quechuahablantes mejoren su calidad de vida.

El 9 de agosto del 2017, se implementó el Decreto Supremo N°005-2017-MC que aprueba la Política Nacional de lenguas originarias, tradición oral e Interculturalidad con el objetivo de preservar las lenguas del Perú.

Los principales generadores de corrientes de opinión son los medios de comunicación. A excepción del canal del Estado que de cierta forma implementa programas en los idiomas nativos, los medios comerciales son ajenos a esta iniciativa. Es importante destacar que existen emisoras locales en el caso de los departamentos de Puno, Cusco y Ayacucho quienes, en sus emisiones radiales, difunden programas sociales, educativos y culturales, desarrollando un vínculo más directo con el público quechua.

La primera emisión pública televisiva en el Perú fue en el año 1958 en el canal 7. Desde esa fecha no se ha emitido un programa en quechua de señal abierta. Después de 58 años de emisiones televisivas, recién se implementó el primer noticiero peruano en lengua quechua el 12 de diciembre de 2016 titulado “Ñuqanchik” cuyo significado es “Nosotros” en castellano, con la finalidad de contribuir a la política nacional de lenguas originarias.

El programa “Ñuqanchik” es de género informativo y aborda temas políticos, educativos, culturales y servicios a la comunidad. El programa está conducido, narrado y pauteado en idioma quechua.

Según el artículo 2, inciso 4 de la Constitución Política del Perú: *“Toda persona tiene derecho a las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen...”* Por lo tanto, es un derecho del peruano quechuahablante usar su propio idioma en la sociedad. De esta manera, todo ciudadano tiene derecho a opinar y estar informado de los sucesos que ocurren en el país, para su conocimiento, opinión y toma de decisiones en su lengua de origen.

Sin medios de comunicación que fomenten las noticias en el idioma nativo, la población quechua no estaría informada de los acontecimientos ocurridos en su propio país, no formularían opinión, estarían susceptibles a engaños, excluidos en sus derechos informativos, sin participación ciudadana, ni acceso a beneficios sociales o servicios públicos como salud, justicia entre otros.

De esta manera, se contempla el eje de la problemática: ¿en qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la opinión pública de la población quechuhablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022?

A la vez, se contemplan problemas específicos: (a) ¿En qué medida influye el noticiero Ñuqanchik en el nivel de conocimiento de la información de la población quechuhablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022?, (b) ¿En qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la Integración intercultural de la población quechuhablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima Metropolitana en el mes de agosto del 2022?, (c) ¿En qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la generación de debates en la población quechuhablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima Metropolitana en el mes de agosto del 2022?

La investigación se desarrolló en base a una teoría donde se pudo percibir el conocimiento del Centro Cultural Puno respecto a la Política de Lenguas Originarias y cada una de sus respectivas dimensiones o elementos.

Según el indicador social, la política nacional de lenguas originarias tiene relevancia en la calidad de atención a la sociedad quechua. Este estudio permitirá que los pobladores estén más identificados con los proyectos sociales que implemente el gobierno y que se sientan incluidos en la política de desarrollo social.

Por otro lado, se tiene planteado el objetivo Principal: Describir en qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la opinión pública de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022.

Asimismo, esta los objetivos específicos: (a) Describir en qué medida el noticiero “Ñuqanchik” influye en el conocimiento de la información de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022. (b) Analizar en qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la Integración intercultural de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima Metropolitana en el mes de agosto del 2022. (c) Analizar en qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la generación de debates en la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima Metropolitana en el mes de agosto del 2022.

Para finalizar, se contempla una hipótesis principal: El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022.

Asimismo, se contempla una serie de hipótesis secundarias: (a) El noticiero televisivo “Ñuqanchik” impactaría significativamente en el conocimiento de la información de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022. (b) El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en la integración intercultural de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022. (c) El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en la generación de debates en la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

En relación con los antecedentes nacionales presentamos las siguientes investigaciones. *Nacionales Salazar (2019)* realizó un estudio sobre el noticiario “Ñuqanchik” y la estrategia para reforzar la comunicación con grupos quechuahablantes del Perú. Su investigación es de tipo transversal con un enfoque cualitativo. Hace mención que la problemática es la falta de acciones para fortalecer la diversidad cultural en el Perú. Los medios de comunicación son determinantes para derribar estereotipos y generar identidad en los peruanos. Por ello, la presente investigación analiza el impacto que genera el primer noticiero en quechua en la historia de la televisión peruana “Ñuqanchik”. Asimismo, también evalúa y contrasta la incidencia y repercusión positiva que ha generado en la comunidad quechuahablante. Esta investigación llega a la conclusión que la creación de este noticiero genera iniciativas que revaloran a las lenguas originarias “Ñuqanchik” se ha convertido en un instrumento aliado para instituciones que buscan llegar a su público quechuahablante.

Montesinos (2011), realizó la investigación sobre los canales de comunicación y la ciudadanía del altiplano, donde señala que los medios de comunicación tienen un rol fundamental en la vida social. Se analiza la función y los niveles de participación de los ciudadanos en los medios y si la emisión de los mensajes masivos refleja el sentir de la problemática y necesidades de la ciudadanía y el carácter que poseen los medios. Se utilizó el método de investigación descriptiva con el apoyo de las técnicas de encuesta y entrevista, donde se concluyó que la televisión es el medio más usado. Sin embargo, el programa informativo más consumido desarrolla un contenido inapropiado y no cumple su rol de informar de los programas sociales. Asimismo, estos espacios son caracterizados por el individualismo, consumismo y egocentrismo. Los medios de comunicación del Perú no responden a las necesidades de conocimiento en los ciudadanos sino a los grandes grupos de poder económico y social.

Rodríguez (2011) analiza a los medios de comunicación en el Altiplano Puneño, evaluando como organizan su programación, contenido y su visión para el desarrollo de la región. Se realiza un análisis de los paradigmas globales de la comunicación y las características de nuestro contexto. La presente investigación utilizó la metodología hipotética deductiva con un análisis de contenido para cada una de las variables. Se concluyó que la sección de “entretenimiento” es más importante que la de información. La audiencia puneña siempre busca la novedad, los medios de comunicación desde los años noventa ha buscado la forma de entretener a través de la información. El mecanismo de la “info entretenimiento” es la sección de los mensajes no por importancia sino por cómo pueden generar atención a la audiencia.

(Thussu, 2006, p. 137), Los programas para buscar esa “atención” han utilizado un entretenimiento que humilla, deshumaniza y aliena a las personas, estableciendo nuevos conceptos de la vida diaria. Los medios de comunicación han planteado un nuevo paradigma de la comunicación donde la población ya no genera una opinión relevante de lo que observa y por ello, el contenido de los medios de comunicación del altiplano se centra en reproducir hechos de violencia o desgracia de otros. Otro hecho importante en la conclusión es que se señala que los comunicadores son responsables del poder la información pues son los que emiten cada noticia y tienen altas capacidades de poder definir lo que realmente es importante para la sociedad y establecerlo en la agencia del medio. Otra tercera conclusión es que la sociedad civil debe controlar los contenidos que se transmiten en los medios y no quedar condicionada a los empresarios particulares. En el altiplano puneño no existe un ente regulador ante los contenidos de los medios de comunicación.

Andrare y Howard (2020), Este autor nos explica la situación actual que atraviesa las lenguas quechuas en 3 países andino – amazónicos. Aquí aborda el escenario social de uso del quechua, cuáles han sido sus cambios en los últimos años y como las personas se ven vulnerables al no ser incluidos dentro de los derechos lingüísticos que aportarían en un mejor estilo de vida, utilizando su lengua materna. Se considera que los países andinos – amazónicos tienen un legado de desigualdad social basados en criterios de clase, etnicidad y el lenguaje. Las ideologías lingüísticas interfieren y penetran en los comportamientos y actitudes en la identidad de la persona. Actualmente esas estructuras ideológicas sustentan la discriminación de no ser incluidos en diferentes ámbitos socioculturales.

También, se consideró los antecedentes internacionales como la investigación de Tandazo (2016). El autor se dedica a estudiar el objetivo y rol de los medios de comunicación como medio de desarrollo de los pueblos donde se garantice la verdadera inclusión de los pueblos. El objetivo de la investigación es determinar como la producción televisiva incide en los pueblos y nacionalidades indígenas. La metodología usada en el trabajo fue: científica, sintética y analítica, con técnicas utilizadas como la ficha de observación, encuesta y entrevista. Como conclusión, los programas culturales que desarrollen servirán para mantener y fortalecer a pueblos ancestrales que en la actualidad están perdiendo hábitos de cultura.

Oswaldo (2017) en su investigación describe el proceso de la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, fundamentando elementos cognitivos, psicológicos, fisiológicos dentro del proceso de manipulación mediática (agenda setting). Se sostiene que los medios de comunicación social tienen un gran impacto en la opinión pública pues la sociedad genera conceptos a través de la información, permitiéndole interactuar y cuestionarse temas relevantes o de interés público.

El trabajo utilizó una metodología de carácter científico con técnicas de observación, la conclusión del trabajo fue que la opinión de una persona se fundamenta por tres aspectos: emocional, auto razonamiento y contagio social que le permite el desarrollo un pensamiento racional y juicioso. De acuerdo con la agenda, los medios de comunicación brindan estos mensajes con situaciones de significado y sensaciones afectivas con el objetivo de fomentar la opinión de la población.

Yataco (2010) en su investigación “Lengua Materna”: Una visión global de derechos culturales de los pueblos indígenas” indica que la lengua materna es adquirida de forma natural, sin ninguna intervención pedagógica, ni reflexión lingüística consciente. Amplía conceptos de lengua materna como una capacidad o sistema de comunicación, que pertenecen tanto al dominio individual como al social, que capacite para conceptualizar y comunicar.

Concha (2009) en su investigación estudia la edificación de la identidad de las personas quechuahablantes entre los 18 años a más, y su interacción con los medios de comunicación y sus expresiones culturales. La invisibilidad y la discriminación tanto cultural como académica afecta a los estudiantes de origen quechua a quienes les cuesta poder entablar comunicaciones con otros grupos sociales, más con evaluaciones pertinentes, demuestran tener una creatividad y talento en el campo académico. Lo que busca esta investigación es poder describir las características de los estudiantes de origen quechua y cómo los medios de comunicación de masa participan en el proceso de construcción de sus identidades. Se estudia la exposición a los medios de comunicación y sus nuevas tecnologías de la información y comunicación, así como los instrumentos de comunicación, la identidad y cultura a partir de tendencias políticas. En conclusión, el núcleo familiar, la universidad y los medios de comunicación ayudan a construir y reconstruir sus identidades.

La teoría de la Agenda Setting defiende que los medios de comunicación tienen la capacidad de influir sobre lo que piensan las personas, uno de los papeles de los medios de comunicación es informar y educar. La teoría surgió en el ámbito de la investigación social, cuando Maxwell McCombs y Donald Shaw, en el texto “La función de la agenda setting en los medios de comunicación” (McCombs & Shaw, 1972). Los autores quieren demostrar que los medios de comunicación influyen sobre el sector público.

La teoría expone los efectos de los medios de comunicación y su influencia mediante temas que tengan mayor relevancia. El medio no decide por la audiencia qué es lo que tiene que opinar, pero presentan temas de interés y de mayor acontecimiento.

Los medios de comunicación son fuente de información tanto de imágenes como ficciones con la que se llega a formar opinión. Las personas opinan sobre aquello que observan y escuchan, adoptando una posición, defendiendo sus necesidades. Es un mecanismo mental que se relaciona con cada una de las realidades. Por ello, es evidente que los medios son poderosas instituciones sociales.

La agenda setting es la teoría que más se relaciona con la presente investigación pues es un método de análisis para medir la influencia del noticiero Ñuqanchik en la población quechuahablante.

La teoría de usos y gratificaciones se relaciona con la investigación y los medios de difusión (en este caso la televisión), pues nos ayuda a comprender las funciones y efectos del medio sobre la sociedad. Se analiza el mensaje transmitido por el medio y su repercusión en la psicología de identidad.

El enfoque que utiliza la teoría de usos y gratificaciones consiste en explorar la conducta comunicativa en relación con la experiencia directa con los medios de comunicación. Nos explica cómo los medios tradicionales y la sociedad se condicionan; los medios necesitan al público y este necesita a los medios para cubrir sus necesidades, obtener gratificaciones personales y actuar según la codificación del mensaje que perciben.

Es una relación directa entre estímulo y respuesta, los receptores son los que empiezan el proceso comunicativo, los televidentes escogen el contenido que quieren ver y generan opinión según su preferencia. Es allí donde las diferentes plataformas de comunicación compiten.

En el Perú, el periodismo televisivo tiene más de medio siglo emitiendo diferentes informativos a nivel nacional pero después de tanto tiempo se ha incluido un noticiero emitido en la lengua materna del Perú. Hablamos de “Ñuqanchik”, programa que se emite en televisión de señal abierta netamente en el idioma quechua (hablado por el 13% de la población en el Perú). TV Perú, canal del estado, emite de lunes a viernes desde las 5:30 am de manera simultánea en señal de TV Perú y radio nacional, el primer noticiero en quechua. Su objetivo es informar y atender a un tercio de la población quechuahablante. De esta manera se fomenta la inclusión en la lengua autóctona del país. Su primera fecha de lanzamiento fue en el 2016. La palabra “Ñuqanchik” significa “Nosotros” y fue ganador de los Premios de creatividad Empresarial en el 2017 en la categoría de comunicación innovadora y cultural.

Crear un noticiero responde a una necesidad: contribuir e incluir a las personas quechuahablantes a la sociedad que los discrimina. La valoración del idioma es importante para fortalecer la cultura e identidad como peruano, con el noticiero en quechua se rompen los prejuicios y fomentan a otros canales privados a apostar por un formato que ayude a relacionarnos con el Perú y el mundo.

Las noticias que transmiten están enfocadas en ámbitos políticos, económicos, de actualidad, culturales, deportivos entre otros. Sus contenidos están producidos bajo la cosmovisión quechua y responde a una necesidad: darle un mejor horizonte a un conjunto de iniciativas y esfuerzos.

El noticiero fue impulsado por el presidente del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú, Hugo Coya Honores, para contribuir con la política del Estado para preservar el idioma quechua. Cabe resaltar que su equipo de producción consta de periodistas quechuahablantes y el programa es transmitido por todo el Perú.

La opinión pública es el concepto que se tiene de un tema específico o de una persona, también se relaciona con un juicio que se forma de algo cuestionable (Guillermo, 2001).

El concepto de opinión aplica cuando los medios de comunicación masifican una noticia y los pobladores toman conciencia de una situación que afecte a su vida personal, al país o al mundo.

Las opiniones pueden ser observables porque son reacciones con respuestas verbales que pueden generar una actitud que incide en gustos o fobias mientras la opinión se encuentra más relacionada a decisiones de apoyo o posición. Es por ello que en la política es importante la forma en cómo las masas cuestionan, sugieren y critican a un candidato.

Una opinión resulta de la presión que emiten los grupos sociales hacia elementos racionales e irracionales que pueden o no expresarse a través de una acción o conducta.

Es importante recordar que la opinión pública fue desarrollada por el liberalismo a fines del siglo XVIII donde su principal objetivo era la racionalidad, un proceso de análisis intelectual de formación de ideas.

Actualmente la opinión pública representa la discusión de ideas entre ciudadanos en torno a la información que los medios de comunicación exponen ante la masa. “El concepto de opinión pública como control social afecta significativamente a todos los miembros de una sociedad porque el control social es peligroso, ejerce presión” (Neumann, 1995).

La información emitida en vivo es el resultado de un trabajo diario de un equipo periodístico, que cada día realiza la planeación y ejecución del noticiero “Ñuqanchik”.

Para que se pueda emitir el noticiero, existen estrategias previas, tales como la selección de la hora de trasmisión, el contenido televisivo y la segmentación de la audiencia a la que busca dirigirse.

Carol Ruiz, directora periodística del noticiero indica que se consideró el horario teniendo en cuenta las costumbres del hombre y mujer quechuahablante, cuyas labores empiezan (5:00 am de lunes a viernes).

Este noticiero, a su vez, posee el 90% de cobertura nacional y emite media hora de información actualizada de los principales acontecimientos del país en el idioma quechua. Los periodísticas Cloromiro Landeo y Marisol Mena inician “Ñuqanchik” en un espacio de primer nivel con una iluminación y equipos profesionales como un telepronter y un switcher.

La estructura del noticiero se divide en bloques temáticos, de esta forma se asegura el equilibrio e interés de la noticia. Cada una de ellas se nutre de informaciones que son verificadas gracias a las fuentes periodísticas.

Es importante indicar que existe un trabajo de traducción al idioma quechua en cada sección que emite el noticiero. Desde junio del 2016 hasta el 30 de junio del 2018 se ha producido 405 programas que equivalen a 1,215 horas de contenido periodístico. El noticiero ha cubierto sucesos de la agenda política y social en las secciones de información nacional y regional.

Las fuentes son el medio que te brinda la información. Debe ser confiable y verídica, en la mayoría de los casos acompañada de fotografías o videos. Explicarle al lector de dónde y cómo se ha obtenido la información, le brinda credibilidad al medio frente a a sus usuarios. Diariamente, en el noticiero Ñuqanchik, el jefe de información decide con claridad qué es noticia y qué no, se clasifica según la fuente y la relevancia que tiene para el público objetivo.

Manuel López (1995) define tipos de fuentes: Las propias, las institucionales, las espontáneas, las confidenciales y las anónimas (p.37). Para su uso adecuado de cada una de las fuentes se considera tener un directorio detallado de donde proviene cada una. El noticiero Ñuqanchik tiene aliados estratégicos que facilitan la emisión. Por ejemplo, cuentan con una cobertura propia de corresponsales en diferentes regiones (Cusco y Ayacucho) y con instituciones públicas y privadas.

La información son mensajes periodísticos que se usan como recurso para la difusión de una noticia mediática, principalmente para televisión. Las noticias emitidas generan intercambios sociales, donde se comparte, experiencias y percepciones de cada individuo. Informar es una función pública donde se relata acontecimientos de un fenómeno natural o social.

La participación social en los medios de comunicación es muy importante para poder conocer cuáles son las adversidades que tiene su realidad, toda información debe ser justa y equitativa para la población. Así, todos estos puntos se llevan a cabo para poder reconocer la participación social como uno de los derechos fundamentales. Por ejemplo, cuando realizan una intervención de cada uno y las decisiones que enfrenten de acuerdo con el desarrollo de la comunidad.

La participación social, permite conocer cómo podemos mejorar los niveles de bienestar, se puede construir una conciliación y respeto a los derechos humanos y garantizar la integridad de cada ciudadano. Es importante mencionar que cuando un individuo participa y hace escuchar su sentir es porque no se siente escuchado o representado por la sociedad.

La participación es una de las habilidades más importantes dentro de un trabajo social, también se hace referencia a interacción de diferentes personas, comunidades y asociaciones que toman parte por combatir algunos problemas comunes.

La formación asociaciones es un indicador que la participación social es concebida como un valor social, esto es porque el individuo deja de ser aislado e individual y pasa a convertirse en acciones conjuntas, llevadas a cabo en un grupo con ideas compartidas.

La identidad cultural, la sociabilización y la relación entre grupos culturales forman parte de nuestra identidad. La identidad cultural es adquirida por el contacto de personas y por el entorno social, con un sentido de pertenencia donde se comparten costumbres, valores y creencias. La identidad se va construyendo en forma progresiva según la influencia que tenga en su entorno.

Se puede considerar un afecto a quienes compartan costumbres y tradiciones comunes, pero siempre reconociendo que existen diferencias, aunque no convivan en un mismo territorio. La identidad necesita tener manifestaciones de la propia cultura. Por ejemplo, el idioma que los niños deben adquirir desde pequeños, lo que observan, lo que oyen y lo que transmite la propia comunidad. Los niños deben reconocer su valor y deben estar convencidos que pertenecen a una cultura para evitar un rechazo hacia la misma al crecer.

La identidad cultural latinoamericana fue un proceso de colonización y destrucción de identidades y tradiciones. La primera identidad de Latinoamérica fue la "indígena", representada con las civilizaciones incas.

La segunda es "hispana" que se caracteriza por ser católica por influencia de la llega de la colonia española y la tercera es la occidental (modernización). Hoy en día nuestra identidad es la del mestizaje cultural la que debemos apoyar y difundir. El debate de la agenda pública implica un proceso por cual determinamos asuntos o problemas de carácter público, que van tomando protagonismo según el interés general. También se refiere a las diferentes situaciones problemáticas que refiere un debate o intervenciones activas a manos de la sociedad. La agenda pública se encarga de priorizar información sobre temas esenciales como gobierno, sociedad civil y medios de comunicación. Cuando se informa sobre temas considerados importantes y que afectan a la sociedad (algún tema político, normativa o leyes), la sociedad interfiere emitiendo su opinión entre los miembros de su familia o su comunidad, ejerciendo así un debate y diálogo social. Esta "información" debe ser verídica ya que es influenciada por ideologías y estilos del medio de una comunidad. La construcción de la Agenda Pública se vincula al proceso de socialización que favorece a la apertura del debate, especialmente en una sociedad busca ser escuchada y brindar alternativas de solución.

La interculturalidad se trata de la unión equitativa de culturas que pueden crear manifestaciones con una actitud de respeto, es el proceso de comunicación donde ningún grupo está por encima de otro. Además, promueve la integración, igualdad, comunicación afectiva, el intercambio de conocimientos, nuevas experiencias, y convivencia dentro de otras características desarrolladas en armonía. Esta convivencia no está libre de generar conflicto por dos motivos principales: adaptación al cambio y por el proceso de llevar una convivencia respetuosa.

En el Perú, el proceso de interculturalidad no se desarrolla de una manera armoniosa o en un ambiente de respeto. Cuando una cultura ha querido influenciar en otra, la historia nos explica que siempre existieron diferencias y se generaron conflictos. Un ejemplo claro fue el contacto entre indios y españoles. “La interculturalidad es vivir en una forma armoniosa en un solo espacio, pero respetando la cultura, la cosmovisión y un trato “horizontal”. (Nicahuate, 2005).

Para la definición de cultura existen muchas definiciones porque abarca diferentes conceptos en distintas épocas. La palabra tiene origen en Europa durante el siglo XVIII. Partió de la palabra “civilización” que indicaba un orden político. Para los alemanes el concepto de cultura era “espíritu a las tradiciones”, en el siglo XX su concepto se relacionaba a “el interés del pueblo” y en el siglo XIX se reconoció a la cultura como “las diferentes maneras de ver y vivir la vida” (Kuper, 2001)

Uno de los conceptos más relacionados a este trabajo de investigación es que la cultura es un proceso de valores que son construidos por el individuo donde este es capaz de adaptarse a un entorno sin olvidar sus tradiciones. Algunas de las funciones de la cultura son: a) cohesión social, b) el modo de vivir c) creación de riqueza y empleo, d) equilibrio territorial.

La definición universal de la palabra cultura nos habla de un conjunto de rasgos distintivos, tanto efectivos como materiales. “La cultura tiene elementos universales: el habla o lenguaje, los rasgos materiales, arte, religión y sistema familiar-social; sus funciones son: diferenciar una sociedad de otra” (Soto, 2007).

La cultura en el Perú puede expresarse según creencias, valores y saberes: herramientas básicas para formar la identidad, además tiene un rol importante en la educación de generaciones pues transmite estilos de vida.

La cultura también es la influencia que heredamos del pasado y una adaptación de costumbres del exterior, que nos permite construir un desarrollo personal. Si bien es cierto la cultura es universal, cada manifestación es singular en su respectiva localidad.

Las manifestaciones de cultura en Latinoamérica son: “el idioma, el lugar de nacimiento, la música, la vestimenta, las costumbres, tradiciones y la religiosidad” (Aguayo, 2003)

Las personas del interior del país que han migrado hacia la capital llevan consigo parte de la cultura de su pueblo. Esta, en su mayoría es replicada y manifestada en la preparación platos típicos, acudir a los centros culturales, escuchar música originaria o hablar en su propio idioma. Estas manifestaciones nos llevan a tener una identidad cultural. Por otro lado, también es importante remarcar la existencia de un problema de alienación de una colectividad que trata de imitar a otra por falta de originalidad y de identidad.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de Investigación

La Investigación fue de tipo básica con enfoque cuantitativo, debido a que utilizamos la recolección de datos para poder medir la influencia del noticiero “Ñuqanchik” en la opinión de las personas quechuahablante del centro cultural Puno. El autor Hernández, Fernández y Baptista (2014) plantea que el enfoque cuantitativo es de forma secuencial y comprobatorio estadísticamente, porque hace uso de data recogida en campo y que luego procesándola estadísticamente se podrá comprobar la hipótesis planteada en la investigación.

Diseño de investigación:

El diseño de la investigación fue no experimental, porque no se han manipulado las variables del estudio; es decir, en el proceso de la investigación no se ha realizado modificaciones a las variables independientes para analizar la consecuencia de otras.

En este caso la investigación también fue de corte transversal, pues recolectó datos en un momento específico con el propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelaciones en un momento dado. Su diseño es descriptivo pues el objetivo fue describir características, propiedades de las personas, grupos, comunidades, procesos y objetos sometidos a un análisis.

El esquema del diseño fue el siguiente (Sánchez y Reyes, 2009):

Esquema de Diseño



Dónde:

M1: Muestra - Quechuahablante

Xi: Variables - El noticiero Ñuqanchik – Formación de la opinión pública

O1: Resultados

### 3.2 Variable y operacionalización

La investigación, se planteó a base de dos variables de tipo cuantitativo, una independiente, señalada como “el noticiero en quechua” y la segunda dependiente, denominada “formación de la opinión pública” por la cual se buscó determinar la influencia de la primera variable sobre la segunda.

#### Variable 1

Definición conceptual:

Variable Independiente: El noticiero quechua “Ñuqanchik”.

Canales (2009) define el noticiero como “... el centro de producción de noticias que obtiene registra y procesa información periodística valiosa para la elaboración de programas informativos”.

#### Variable 2

Definición conceptual:

Variable dependiente: La formación de la opinión es el concepto que se tiene de un tema específico o de una persona, también se relaciona con un juicio que se forma de algo cuestionable (Guillermo, 2001)

Definición operacional: Cada variable contó con dimensiones que se midieron a través de la técnica de la encuesta y cuestionario validado que consta de 16 ítems con grado de determinación ordinal, valiéndose de la escala de Likert.

Dimensiones y sus indicadores:

Variable "El noticiero"	Dimensión	Indicadores	Items
	Emisión del noticiero	Noticias	1,2,3
	Imágenes	Secuencias	4,5,6
	Información periodística	Conductores	7,8

Variable "La opinión Pública"	Dimensión	Indicadores	Items
	Información	Conocimiento	9,10
	Integración	Preservar	11,12
		Identidad	13,14
Debate de la Agenda Pública	Dialogo social	15,16	

### **3.3 Población, muestra y muestreo**

#### **Población**

La población como objeto de estudio está constituida por los integrantes del centro cultural de Puno en Lima Metropolitana. Aproximadamente son 100 integrantes que tienen como un común denominador que son personas en su mayoría bilingües del idioma quechua y castellano. Esta población es originaria del departamento de Puno, pero tras su migración a Lima han formado su propia asociación para tener un espacio de unión social donde mantienen sus tradiciones respecto a la comida, música y lengua.

#### **Muestra**

Se concluyó el tamaño de la muestra según la edad seleccionada. En este caso fue mujeres y hombres a partir de 45 a 60 años que cumplan con los siguientes criterios:

1. Los encuestados son quechuhablantes del centro cultural puno.
2. Tienen conocimiento de la existencia del programa “Ñuqanchik” de TV

Perú

#### **Muestreo**

En la investigación, el tipo de muestreo fue no probabilístico, debido a que los integrantes de la muestra son seleccionados utilizando criterios específicos del Centro Cultural tendrán la oportunidad de participar en las encuestas. En esta investigación se tomó como muestra a un total de 50 personas.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

Se utilizó la técnica de la encuesta con aplicación del cuestionario como instrumento para recoger información y las opiniones que manifiestan las personas. Con ello es posible recolectar datos sobre opiniones, preferencias y actitudes ante el noticiero “Ñuqanchik”.

La confiabilidad se basa en la aplicación del medio del programa de Spss Alfa de Cronbach con la obtención de garantizar que la investigación se ejecute a través de un grupo de personas de la misma organización indagada. La confiabilidad consta de un 0,800 siendo igual o mayor a lo visto por el instrumento de una calidad confiable, cuyo valor obtenido de la primera variable fue de unos 0,985 y la segunda variable en un 0,970 cabe decir que son confiables.

De acuerdo con la información recogida de los encuestados, se procesó mediante el programa SpssVersión 25, considerando el valor del Alfa de Cronbach de los instrumentos presentados en el estudio, como resultado se llegó a obtener una confiabilidad muy buena de 0,824 para la primera variable. Por tanto, la medición del instrumento se encontró en un alto rango de confiabilidad y poder ser aplicable en los siguientes procesos de la investigación.

Tabla 1

*Prueba de confiabilidad de la variable el noticiero*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,824	8

Se obtuvo una confiabilidad alta de la primera variable “el noticiero” de 0.824. Por esta razón podemos decir, que fue un instrumento bueno y aceptable para proseguir con los resultados estadísticos.

Tabla 2

*Prueba de confiabilidad de la variable formación de Opinión*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,859	8

Se obtuvo una confiabilidad alta en la segunda variable “formación de opinión” de 0.859. Por esta razón, podemos concluir que también fue un instrumento bueno y aceptable para proseguir con los resultados estadísticos.

### **3.5 Procedimientos**

De acuerdo con lo mencionado, la presente investigación se aplicó a 50 personas quechuahablantes del Centro Cultural de Puno en Lima, durante el mes de Julio del 2022. Para ello se coordinó primero con el presidente del Centro Cultural, que nos proporcionó la información sobre el personal que pertenecen al centro, luego de ello, se envió una serie de mensajes masivos con el link del cuestionario online a través de la plataforma Google Forms.

### **3.6 Método de análisis de datos**

Se hizo uso de los estadísticos descriptivos, para ello se empleó el programa SPSS 20, realizando frecuencias y porcentajes.

### **3.7 Aspectos éticos**

El estudio se trabajó con objetividad para poder analizar los criterios del trabajo académico. El cuestionario en mención contó con validación y las aceptaciones necesarias para el permiso de la publicación y para emplearlas de manera responsable, sin contar con alteraciones para no perjudicar los resultados.

## IV. RESULTADOS

Tabla 3

*Prueba de normalidad entre El Noticiero en quechua “Ñuqanchik y la Formación de Opinión*

	<u>Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup></u>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
El Noticiero en quechua “Ñuqanchik”	,102	50	,002	,972	50	,003
Formación de Opinión	,193	50	,000	,883	50	,000
Información	,178	50	,000	,878	50	,000
integración	,179	50	,000	,848	50	,000
Debate de la Agenda	,287	50	,000	,831	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota.* A lo largo de la prueba de normalidad, se tuvo en cuenta la totalidad de su cantidad de muestra que precisa en el estudio en los datos estadísticos, la prueba de Shapiro Wilk. La muestra constó de un total de 50 personas. Asimismo, se obtuvo un resultado de significancia menor al 0.05, corroborando que cada variable y dimension ha tenido resultado menores al margen de error, precisando que no tiene una distribución no normal, de tal forma que se llegó a usar el coeficiente de correlación del Rho de Spearman.

### Hipótesis general

El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022.

### Hipótesis Estadística

H0: El noticiero “Ñuqanchik” no impactaría significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022.

H1: El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022.

Tabla 4

*Coeficiente del nivel de correlación del noticiero en quechua “Ñuqanchik” y la formación de Opinión*

		Correlaciones		
			El Noticiero en quechua “Ñuqanchik”	Formación de Opinión
Rho de Spearman	El Noticiero en quechua “Ñuqanchik”	Coeficiente de correlación	1,000	,568**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Formación de Opinión	Coeficiente de correlación	,568**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* Se visualizó que mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero “Ñuqanchik” impactó significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022, es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.568\*\*. Teniendo un nivel de significancia de 0,000; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

Tabla 5

*Coeficiente del nivel de correlación de la primera hipótesis específica noticiero en quechua “Ñuqanchik y la información*

Correlaciones			El Noticiero en quechua "Ñuqanchik"	Información
Rho de Spearman	El Noticiero en quechua "Ñuqanchik"	Coefficiente de correlación	1,000	,730**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Información	Coefficiente de correlación	,730**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Interpretación.* Mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero "Ñuqanchik" impactó significativamente en la información de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022, es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.730\*\*. Teniendo un nivel de significancia de 0,000; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

Tabla 6

*Coefficiente del nivel de correlación de la segunda hipótesis específica noticiero en quechua "Ñuqanchik y la integración*

Correlaciones			El Noticiero en quechua "Ñuqanchik"	integración
Rho de Spearman	El Noticiero en quechua "Ñuqanchik"	Coefficiente de correlación	1,000	,434**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	50	50
	integración	Coefficiente de correlación	,434**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	50	50

*Interpretación.* Mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero "Ñuqanchik" impactaría significativamente en la integración de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural

Puno de Lima 2022, es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.434\*\*. Teniendo un nivel de significancia de 0,002; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

Tabla 7

*Coeficiente del nivel de correlación de la tercera hipótesis específica noticiero en quechua “Ñuqanchik y el debate de la agenda pública*

		Correlaciones		
			El Noticiero en quechua “Ñuqanchik”	Debate de la agenda Pública
Rho de Spearman	El Noticiero en quechua “Ñuqanchik”	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 50	,224 ,012 50
	Debate de la agenda Pública	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,224 ,012 50	1,000 . 50

*Interpretación.* Mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en el debate de la agenda pública de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022, es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.224. Teniendo un nivel de significancia de 0,012; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

## V. DISCUSIÓN

Se determinó mediante la prueba de correlación Rho de Spearman, un coeficiente altamente significativo, que es igual a 0.824. Por tanto, se infiere la relación entre el noticiero Ñuqanchik TV Perú y la opinión pública de la población quechuahablante. Lo anterior indicó que esta población sí emitió su opinión en quechua al comunicarse con otros pobladores en su idioma y el noticiero contribuye significativamente en el conocimiento de la información. En conjunto a esta afirmación y cita, incorporamos los resultados de Salazar (2019), quien menciona que “la creación de este noticiero genera iniciativas que revaloran a las lenguas originarias “Ñuqanchik” se ha convertido en un instrumento importante para instituciones que buscan llegar a su público quechuahablante”. Por otra parte, Montesinos (2011), señaló que “La televisión es el medio más usado, el programa informativo más consumido desarrolla un contenido inapropiado y no cumple su rol de informar de los programas sociales y donde el individualismo, consumismo y egocentrismo son las principales características de los medios de comunicación.” Sin embargo, contrastamos esta opinión debido a que en la actualidad los medios más usados son los canales digitales. Por ello, la mayoría de los programas de televisión trasladan y comparten su información en estas plataformas para mantener actualizados a su audiencia.

El Noticiero Ñuqanchik, tiene presencia en los principales medios online para interactuar con su público. Asimismo, Rodríguez (2011) señaló que la sección de “entretenimiento” es más importante que la de información, pues los medios de comunicación desde los años 90 han buscado la forma de entretener a través de la información. En nuestra investigación, la población estuvo interesada en ver la sección de “Actualidad” (42%) y por debajo de ella la sección de Cultura (30%). Con ello, damos a conclusión que las personas buscan información relevante del día a día.

## VI. CONCLUSIONES

Según los resultados obtenidos a través del análisis estadístico se llegó a la conclusión en función de la hipótesis general establecida en el proyecto de investigación: el noticiero “Ñuqanchik” impactó significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022, según el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman, es igual a 0.05, lo cual indica que la relación entre nuestras variables es positiva y directa. Este resultado demostró que el noticiero “Ñuqanchik” impactó significativamente en la variable dependiente.

En relación a la hipótesis secundaria 1, se visualizó que mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero “Ñuqanchik” impactó significativamente en la información de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022, es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.730. Teniendo un nivel de significancia de 0,000; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

En la hipótesis secundario 2 se visualizó que mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero “Ñuqanchik” impactó significativamente en la integración de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022, es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.434\*\*. Teniendo un nivel de significancia de 0,002; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

Finalmente, en la hipótesis secundaria 3, Se visualizó que mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero “Ñuqanchik” impactó significativamente en el debate de la agenda pública de la población quechuahablante es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.224. Teniendo un nivel de significancia de 0,012; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Se propone que exista más programas en la lengua nativa de una población en específico para así poder prevalecer el idioma que forma parte de nuestra identidad y cultura nacional.

Respecto al Noticiero Ñuqanchik TV Perú, se recomienda que agreguen subtítulos en castellano, para que puedan llegar a más audiencia y así las personas que estén recién estudiando el idioma quechua puedan fortalecer su conocimiento a través de un medio de comunicación. También, deberían invertir en publicidad no sólo para la capital (Lima), sino para difundirlo en las regiones más profundas del país y hacerse más conocido.

Se recomienda que el Ministerio de Cultura en conjunto con el gobierno a cargo deberían implementar en el sector educativo la enseñanza obligatoria del quechua porque es el segundo idioma más hablado en el Perú después del Castellano. Y de esta forma, evitar que se extinga nuestro idioma.

Por otro lado, sería bueno realizar diversas campañas de concientización junto con aliados estratégicos, como ONGs, para fortalecer la identidad del idioma materno e implementar diversas estrategias de comunicación que permitan disminuir la discriminación lingüística en los medios de comunicación en el Perú.

Finalmente, se recomienda a los peruanos en general tener interés en aprender un idioma tan bonito como es el quechua, que no es tan difícil como uno piensa y puede ser muy valioso para nuestras generaciones y así no perder nuestras raíces.

## REFERENCIAS

- Carpio, O. (2006), *Comunicación política en campañas electorales*, Lima, Perú, International IDEA.
- Guzmán, A. (2006) *Potencias Educativas de la programación radial en quechua*. Universidad Mayor San Simón, Cochabamba Bolivia.
- Peña, P. (2008) *Comunicación política y política de comunicación organizacional en la PSD del gobierno de Alvaro Uribe Vélez*. Universidad Mayor San Simón, Cochabamba Bolivia.
- Rodríguez, M. (2012) *“Lo comunitario en la Radio Comunitaria- análisis crítico de discurso en el lenguaje informativo utilizado por las emisoras comunitarias”*. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá Colombia. Recuperado de: [www.bdigital.unal.edu.co/8769/1/396260.2012.pdf](http://www.bdigital.unal.edu.co/8769/1/396260.2012.pdf)
- Estrada, M. (2001) *“El proceso comunicacional de la radio de Ayopaya, programación y audiencia”*. Universidad Católica Bolivia San Pablo.
- Álvarez, P. (2013) *“Implementación de una radio comunitaria en la parroquia Guayllabamba”*. Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.
- Flores, C. (2006) *“La influencia de las radios comunitarias: Caso radio Ayabaca”* Universidad de Piura. Piura Perú.
- Sabrera, O. (2002) *“Radio comunitaria: Alternativa de comunicación y desarrollo en el distrito de San Martín de Porres de Lima Metropolitana”*
- Hinojosa, Navarro (2014) *“Periodismo y propaganda en el Perú en relación a compleja durante los procesos electorales presidenciales”*
- Santillan, L. (2015) *“Radios Comunitarias como garantes en desarrollo del Perú”*
- Inge, S. (2003) *“Vitalidad del quechua: Lengua y Sociedad”* La Paz, Bolivia, Proeib Andes, Plural editores.
- Merayo, A. (2007), *“La Radio en Iberoamérica: Evolución, diagnóstico, prospectiva”* Sevilla, España Comunicación Social, Editores, Colección Periodística.
- Wolf, M. (2001). *“La investigación de la comunicación de masas”*, editores, colecciones periodísticas.

- Salazar, (2019), "EL NOTICARIO ÑUQANCHIK COMO ALIADO ESTRATÉGICO PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN CON LAS COMUNIDADES QUECHUAHABLANTES DEL PERÚ, 2018"
- Fabiola Morales, (2000), "Los Medios de comunicación y la opinión pública"
- Norman Isaías Tandazo, (2016), LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA Y SU APOORTE PARA LOS PUEBLOS INDÍGENAS SARAGURO DEL CANTÓN YANTZAZA, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.
- Martínez Fresneda Osorio, (2004), "La influencia de los medios de comunicación en el proceso de aprendizaje Comunicar"
- Franklin Martín Cornejo Urbina, (2022), EL PODER DE LA COMUNICACIÓN: MEDIOS, POLÍTICA Y CIUDADANOS
- Oswaldo Ramón Terán Villegas; José Lisandro Aguilar Castro, (2017), MODELO DEL PROCESO DE INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA OPINIÓN PÚBLICA.
- Rodríguez Manzanares, Eduardo, & Reyes Montes, Ma. Cristina, & O'quinn Parrales, José Antonio, & Morales y Gómez, Juan Miguel (2011). Opinión pública y democracia, algunas aportaciones para su estudio. Espacios Públicos, 14 (32),183-205.[fecha de Consulta 12 de Agosto de 2022]. ISSN: 1665-8140. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67621319009>
- Letelier V., C. Lilian (2005). DE LA OPINIÓN PÚBLICA, LA DEMOCRACIA Y LA REPRESENTACIÓN SOCIAL. Universo. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales, 1 (20),38-59.[fecha de Consulta 12 de Agosto de 2022]. ISSN: 0716-498X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65027760004>
- Mourão, Vitória y Brühem, Michele (2012). LA FUNCIÓN DE LA AGENDA-SETTING DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LAS POLÍTICAS DE SANIDAD EN PORTUGAL. La influencia de los medios de comunicación en la opinión pública en tiempos de incertidumbre. Prisma Social, (8),308-332.[fecha de Consulta 12 de Agosto de 2022]. ISSN: . Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353744580010>
- Sola Morales, Salomé (2014). Medios de comunicación, marcos de referencia y construcción de identidades. Contratexto, (22),147-165.[fecha de Consulta 12 de Agosto de 2022]. ISSN: 1025-9945. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570667380008>
- Condominio Montesinos, Rómel Alfredo (2011). MEDIOS DE COMUNICACION Y CIUDADANIA. COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, 2 (1),16-24.[fecha de Consulta 12 de Agosto

de 2022]. ISSN: 2219-7168. Disponible en:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449845037002>

Petrone, Facundo (2009). Estudio de agenda setting: Conceptos, metodología y bordajes posibles. V Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Edison Cansaya Huamani,(2022), Relación entre el Noticiero Ñuqanchik TV Perú y la Identidad Sociocultural de televidentes quechua- hablantes en la ciudad de Abancay, 2020

CLIMENT GALLART, Jorge Antonio. (2017). Opinión pública y libertad de expresión. Iuris Tantum Revista Boliviana de Derecho, (23), 240-261. Recuperado en 12 de agosto de 2022, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2070-81572017000100010&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2070-81572017000100010&lng=es&tlng=es)

Rodríguez Manzanares, Eduardo, & Reyes Montes, Ma. Cristina, & O'quinn Parrales, José Antonio, & Morales y Gómez, Juan Miguel (2011). Opinión pública y democracia, algunas aportaciones para su estudio. Espacios Públicos, 14 (32),183-205.[fecha de Consulta 12 de Agosto de 2022]. ISSN: 1665-8140. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67621319009>

Barquero Hernández, José Miguel Chávez González, Luisa María, (2015, 2016), "Uso de fuentes periodísticas"

Mariela Vela Mesones, 2019, "PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA DEL NOTICIERO 7.3 NOTICIAS – EDICIÓN TARDE"

María Marcela Farré, FICCIÓN E INFORMACIÓN EN EL RELATO PERIODÍSTICO: TENDENCIAS DEL NOTICIERO ACTUAL

Yataco, M. (2010), "Lengua Materna: Una visión global de derechos culturales de los pueblos indígenas", New York, Steinhardt School of culture.

ANEXOS:

Anexo 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

EL NOTICIERO “ÑUQANCHIK” Y SU INFLUENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LA POBLACIÓN QUECHUAHABLANTE DE 45 A 60 AÑOS DEL CENTRO CULTURAL PUNO, LIMA 2022

Problema Principal	Objetivo Principal	Hipótesis Principal	Variable	Dimensiones	Indicadores
¿En qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la opinión pública de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022?	Describir en qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la opinión pública de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022	El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> El noticiero en quechua “Ñuqanchik” del canal TV Perú	Emisión del Noticiero Imágenes Información periodística	Noticias Secuencias Conductores
<b>Problemas Secundarios</b>	<b>Objetivo Principal</b>	<b>Hipótesis secundaria</b>	<b>Variable Dependiente</b> Formación de Opinión	Información Integración Debate de la Agenda Pública	Conocimiento Preservar Identidad Diálogo social
¿En qué medida influye el noticiero Ñuqanchik en el nivel de conocimiento de la información de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022	Describir en qué medida el noticiero “Ñuqanchik” influye en el conocimiento de la información de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022.	El noticiero televisivo “Ñuqanchik” impactaría significativamente en el conocimiento de la información de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022.			
¿En qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la Integración intercultural de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima Metropolitana en el mes de mayo del 2022?	Analizar en qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la Integración intercultural de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima Metropolitana en el mes de mayo del 2022.	El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en la Integración intercultural de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022.			
¿En qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la generación de debates en la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima Metropolitana en el mes de mayo del 2022?	Analizar en qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la generación de debates en la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima Metropolitana en el mes de mayo del 2022.	El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en generar debates en la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022.			

## Anexo 2 MATRIZ DE OPERACIONALIDAD

	<b>Definición conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Escala de medición</b>
<b>Variable Independiente</b> "El noticiero Ñuqanchik"	La noticia es un hecho de interés público, por tanto se tiene que informar contando los hechos veraces y completos. "La noticia es el producto de un proceso organizado que implica una perspectiva práctica sobre acontecimientos, destinada a reunirlos, a dar valoraciones simples y directas sobre sus relaciones y hacerlos de manera que logren interesar al público. (Manfredi , 2000)	Emisión del Noticiero Imágenes Información periodística	Noticias Secuencias Conductores	Entrevista Cuestionario	Escala Ordinal (Likert)
<b>Variable Dependiente</b> Formación de la Opinión Pública	La opinión pública aparece, se expresa y desaparece como parte de un proceso tridimensional, en las que las opiniones individuales se forman y cambian. Estas opiniones individuales surgen y se movilizan en una fuerza expresiva colectiva de juicios colectivos y esa fuerza se integra en el sistema rector de un pueblo (Sartori, 2000)	Información Integración Debate de la Agenda Pública	Conocimiento Preservar Identidad Diálogo social		

### Anexo 3 CUESTIONARIO

Género:

Edad:

Lengua:      ( ) Castellano ( ) Quechua              ( ) Castellano y quechua

1.- ¿Con qué frecuencia usted suele informarse a través del Noticiero Ñuqanchik de TV Perú?

a) nunca    b) casi nunca    c) ocasionalmente d) casi todos los días    e) siempre

2.- ¿Con qué frecuencia la información que le brinda el noticiero Ñuqanchik le ayuda a estar informado en su día a día?

nunca    b) casi nunca    c) ocasionalmente    d) casi todos los días e) siempre

3.- ¿Con qué frecuencia usted considera que el noticiero "Ñuqanchik" transmite información verídica para la población andina?

a) nunca    b) casi nunca    c) ocasionalmente d) casi todos los días    e) siempre

3. ¿Qué secuencia del noticiero "Ñuqanchik" para usted es más importante?

4.

a) Política              b) Actualidad              c) Deportes              d) Internacional              e) Cultura

5. ¿Con qué frecuencia las imágenes del noticiero Ñuqanchik muestran la realidad de lo que sucede en el interior del país?

Nunca    b) casi nunca    c) ocasionalmente    d) casi siempre    e) siempre

6. ¿Con qué frecuencia usted considera que el noticiero "Ñuqanchik" utiliza las mismas imágenes/videos de los demás canales de señal abierta?

a) nunca    b) casi nunca    c) ocasionalmente d) casi todos los días    e) siempre

7. ¿Con qué frecuencia los conductores se expresan con fluidez y claridad en el idioma quechua?

a) nunca    b) casi nunca    c) ocasionalmente d) casi todos los días    e) siempre

8. ¿Con qué frecuencia consideras que los conductores tienen buen desenvolvimiento frente a las cámaras?

a) nunca    b) casi nunca    c) ocasionalmente d) casi todos los días    e) siempre

9. ¿Con qué frecuencia consideras que el noticiero "Ñuqanchik" nos brinda el conocimiento necesario para emitir una opinión?

a) nunca    b) casi nunca    c) ocasionalmente    d) casi todos los días    e) siempre

10. ¿Con qué frecuencia usted considera que viendo y/o escuchando el programa "Ñuqanchik" le ayuda a fortalecer su conocimiento del idioma quechua?

a) nunca   b) casi nunca   c) ocasionalmente   d) casi todos los días   e) siempre

11. ¿Con qué frecuencia consideras que el noticiero "Ñuqanchik" es un programa que ayuda a preservar el idioma quechua?

a) nunca   b) casi nunca   c) ocasionalmente   d) casi todos los días   e) siempre

12. ¿Con qué frecuencia usted considera que es importante implementar más programas en el idioma quechua en el Perú?

a) nunca   b) casi nunca   c) ocasionalmente   d) casi todos los días   e) siempre

13. ¿Con qué frecuencia usted se relaciona con personas quechuahablante?

a) nunca   b) casi nunca   c) ocasionalmente   d) casi todos los días   e) siempre

14. ¿Con qué frecuencia usted considera que el programa "Ñuqanchik" muestra la identidad de la población quechuahablante?

a) nunca   b) casi nunca   c) ocasionalmente   d) casi siempre   e) siempre

15. ¿Usted en qué idioma prefiere emitir su opinión con su comunidad quechuahablante sobre las noticias de la coyuntura actual?

a) nunca   b) casi nunca   c) ocasionalmente   d) casi todos los días   e) siempre

16. ¿Con qué frecuencia usted dialoga con su comunidad sobre las noticias emitidas en el programa Ñuqanchik?

a) nunca   b) casi nunca   c) ocasionalmente   d) casi todos los días   e) siempre

Gracias por su comprensión.

**DATOS DEL EXPERTO**

Nombres y Apellidos	Monica Cintya Jara Sutta	DNI N°	46875559
Nombre del Instrumento	El noticiero "ñuqanchik" y su influencia en la opinión pública de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno, Lima 2022		
Dirección domiciliaria	Asoc Predio 170 Mz B Lt 15 Pte Piedra	Teléfono domicilio	951 751 667
Título Profesional/Especialidad	Soy Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la UCV	Teléfono Celular	
Grado Académico	Maestría en Gerencia de la Calidad y Desarrollo Humano de la Universidad Nacional del Callao		
Mención	Desarrollo Humano de la Universidad Nacional del Callao		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 08 de Julio del 2022

**DATOS DEL EXPERTO**

Nombres y Apellidos	Diego Fernando Ulloa Arias	DNI N°	46219958
Nombre del Instrumento	<b>CUESTIONARIO PARA SATISFACCIÓN ACADÉMICA</b>		
Dirección domiciliaria	Av. Honorio Delgado #557 S.M.P.	Teléfono domicilio	015476290
Título Profesional/Especialidad	Lic. En Ciencias de la Comunicación / Relaciones Públicas	Teléfono Celular	987958993
Grado Académico	Maestro		
Mención	Docencia Universitaria		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 16 - 07 - 2022

**DATOS DEL EXPERTO**

Nombres y Apellidos	Oscar Guevara Salvatierra	DNI N°	4614 4382
Nombre del Instrumento	El noticiero "ñuqanchik" y su influencia en la opinión pública de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno, Lima 2022		
Dirección domiciliaria	Los Cedro de Villa Calle T1 Mz J Lt 22 - Chorrillos	Teléfono domicilio	971 959 384
Título Profesional/Especialidad	Lic. en Educación	Teléfono Celular	-
Grado Académico	Maestro en Educación Doctor en Educación.		
Mención	Docencia e Investigación universitaria		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 08 de Julio del 2022

## Anexo 4 Prueba de confiabilidad de la primera variable

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,824	8

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1.- ¿Con que frecuencia usted suele informarse a través del Noticiero Ñuqanchik de TV Perú?	24,06	26,139	,833	,763
2.- ¿La información que brinda el noticiero Ñuqanchik le ayuda a estar informado en su día a día?	23,98	25,408	,868	,756
3.- ¿Cómo califica la fluidez y la claridad del idioma quechua que utilizan los conductores del programa?	23,46	28,947	,618	,795
4.- ¿Qué secuencia del noticiero para usted es más importante?	24,56	36,782	-,148	,927

5.- ¿Consideras importante que el noticiero Ñuqanchik señale cuáles son sus fuentes informativas para darle mayor credibilidad al programa?	23,56	27,721	,773	,777
6.- ¿Consideras que los conductores brindan información con contenido claro y preciso?	23,86	28,694	,539	,804
7.- ¿Consideras que los conductores tienen buen desenvolvimiento frente a las cámaras?	23,46	27,519	,752	,777
8.- ¿Considera que el noticiero "Ñuqanchik" nos brinda el conocimiento necesario para estar informados en el día?	23,32	28,100	,748	,780

#### Anexo 4 Prueba de confiabilidad de la segunda variable

##### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

##### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,859	8

	Estadísticas de total de elemento			
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
9.- ¿El noticiero quechua “Ñuqanchik” es un programa que aportar en la preservación del idioma quechua?	27,44	28,292	,749	,825
10.- ¿Usted considera que viendo o escuchando el programa “Ñuqanchik” le ayuda a fortalecer su conocimiento en el idioma quechua?	27,36	28,235	,610	,843
11.- ¿Usted se relaciona con otras personas quechuahablante?	27,04	27,141	,766	,822
12.- ¿Usted en que idioma prefiere escuchar noticias de la coyuntura actual?	26,80	29,633	,590	,844
13.- ¿Usted comenta con su entorno las noticias vistas por el programa Ñuqanchik?	27,14	31,837	,415	,864
14.- ¿Usted considera que es importante implementar más programas en el idioma nativo en el Perú?	27,00	27,755	,823	,817
15.- ¿Considera usted que el noticiero “Ñuqanchik” lo ayuda a mantenerse informado de la coyuntura actual?	28,32	36,875	,164	,875
16. ¿Con qué frecuencia usted dialoga con su comunidad sobre las noticias emitidas en el programa Ñuqanchik?	27,16	28,341	,662	,836

# ANEXO 5

## Base de dato en Excel de la primera variable

Excel interface showing a spreadsheet with the following data:

Base de datos de la variable El noticiero "Nuqanchik"												
PARTICIPANTES	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	V1	V1D1	V1D2	V1D3
P1	3	5	4	5	5	3	5	5	35	12	13	10
P2	3	2	5	5	4	2	1	4	26	10	11	5
P3	1	1	2	5	2	1	2	3	17	4	8	5
P4	5	4	4	2	5	4	4	4	32	13	11	8
P5	1	1	3	5	2	1	3	3	19	5	8	6
P6	2	3	5	5	5	1	4	4	29	10	11	8
P7	1	1	1	5	1	1	1	1	12	3	7	2
P8	4	5	4	5	3	3	4	4	32	13	11	8
P9	3	3	3	2	4	3	4	4	26	9	9	8
P10	3	3	3	2	3	3	4	4	25	9	8	8
P11	3	3	4	1	3	4	4	4	26	10	8	8
P12	3	3	3	2	3	3	3	3	23	9	8	6
P13	3	3	3	1	3	3	3	3	22	9	7	6
P14	3	3	5	2	4	4	4	4	29	11	10	8
P15	5	5	5	2	5	5	5	5	37	15	12	10
P16	4	4	5	5	3	2	5	5	33	13	10	10
P17	3	3	3	2	3	3	4	5	26	9	8	9
P18	3	3	3	2	4	4	4	3	26	9	10	7
P19	3	3	3	1	3	5	5	5	28	9	9	10
P20	5	5	5	1	5	5	5	5	36	15	11	10
P21	5	5	5	2	5	5	5	5	37	15	12	10
P22	3	3	5	2	5	5	5	5	33	11	12	10
P23	4	4	4	1	4	4	4	4	29	12	9	8
P24	3	3	3	2	4	4	4	4	27	9	10	8
P25	3	3	5	2	5	1	5	5	29	11	8	10
P26	3	3	3	5	4	4	3	3	28	9	13	6
P27	2	2	3	2	3	3	3	3	21	7	8	6
P28	3	3	5	1	3	3	4	3	25	11	7	7
P29	2	2	4	5	3	3	3	3	25	8	11	6
P30	2	2	3	2	3	3	3	3	21	7	8	6
P31	5	5	5	2	4	4	5	5	35	15	10	10
P32	3	3	3	1	3	3	3	3	22	9	7	6
P33	2	2	4	1	3	3	3	3	21	8	7	6
P34	3	3	3	2	3	3	3	3	23	9	8	6
P35	4	4	5	2	4	4	4	4	31	13	10	8
P36	5	5	4	5	5	5	5	5	39	14	15	10
P37	2	2	5	1	4	3	3	3	23	9	8	6
P38	5	5	5	2	5	5	5	5	37	15	12	10
P39	5	5	5	2	5	5	5	5	37	15	12	10
P40	2	2	3	1	2	3	3	3	19	7	6	6
P41	3	3	3	2	3	3	3	3	23	9	8	6
P42	4	4	4	5	4	5	5	5	36	12	14	10
P43	3	3	3	2	4	4	3	4	26	9	10	7
P44	3	3	3	5	3	3	3	4	27	9	11	7
P45	3	3	3	1	3	3	4	5	25	9	7	9
P46	3	4	3	5	4	3	3	3	28	10	12	6
P47	2	2	3	1	3	3	3	3	20	7	7	6
P48	3	3	3	1	3	3	4	5	25	9	7	9
P49	3	4	3	5	4	3	3	3	28	10	12	6
P50	2	2	3	1	3	3	3	3	20	7	7	6



## ANEXO 7

### Vista de variables en el programa Spss

\*NUEVO - EL NOTICIERO - SPSS DATOS (1).sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	A
1	V111	Numérico	8	0	1.- ¿Con que frecuencia usted suele informarse a través del Noticiero Ñuqanchik de TV Perú?	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
2	V112	Numérico	8	0	2.- ¿La información que brinda el noticiero Ñuqanchik le ayuda a estar informado en su día a día?	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
3	V113	Numérico	8	0	3.- ¿Cómo califica la fluidez y la claridad del idioma quechua que utilizan los conductores del programa?	{1, MUY MALO}...	Ninguno	8	
4	V114	Numérico	8	0	4.- ¿Qué secuencia del noticiero para usted es más importante?	{1, POLITICA}...	Ninguno	8	
5	V115	Numérico	8	0	5.- ¿Consideras importante que el noticiero Ñuqanchik señale cuales son sus fuentes informativas para darle m...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
6	V116	Numérico	8	0	6.- ¿Consideras que los conductores brindan información con contenido claro y preciso?	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
7	V117	Numérico	8	0	7.- ¿Consideras que los conductores tienen buen desenvolvimiento frente a las cámaras?	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
8	V118	Numérico	8	0	8.- ¿Considera que el noticiero "Ñuqanchik" nos brinda el conocimiento necesario para estar informados en el día?	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
9	V1_SUM	Numérico	8	0	El Noticiero en quechua "Ñuqanchik" del canal TV Perú	Ninguno	Ninguno	8	
10	V1D1_SUM	Numérico	8	0	Emisión del noticiero	Ninguno	Ninguno	8	
11	V1D2_SUM	Numérico	8	0	Imágenes	Ninguno	Ninguno	8	
12	V1D3_SUM	Numérico	8	0	Información periodística	Ninguno	Ninguno	8	
13	V2t1	Numérico	8	0	9.- ¿El noticiero quechua "Ñuqanchik" es un programa que aportar en la preservación del idioma quechua?	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
14	V2t2	Numérico	8	0	10.- ¿Usted considera que viendo o escuchando el programa "Ñuqanchik" le ayuda a fortalecer su conocimient...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
15	V2t3	Numérico	8	0	11.- ¿Usted se relaciona con otras personas quechuahablantes?	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
16	V2t4	Numérico	8	0	12.- ¿Usted en que idioma prefiere escuchar noticias de la coyuntura actual?	{1, ESPAÑOL}...	Ninguno	9	
17	V2t5	Numérico	8	0	13.- ¿Usted comenta con su entero las noticias vistas por el programa Ñuqanchik?	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
18	V2t6	Numérico	8	0	14.- ¿Usted considera que es importante implementar más programas en el idioma nativo en el Perú ?	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
19	V2t7	Numérico	8	0	15.- ¿Considera usted que el noticiero "Ñuqanchik" lo ayuda a mantenerse informado de la coyuntura actual?	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
20	V2t8	Numérico	8	0	16.- ¿Con qué frecuencia usted dialoga con su comunidad sobre las noticias emitidas en el programa Ñuqanch...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	
21	V2_SUM	Numérico	8	0	Formación de Opinión	Ninguno	Ninguno	8	
22	V2D1_SUM	Numérico	8	0	Información	Ninguno	Ninguno	8	
23	V2D2_SUM	Numérico	8	0	integración	Ninguno	Ninguno	8	
24	V2D3_SUM	Numérico	8	0	Debate de la Agenda Pública	Ninguno	Ninguno	8	
25	V2D4_SUM	Numérico	8	0	Formación de Opinión	{1, Definito}...	Ninguno	8	

Vista de datos **Vista de variables**

Guardar este documento IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

# ANEXO 6

## Base de datos de la primera variable en el programa Spss

NUEVO - EL NOTICIERO - SPSS DATOS (1).sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	V111	V112	V113	V114	V115	V116	V117	V118	V1_SUM	V1D1_SU M	V1D2_SU M	V1D3_SU M
1	OCASION...	SIEMPRE	BUENO	CULTURA	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	SIEMPRE	35	12	13	10
2	OCASION...	CASI NUN...	MUY BUE...	CULTURA	CASI SIE...	CASI NUN...	NUNCA	CASI TOD...	26	10	11	5
3	NUNCA	NUNCA	MALO	CULTURA	CASI NUN...	NUNCA	CASI NUN...	OCASION...	17	4	8	5
4	SIEMPRE	CASI TOD...	BUENO	ACTUALID...	SIEMPRE	CASI TOD...	CASI TOD...	CASI TOD...	32	13	11	8
5	NUNCA	NUNCA	REGULAR	CULTURA	CASI NUN...	NUNCA	OCASION...	OCASION...	19	5	8	6
6	CASI NUN...	OCASION...	MUY BUE...	CULTURA	SIEMPRE	NUNCA	CASI TOD...	CASI TOD...	29	10	11	8
7	NUNCA	NUNCA	MUY MALO	CULTURA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	12	3	7	2
8	CASI TOD...	SIEMPRE	BUENO	CULTURA	OCASINAL...	OCASION...	CASI TOD...	CASI TOD...	32	13	11	8
9	OCASION...	OCASION...	REGULAR	ACTUALID...	CASI SIE...	OCASION...	CASI TOD...	CASI TOD...	26	9	9	8
10	OCASION...	OCASION...	REGULAR	ACTUALID...	OCASINAL...	OCASION...	CASI TOD...	CASI TOD...	25	9	8	8
11	OCASION...	OCASION...	BUENO	POLITICA	OCASINAL...	CASI TOD...	CASI TOD...	CASI TOD...	26	10	8	8
12	OCASION...	OCASION...	REGULAR	ACTUALID...	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	23	9	8	6
13	OCASION...	OCASION...	REGULAR	POLITICA	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	22	9	7	6
14	OCASION...	OCASION...	MUY BUE...	ACTUALID...	CASI SIE...	CASI TOD...	CASI TOD...	CASI TOD...	29	11	10	8
15	SIEMPRE	SIEMPRE	MUY BUE...	ACTUALID...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	37	15	12	10
16	CASI TOD...	CASI TOD...	MUY BUE...	CULTURA	OCASINAL...	CASI NUN...	SIEMPRE	SIEMPRE	33	13	10	10
17	OCASION...	OCASION...	REGULAR	ACTUALID...	OCASINAL...	OCASION...	CASI TOD...	SIEMPRE	26	9	8	9
18	OCASION...	OCASION...	REGULAR	ACTUALID...	CASI SIE...	CASI TOD...	CASI TOD...	OCASION...	26	9	10	7
19	OCASION...	OCASION...	REGULAR	POLITICA	OCASINAL...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	28	9	9	10
20	SIEMPRE	SIEMPRE	MUY BUE...	POLITICA	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	36	15	11	10
21	SIEMPRE	SIEMPRE	MUY BUE...	ACTUALID...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	37	15	12	10
22	OCASION...	OCASION...	MUY BUE...	ACTUALID...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	33	11	12	10
23	CASI TOD...	CASI TOD...	BUENO	POLITICA	CASI SIE...	CASI TOD...	CASI TOD...	CASI TOD...	29	12	9	8
24	OCASION...	OCASION...	REGULAR	ACTUALID...	CASI SIE...	CASI TOD...	CASI TOD...	CASI TOD...	27	9	10	8
25	OCASION...	OCASION...	MUY BUE...	ACTUALID...	SIEMPRE	NUNCA	SIEMPRE	SIEMPRE	29	11	8	10
26	OCASION...	OCASION...	REGULAR	CULTURA	CASI SIE...	CASI TOD...	OCASION...	OCASION...	28	9	13	6
27	CASI NUN...	CASI NUN...	REGULAR	ACTUALID...	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	21	7	8	6
28	OCASION...	OCASION...	MUY BUE...	POLITICA	OCASINAL...	OCASION...	CASI TOD...	OCASION...	25	11	7	7
29	CASI NUN...	CASI NUN...	BUENO	CULTURA	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	25	8	11	6
30	CASI NUN...	CASI NUN...	REGULAR	ACTUALID...	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	21	7	8	6
31	SIEMPRE	SIEMPRE	MUY BUE...	ACTUALID...	CASI SIE...	CASI TOD...	SIEMPRE	SIEMPRE	35	15	10	10
32	OCASION...	OCASION...	REGULAR	POLITICA	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	22	9	7	6
33	CASI NUN...	CASI NUN...	BUENO	POLITICA	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	21	8	7	6
34	OCASION...	OCASION...	REGULAR	ACTUALID...	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	23	9	8	6
35	CASI TOD...	CASI TOD...	MUY BUE...	ACTUALID...	CASI SIE...	CASI TOD...	CASI TOD...	CASI TOD...	31	13	10	8
36	SIEMPRE	SIEMPRE	BUENO	CULTURA	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	39	14	15	10
37	CASI NUN...	CASI NUN...	MUY BUE...	POLITICA	CASI SIE...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	23	9	8	6
38	SIEMPRE	SIEMPRE	MUY BUE...	ACTUALID...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	37	15	12	10
39	SIEMPRE	SIEMPRE	MUY BUE...	ACTUALID...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	37	15	12	10
40	CASI NUN...	CASI NUN...	REGULAR	POLITICA	CASI NUN...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	19	7	6	6
41	OCASION...	OCASION...	REGULAR	ACTUALID...	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	23	9	8	6
42	CASI TOD...	CASI TOD...	BUENO	CULTURA	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	36	12	14	10
43	OCASION...	OCASION...	REGULAR	ACTUALID...	CASI SIE...	CASI TOD...	OCASION...	CASI TOD...	26	9	10	7
44	OCASION...	OCASION...	REGULAR	CULTURA	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	CASI TOD...	27	9	11	7
45	OCASION...	OCASION...	REGULAR	POLITICA	OCASINAL...	OCASION...	CASI TOD...	SIEMPRE	25	9	7	9
46	OCASION...	CASI TOD...	REGULAR	CULTURA	CASI SIE...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	28	10	12	6
47	CASI NUN...	CASI NUN...	REGULAR	POLITICA	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	20	7	7	6
48	OCASION...	OCASION...	REGULAR	POLITICA	OCASINAL...	OCASION...	CASI TOD...	SIEMPRE	25	9	7	9
49	OCASION...	CASI TOD...	REGULAR	CULTURA	CASI SIE...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	28	10	12	6
50	CASI NUN...	CASI NUN...	REGULAR	POLITICA	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	OCASION...	20	7	7	6
51												
52												
53												
54												
55												

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Proces

# ANEXO 7

## Base de datos de la segunda variable en el programa Spss

\*NUEVO - EL NOTICIERO - SPSS DATOS (1).sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	V2I1	V2I2	V2I3	V2I4	V2I5	V2I6	V2I7	V2I8	V2_SUM	V2D1_SU M	V2D2_SU M	V2D3_SU M
1	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	A VECES	SIEMPRE	CASI NUN...	CASI TOD...	34	10	18	6
2	NUNCA	NUNCA	NUNCA	AMBOS	SIEMPRE	CASI NUN...	OCASION...	CASI NUN...	20	2	13	5
3	CASI NUN...	NUNCA	CASI NUN...	AMBOS	SIEMPRE	CASI NUN...	CASI NUN...	SIEMPRE	24	3	14	7
4	CASI TOD...	NUNCA	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	CASI TOD...	32	5	20	7
5	CASI NUN...	NUNCA	CASI NUN...	AMBOS	SIEMPRE	OCASINAL...	OCASION...	NUNCA	22	3	15	4
6	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	NUNCA	SIEMPRE	OCASION...	OCASION...	32	10	16	6
7	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ESPAÑOL	NUNCA	NUNCA	CASI NUN...	NUNCA	9	2	4	3
8	CASI TOD...	CASI TOD...	NUNCA	AMBOS	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI NUN...	OCASION...	28	8	15	5
9	CASI TOD...	CASI TOD...	OCASION...	AMBOS	A VECES	OCASINAL...	OCASION...	CASI NUN...	26	8	13	5
10	OCASION...	CASI TOD...	CASI TOD...	AMBOS	A VECES	OCASINAL...	NUNCA	OCASION...	24	7	13	4
11	CASI TOD...	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	CASI SIE...	CASI SIE...	OCASION...	OCASION...	33	9	18	6
12	OCASION...	OCASION...	OCASION...	AMBOS	A VECES	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	24	6	12	6
13	OCASION...	OCASION...	OCASION...	AMBOS	A VECES	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	24	6	12	6
14	CASI TOD...	CASI TOD...	CASI TOD...	AMBOS	CASI SIE...	CASI SIE...	OCASION...	CASI TOD...	32	8	17	7
15	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	38	10	20	8
16	CASI TOD...	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	CASI SIE...	OCASION...	OCASION...	34	9	19	6
17	CASI TOD...	CASI TOD...	SIEMPRE	AMBOS	A VECES	SIEMPRE	OCASION...	CASI TOD...	33	8	18	7
18	OCASION...	OCASION...	CASI TOD...	AMBOS	CASI SIE...	SIEMPRE	OCASION...	CASI TOD...	31	6	18	7
19	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	38	10	20	8
20	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	38	10	20	8
21	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	38	10	20	8
22	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	38	10	20	8
23	CASI TOD...	CASI TOD...	CASI TOD...	NINGUNO	CASI SIE...	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	33	8	17	8
24	OCASION...	OCASION...	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	34	6	20	8
25	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	A VECES	SIEMPRE	NUNCA	OCASION...	32	10	18	4
26	CASI TOD...	CASI TOD...	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	36	8	20	8
27	OCASION...	OCASION...	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	34	6	20	8
28	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	38	10	20	8
29	OCASION...	SIEMPRE	SIEMPRE	NINGUNO	CASI NUN...	CASI SIE...	OCASION...	CASI NUN...	28	8	15	5
30	OCASION...	OCASION...	OCASION...	AMBOS	A VECES	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	24	6	12	6
31	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	38	10	20	8
32	OCASION...	OCASION...	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	34	6	20	8
33	OCASION...	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	36	8	20	8
34	OCASION...	OCASION...	OCASION...	AMBOS	A VECES	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	24	6	12	6
35	CASI TOD...	CASI TOD...	CASI TOD...	NINGUNO	CASI SIE...	SIEMPRE	OCASION...	CASI TOD...	32	8	17	7
36	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	38	10	20	8
37	OCASION...	SIEMPRE	SIEMPRE	NINGUNO	A VECES	OCASINAL...	OCASION...	SIEMPRE	31	8	15	8
38	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	A VECES	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	36	10	18	8
39	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	CASI SIE...	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	37	10	19	8
40	OCASION...	OCASION...	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	34	6	20	8
41	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	38	10	20	8
42	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	38	10	20	8
43	CASI TOD...	OCASION...	SIEMPRE	AMBOS	CASI SIE...	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	30	7	17	6
44	CASI TOD...	CASI TOD...	CASI TOD...	AMBOS	CASI SIE...	OCASINAL...	OCASION...	SIEMPRE	32	8	16	8
45	CASI TOD...	CASI TOD...	CASI TOD...	NINGUNO	CASI SIE...	CASI SIE...	OCASION...	SIEMPRE	32	8	16	8
46	CASI TOD...	CASI TOD...	CASI TOD...	AMBOS	CASI SIE...	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	32	8	16	8
47	OCASION...	OCASION...	CASI TOD...	AMBOS	SIEMPRE	SIEMPRE	OCASION...	SIEMPRE	33	6	19	8
48	OCASION...	OCASION...	OCASION...	ESPAÑOL	A VECES	OCASINAL...	CASI TOD...	SIEMPRE	25	6	10	9
49	OCASION...	CASI TOD...	OCASION...	AMBOS	CASI SIE...	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	28	7	15	6
50	CASI NUN...	CASI NUN...	OCASION...	ESPAÑOL	A VECES	OCASINAL...	OCASION...	OCASION...	20	4	10	6
51												
52												
53												
54												
55												
56												
57												
58												
59												
60												
61												

Vista de datos Vista de variables

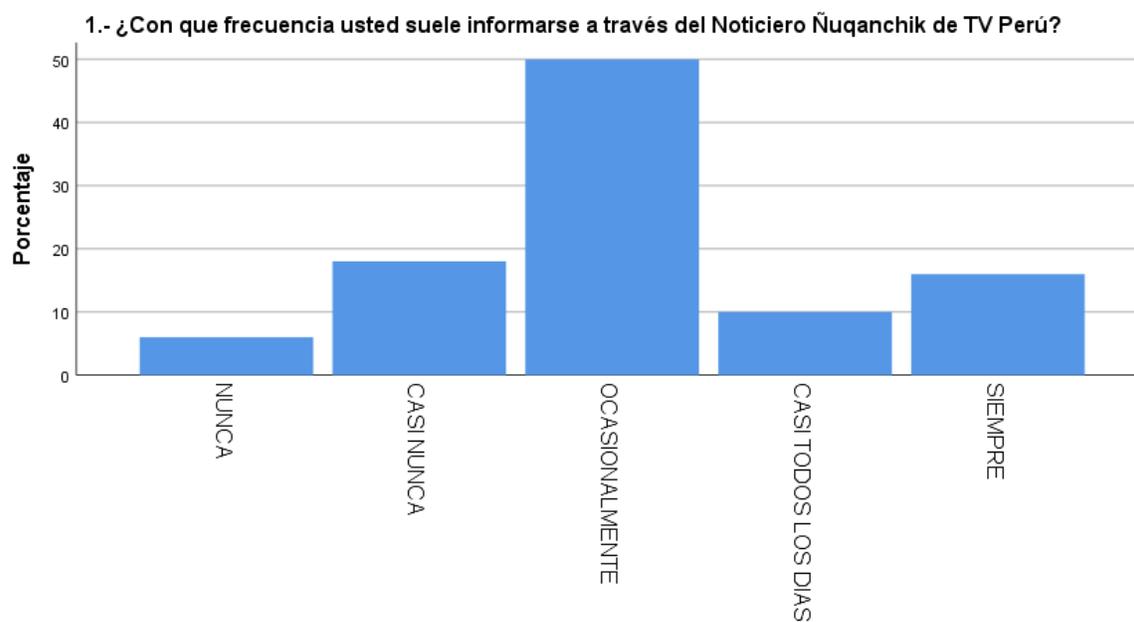
IBM SPSS Statistics Process

## ANEXO 8

Distribución de resultados de la segunda variable del estudio

### 1.- ¿Con que frecuencia usted suele informarse a través del Noticiero Ñuqanchik de TV Perú?

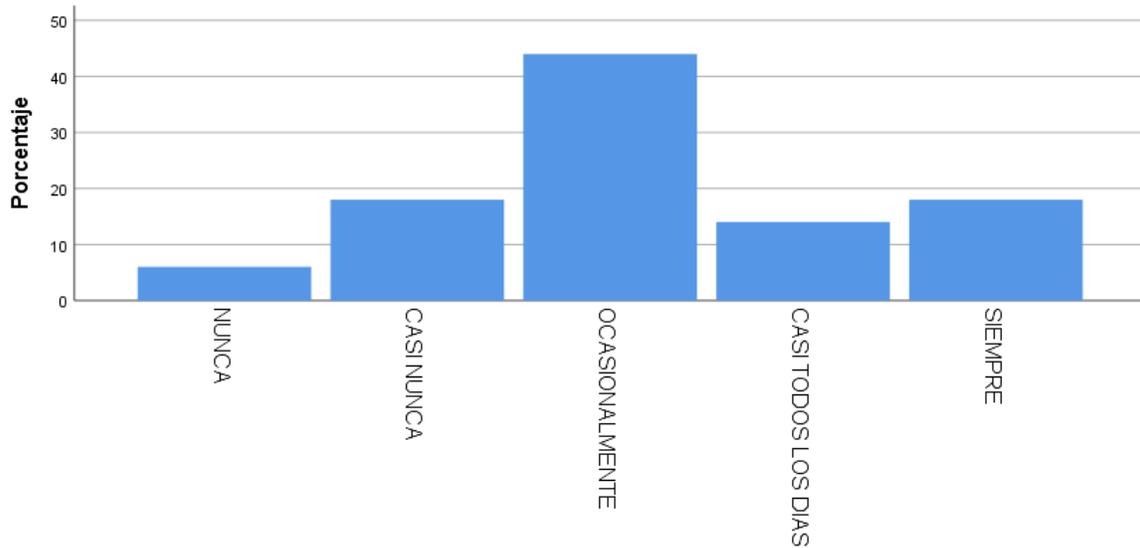
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	6,0	6,0	6,0
	CASI NUNCA	9	18,0	18,0	24,0
	OCASIONALMENTE	25	50,0	50,0	74,0
	CASI TODOS LOS DIAS	5	10,0	10,0	84,0
	SIEMPRE	8	16,0	16,0	100,0
	Total		50	100,0	100,0



**2.- ¿Con qué frecuencia la información que le brinda el noticiero Ñuqanchik le ayuda a estar informado en su día a día?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	6,0	6,0	6,0
	CASI NUNCA	9	18,0	18,0	24,0
	OCASIONALMENTE	22	44,0	44,0	68,0
	CASI TODOS LOS DIAS	7	14,0	14,0	82,0
	SIEMPRE	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

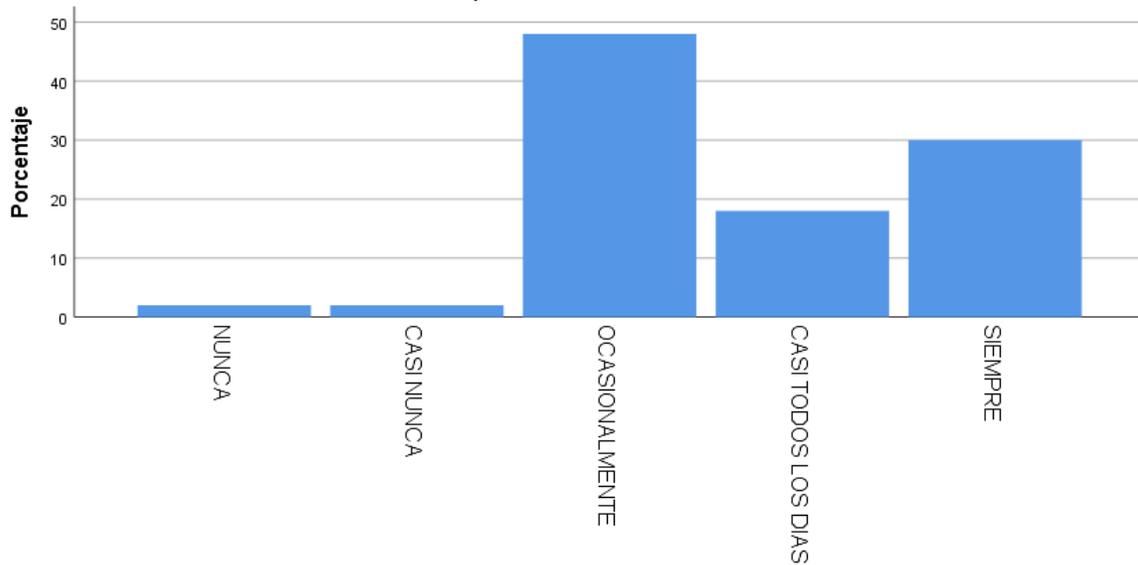
**2.- ¿Con qué frecuencia la información que le brinda el noticiero Ñuqanchik le ayuda a estar informado en su día a día?2.- ¿Con qué frecuencia la información que le brinda el noticiero Ñuqanchik le ayuda a estar informado en su día a día?**



**3.- ¿Con qué frecuencia usted considera que el noticiero "Ñuqanchik" trasmite información verídica para la población andina?**

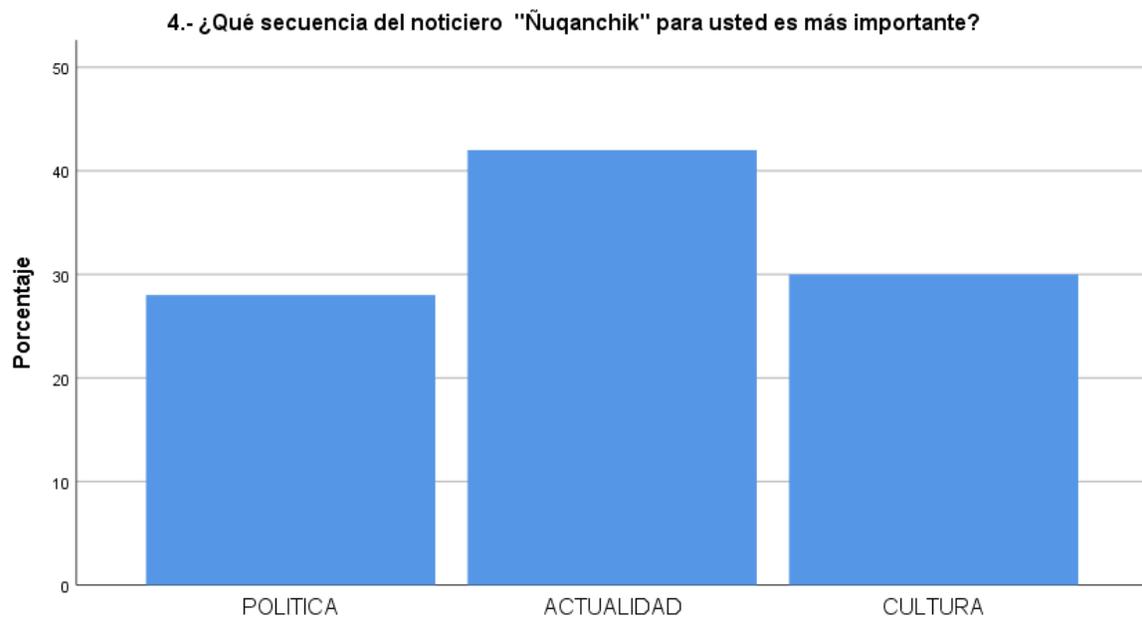
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	1	2,0	2,0	2,0
CASI NUNCA	1	2,0	2,0	4,0
OCASIONALMENTE	24	48,0	48,0	52,0
CASI TODOS LOS DIAS	9	18,0	18,0	70,0
SIEMPRE	15	30,0	30,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

**3.- ¿Con qué frecuencia usted considera que el noticiero "Ñuqanchik" trasmite información verídica para la población andina?**



**4.- ¿Qué secuencia del noticiero "Ñuqanchik" para usted es más importante?**

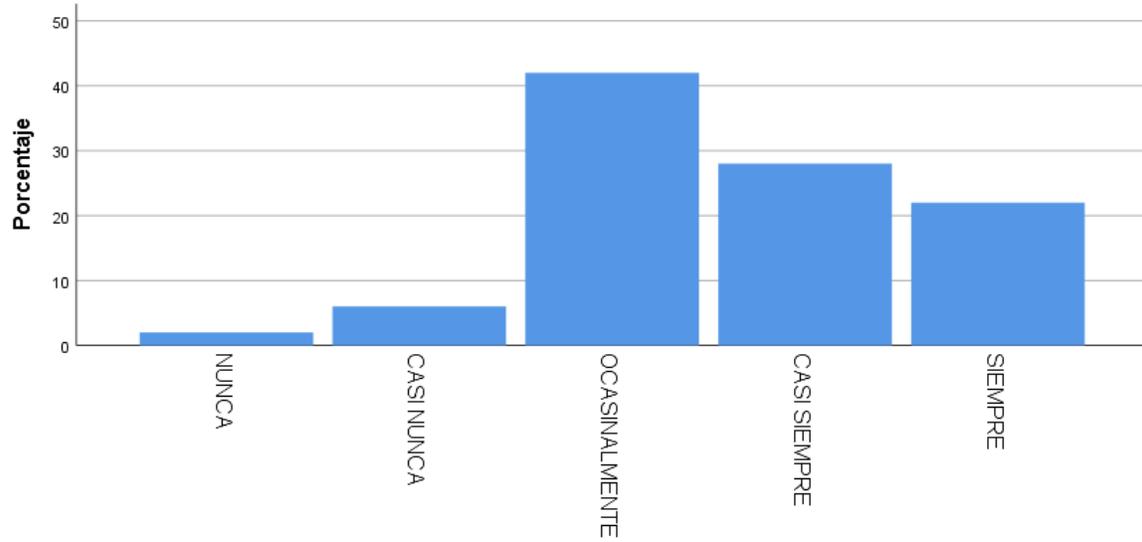
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	POLITICA	14	28,0	28,0	28,0
	ACTUALIDAD	21	42,0	42,0	70,0
	CULTURA	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	



**5.- ¿Con qué frecuencia las imágenes del noticiero Ñuqanchik muestran la realidad de lo que sucede en el interior del país?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	2,0	2,0	2,0
	CASI NUNCA	3	6,0	6,0	8,0
	OCASINALMENTE	21	42,0	42,0	50,0
	CASI SIEMPRE	14	28,0	28,0	78,0
	SIEMPRE	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

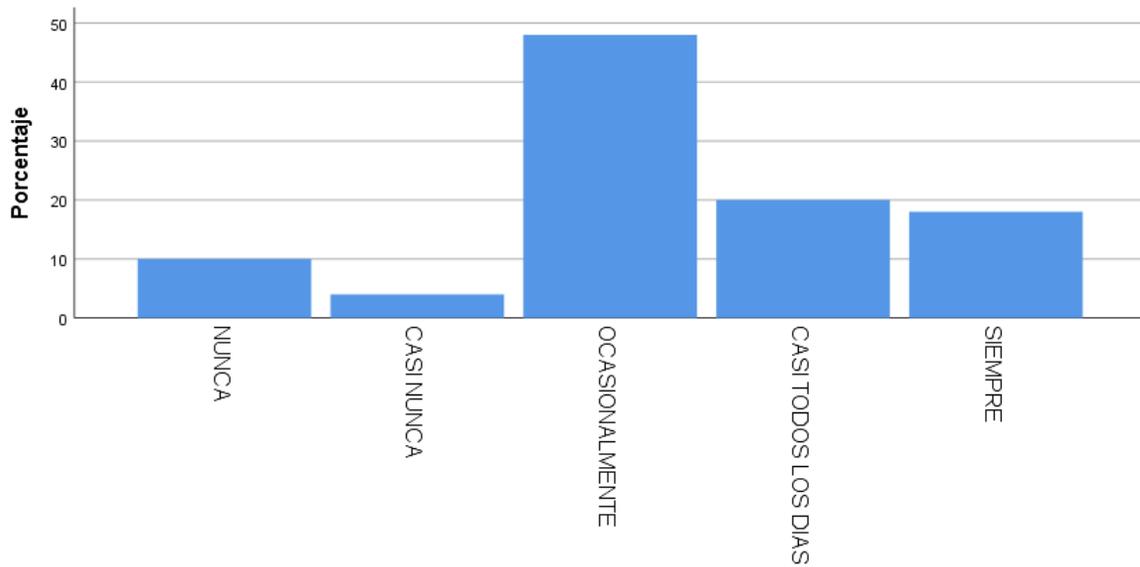
**5.- ¿Con qué frecuencia las imágenes del noticiero Ñuqanchik muestran la realidad de lo que sucede en el interior del país?**



**6.- ¿Con qué frecuencia usted considera que el noticiero “Ñuqanchik” utiliza las mismas imágenes/videos de los demás canales de señal abierta?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	5	10,0	10,0	10,0
	CASI NUNCA	2	4,0	4,0	14,0
	OCASIONALMENTE	24	48,0	48,0	62,0
	CASI TODOS LOS DIAS	10	20,0	20,0	82,0
	SIEMPRE	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

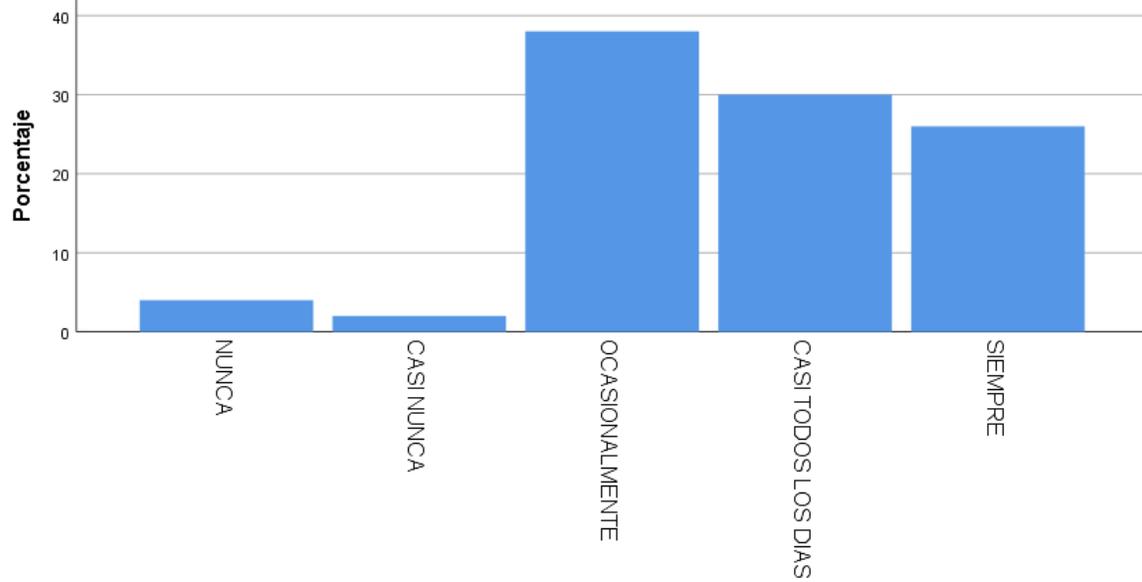
**6.- ¿Con qué frecuencia usted considera que el noticiero “Ñuqanchik” utiliza las mismas imágenes/videos de los demás canales de señal abierta?**



**7.- ¿Con qué frecuencia los conductores se expresan con fluidez y claridad en el idioma quechua?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	4,0	4,0	4,0
	CASI NUNCA	1	2,0	2,0	6,0
	OCASIONALMENTE	19	38,0	38,0	44,0
	CASI TODOS LOS DIAS	15	30,0	30,0	74,0
	SIEMPRE	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

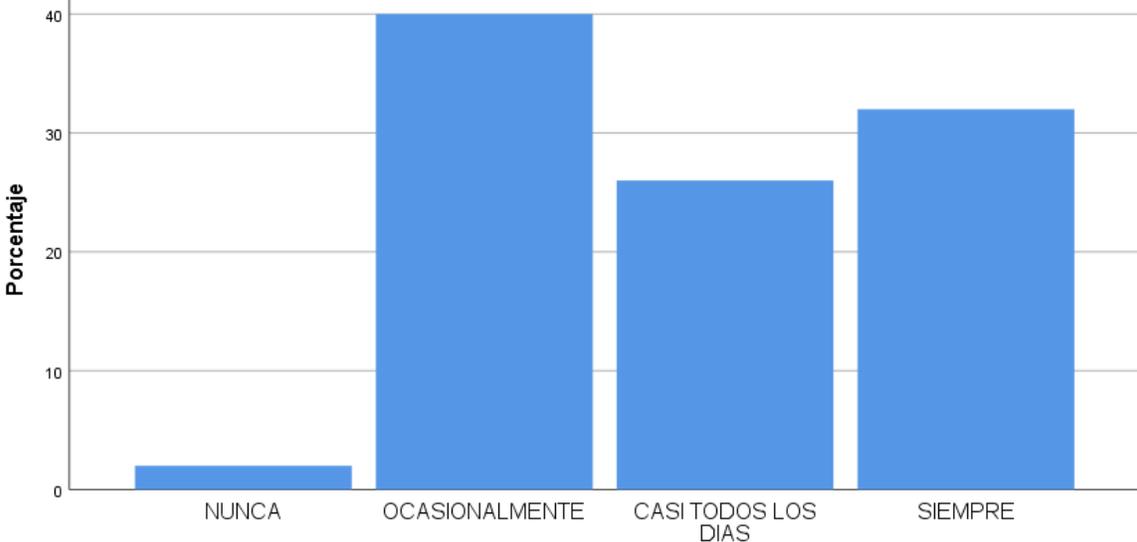
**7.- ¿Con qué frecuencia los conductores se expresan con fluidez y claridad en el idioma quechua?**



**8.- ¿Con qué frecuencia consideras que los conductores tienen buen desenvolvimiento frente a las cámaras?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	2,0	2,0	2,0
	OCASIONALMENTE	20	40,0	40,0	42,0
	CASI TODOS LOS DIAS	13	26,0	26,0	68,0
	SIEMPRE	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

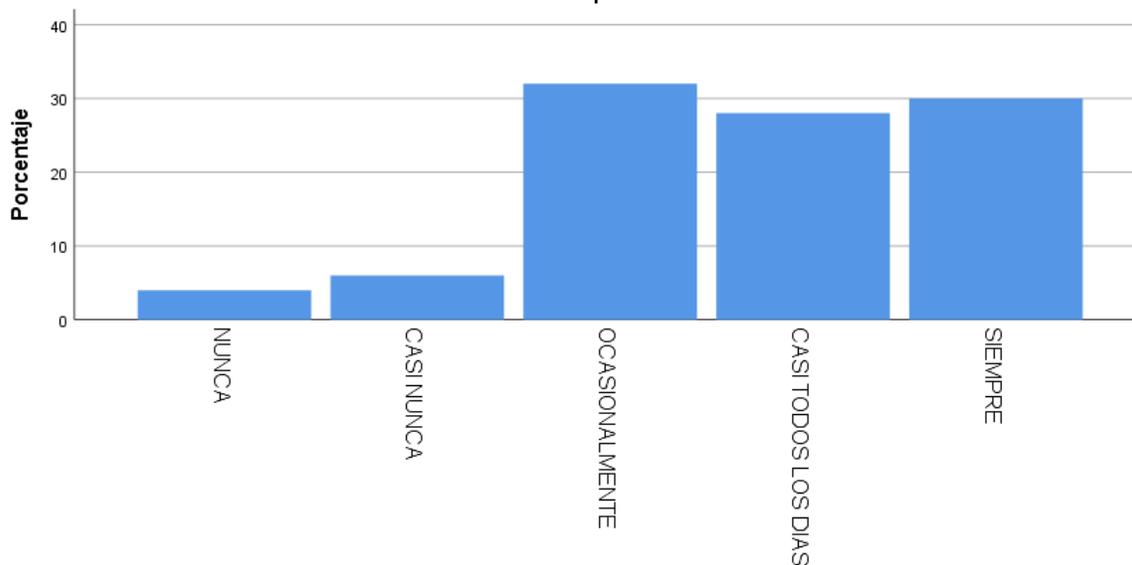
**8.- ¿Con qué frecuencia consideras que los conductores tienen buen desenvolvimiento frente a las cámaras?**



**9.- ¿Con qué frecuencia consideras que el noticiero “Ñuqanchik” nos brinda el conocimiento necesario para emitir una opinión?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	4,0	4,0	4,0
	CASI NUNCA	3	6,0	6,0	10,0
	OCASIONALMENTE	16	32,0	32,0	42,0
	CASI TODOS LOS DIAS	14	28,0	28,0	70,0
	SIEMPRE	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

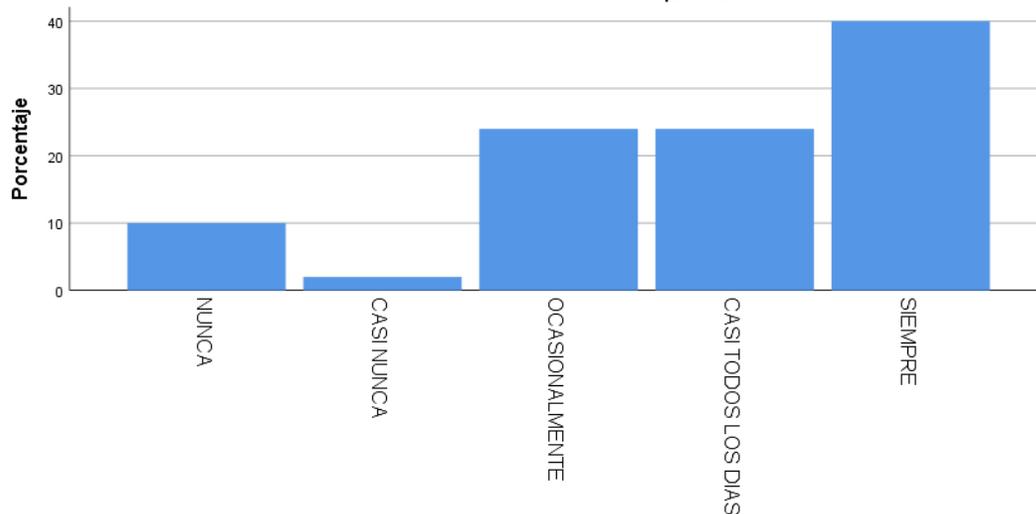
**9.- ¿Con qué frecuencia consideras que el noticiero “Ñuqanchik” nos brinda el conocimiento necesario para emitir una opinión?**



**10.- ¿Con qué frecuencia usted considera que viendo y/o escuchando el programa “Ñuqanchik” le ayuda a fortalecer su conocimiento del idioma quechua?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	5	10,0	10,0	10,0
	CASI NUNCA	1	2,0	2,0	12,0
	OCASIONALMENTE	12	24,0	24,0	36,0
	CASI TODOS LOS DIAS	12	24,0	24,0	60,0
	SIEMPRE	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

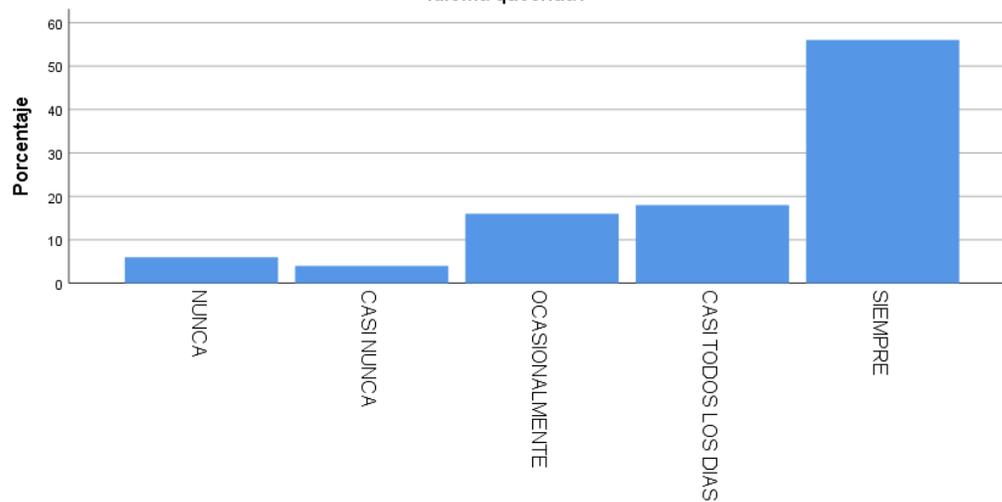
**10.- ¿Con qué frecuencia usted considera que viendo y/o escuchando el programa “Ñuqanchik” le ayuda a fortalecer su conocimiento del idioma quechua?**



**11.- ¿Con qué frecuencia consideras que el noticiero “Ñuqanchik” es un programa que ayuda a preservar el idioma quechua?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	6,0	6,0	6,0
	CASI NUNCA	2	4,0	4,0	10,0
	OCASIONALMENTE	8	16,0	16,0	26,0
	CASI TODOS LOS DIAS	9	18,0	18,0	44,0
	SIEMPRE	28	56,0	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

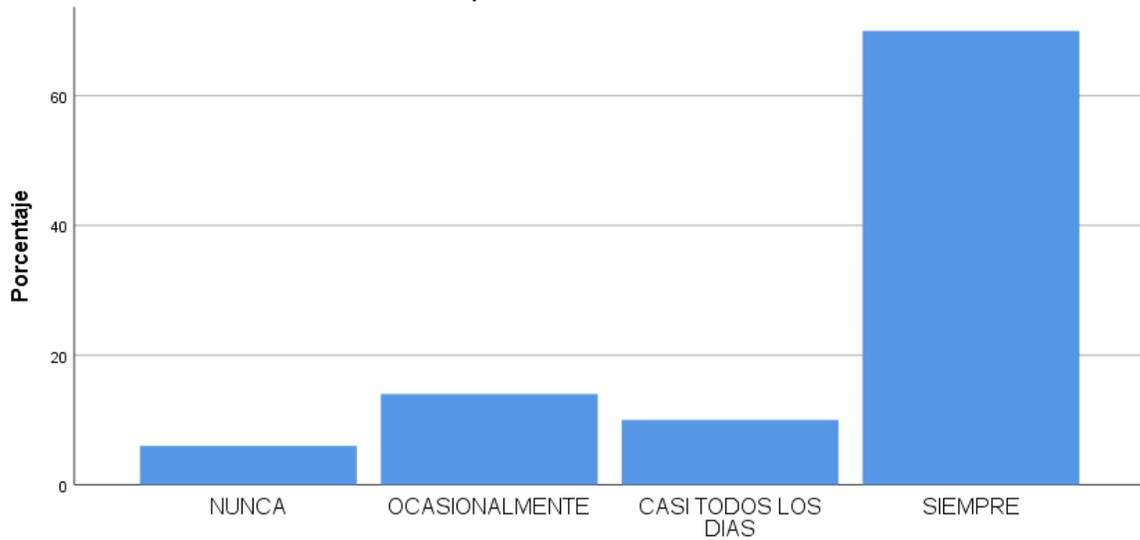
**11.- ¿Con qué frecuencia consideras que el noticiero “Ñuqanchik” es un programa que ayuda a preservar el idioma quechua?**



**12.- ¿Con qué frecuencia usted considera que es importante implementar más programas en el idioma quechua en el Perú?**

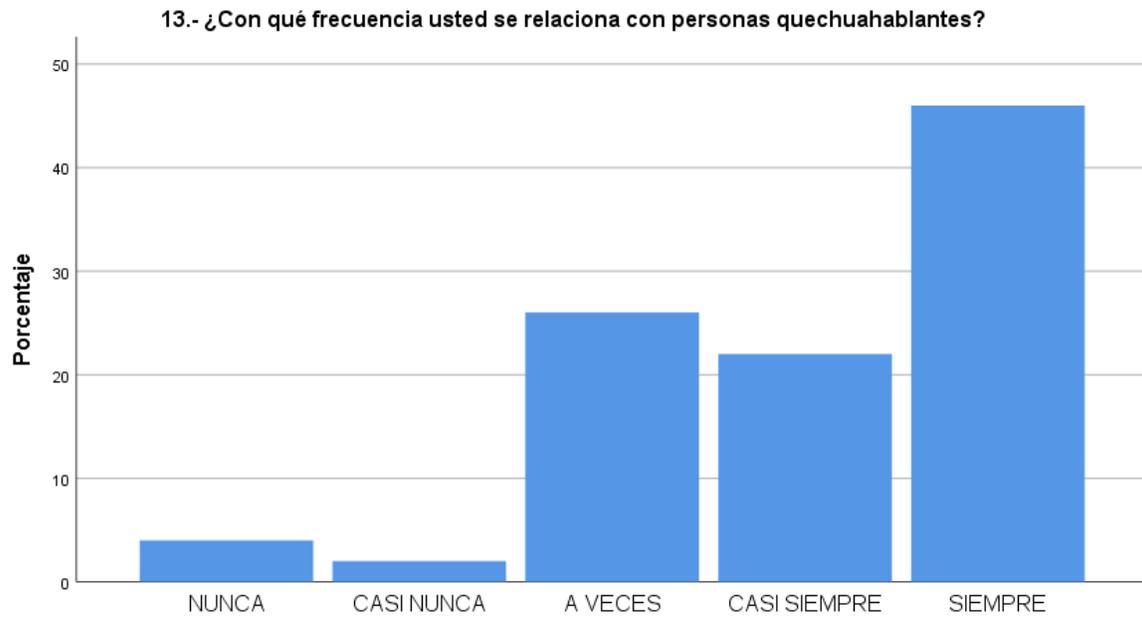
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	6,0	6,0	6,0
	OCASIONALMENTE	7	14,0	14,0	20,0
	CASI TODOS LOS DIAS	5	10,0	10,0	30,0
	SIEMPRE	35	70,0	70,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

**12.- ¿Con qué frecuencia usted considera que es importante implementar más programas en el idioma quechua en el Perú?**



### 13.- ¿Con qué frecuencia usted se relaciona con personas quechuahablante?

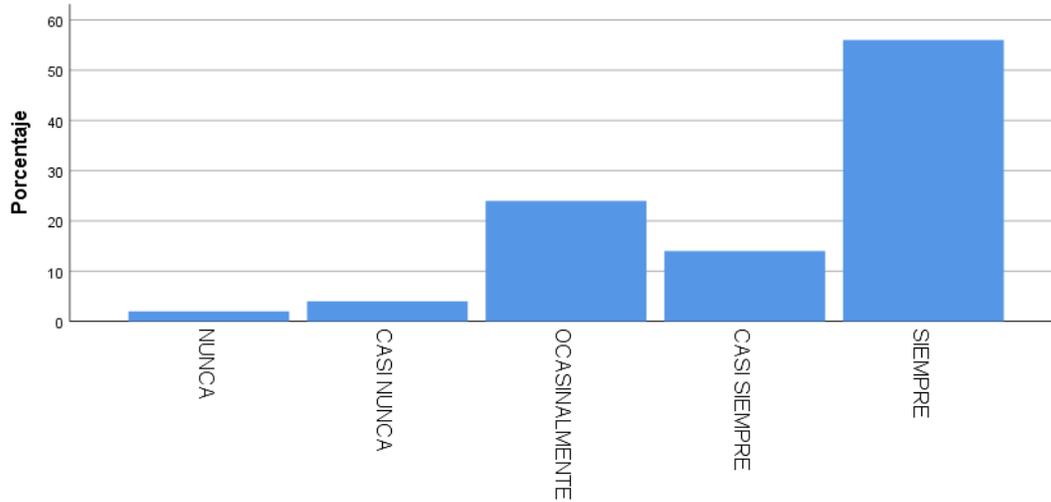
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	4,0	4,0	4,0
	CASI NUNCA	1	2,0	2,0	6,0
	A VECES	13	26,0	26,0	32,0
	CASI SIEMPRE	11	22,0	22,0	54,0
	SIEMPRE	23	46,0	46,0	100,0
	Total		50	100,0	100,0



**14.- ¿Con qué frecuencia usted considera que el programa "Ñuqanchik" muestra la identidad de la población quechuahablante?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	2,0	2,0	2,0
	CASI NUNCA	2	4,0	4,0	6,0
	OCASINALMENTE	12	24,0	24,0	30,0
	CASI SIEMPRE	7	14,0	14,0	44,0
	SIEMPRE	28	56,0	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

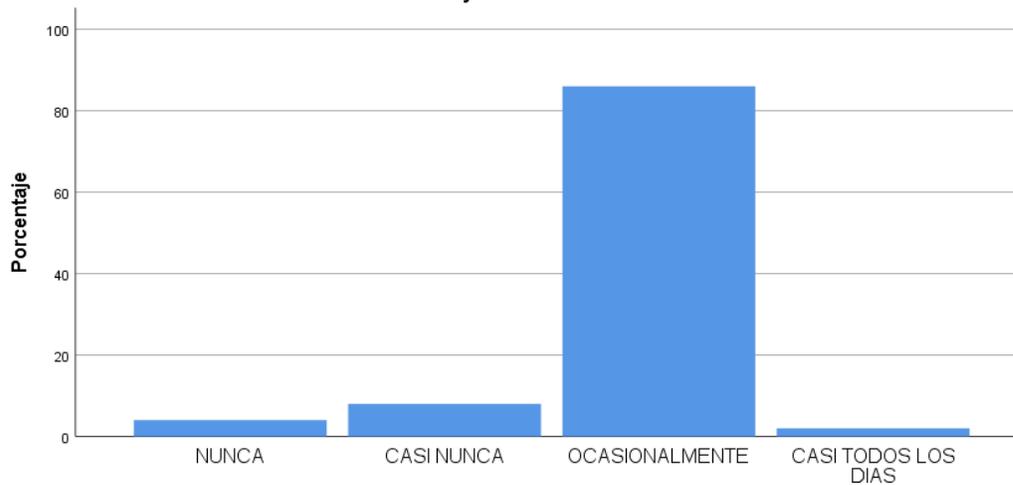
**14.- ¿Con qué frecuencia usted considera que el programa "Ñuqanchik" muestra la identidad de la población quechuahablante?**



**15.- ¿Usted en qué idioma prefiere emitir su opinión con su comunidad quechuahablante sobre las noticias de la coyuntura actual?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	4,0	4,0	4,0
	CASI NUNCA	4	8,0	8,0	12,0
	OCASIONALMENTE	43	86,0	86,0	98,0
	CASI TODOS LOS DIAS	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

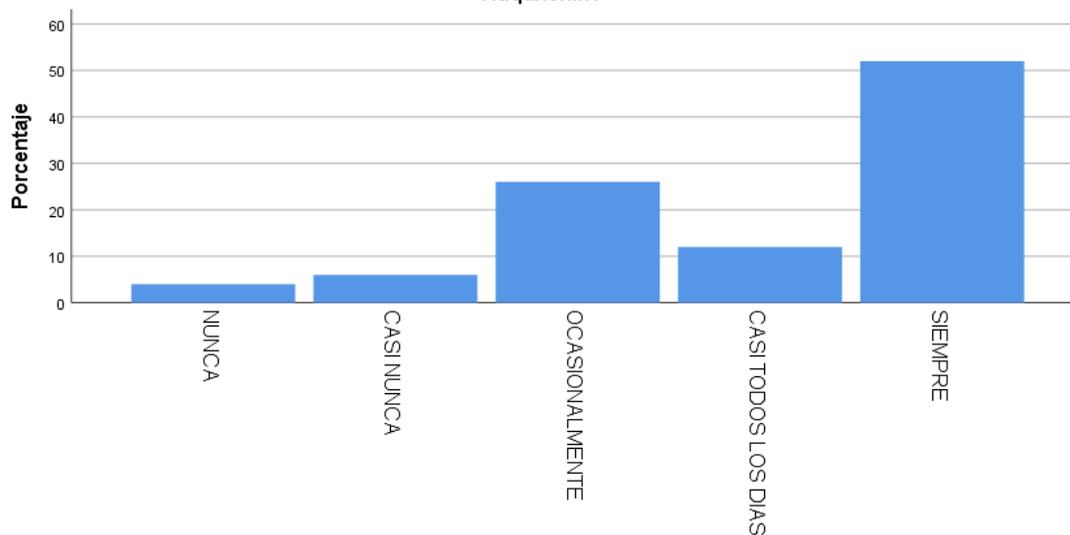
**15.- ¿Usted en qué idioma prefiere emitir su opinión con su comunidad quechuahablante sobre las noticias de la coyuntura actual?**



**16.- ¿Con qué frecuencia usted dialoga con su comunidad sobre las noticias emitidas en el programa Ñuqanchik?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	4,0	4,0	4,0
	CASI NUNCA	3	6,0	6,0	10,0
	OCASIONALMENTE	13	26,0	26,0	36,0
	CASI TODOS LOS DIAS	6	12,0	12,0	48,0
	SIEMPRE	26	52,0	52,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**16.- ¿Con qué frecuencia usted dialoga con su comunidad sobre las noticias emitidas en el programa Ñuqanchik?**



# ANEXO 11

## MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO CUESTIONARIO PARA SATISFACCIÓN ACADÉMICA

Tabla 1

Matriz de validación de contenido para cuestionario de Satisfacción Académica.

**TÍTULO DE LA TESIS:** EL NOTICIERO "ÑUQANCHIK" Y SU INFLUENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LA POBLACIÓN QUECHUAHABLANTE DE 45 A 60 AÑOS DEL CENTRO CULTURAL PUNO, LIMA 2022

VARIABLE 1 : EL NOTICIERO ÑUQANCHIK							
DIMENSIÓN 1: Emisión del noticiero							
INDICADORES	ÍTEMS	CRITERIOS DE VALIDACION DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Información	1. Las personas quechua hablantes se informan a través del noticiero Ñuqanchik.	3	3	3	3	3	
Conductores.	2. Los conductores utilizan el idioma quechua fluido y entendible para su público.	3	3	3	3	3	
	3. Los conductores son carismáticos y tienen buen desenvolvimiento en cámaras.	3	3	2	2	3	

Secuencias	4. Las secuencias del noticiero son variadas para mayor información de la audiencia.	3	3	2	3	3	
Fuentes informativas	5. Se publica las fuentes informativas para brindar credibilidad a la noticia.	3	3	2	3	3	
VARIABLE 2 : Influencia en la opinión pública							
Conocimiento	6. Las personas quechua hablantes tendrían mayor conocimiento de las noticias e información de los medios.	3	2	3	2	2	
	7. Los quechua hablantes reforzarían y aprenderían mejor en su idioma a través de los medios de comunicación.	3	3	3	3	3	
Preservar	8. El idioma quechua preservaría en el tiempo ya que contamos con mayor información en los medios.	2	3	2	3	2	
Integración Social	9. Las personas interactúan comentando alguna sección del noticiero ñuqanchik	3	3	2	3	3	
	10. Los quechua hablantes se relacionan entre sí para debatir de alguna noticia en particular.	2	3	3	3	3	
Noticias de Coyuntura	11. Las personas tienen conocimiento de las noticias de coyuntura para ejercer la opinión del mismo.	3	3	2	3	3	

**DATOS DEL EXPERTO**

Nombres y Apellidos	Monica Cintya Jara Sutta	DNI N°	46875559
Nombre del Instrumento	El noticiero "ñuqanchik" y su influencia en la opinión pública de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno, Lima 2022		
Dirección domiciliaria	Asoc Predio 170 Mz B Lt 15 Pte Piedra	Teléfono domicilio	951 751 667
Título Profesional/Especialidad	Soy Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la UCV	Teléfono Celular	
Grado Académico	Maestría en Gerencia de la Calidad y Desarrollo Humano de la Universidad Nacional del Callao		
Mención	Desarrollo Humano de la Universidad Nacional del Callao		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 08 de Julio del 2022

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO CUESTIONARIO PARA  
SATISFACCIÓN ACADÉMICA**

**Tabla 1**

*Matriz de validación de contenido para cuestionario de Satisfacción Académica.*

**TÍTULO DE LA TESIS:** EL NOTICIERO "ÑUQANCHIK" Y SU INFLUENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LA POBLACIÓN QUECHUAHABLANTE DE 45 A 60 AÑOS DEL CENTRO CULTURAL PUNO, LIMA 2022

VARIABLE 1 : EL NOTICIERO ÑUQANCHIK							
DIMENSIÓN 1: Emisión del noticiero							
INDICADORES	ÍTEMS	CRITERIOS DE VALIDACION DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Información	1. Las personas quechua hablantes se informan a través del noticiero Ñuqanchik.	2	3	3	3	3	
Conductores.	2. Los conductores utilizan el idioma quechua fluido y entendible para su público.	3	3	3	3	3	
	3. Los conductores son carismáticos y tienen buen desenvolvimiento en cámaras.	3	3	2	3	3	

Secuencias	4. Las secuencias del noticiero son variadas para mayor información de la audiencia.	3	3	3	2	3	
Fuentes informativas	5. Se publica las fuentes informativas para brindar credibilidad a la noticia.	3	3	3	2	3	
VARIABLE 2 : Influencia en la opinión pública							
Conocimiento	6. Las personas quechua hablantes tendrían mayor conocimiento de las noticias e información de los medios.	3	2	3	2	2	
	7. Los quechua hablantes reforzarían y aprenderían mejor en su idioma a través de los medios de comunicación.	3	3	2	3	3	
Preservar	8. El idioma quechua preservaría en el tiempo ya que contamos con mayor información en los medios.	2	3	2	3	2	
Integración Social	9. Las personas interactúan comentando alguna sección del noticiero ñuqanchik	3	3	2	3	3	
	10. Los quechua hablantes se relacionan entre sí para debatir de alguna noticia en particular.	2	3	2	3	3	
Noticias de Coyuntura	11. Las personas tienen conocimiento de las noticias de coyuntura para ejercer la opinión del mismo.	3	2	2	3	3	

**DATOS DEL EXPERTO**

Nombres y Apellidos	Oscar Guevara Salvatierra	DNI N°	4614 4382
Nombre del Instrumento	El noticiero "ñuqanchik" y su influencia en la opinión pública de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno, Lima 2022		
Dirección domiciliaria	Los Cedro de Villa Calle T1 Mz J Lt 22 - Chorrillos	Teléfono domicilio	971 959 384
Título Profesional/Especialidad	Lic. en Educación	Teléfono Celular	-
Grado Académico	Maestro en Educación Doctor en Educación.		
Mención	Docencia e Investigación universitaria		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 08 de Julio del 2022

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO CUESTIONARIO PARA  
SATISFACCIÓN ACADÉMICA**

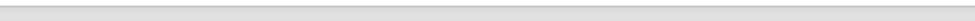
**Tabla 1**

*Matriz de validación de contenido para cuestionario de Satisfacción Académica.*

**TÍTULO DE LA TESIS:** EL NOTICIERO "ÑUQANCHIK" Y SU INFLUENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LA POBLACIÓN

QUECHUAHABLANTE DE 45 A 60 AÑOS DEL CENTRO CULTURAL PUNO, LIMA 2022

VARIABLE 1: EL NOTICIERO ÑUQANCHIK							
DIMENSIÓN 1: Emisión del noticiero							
INDICADORES	ÍTEMS	CRITERIOS DE VALIDACION DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Información	1. Las personas <del>quechua</del> hablantes se informan a través del noticiero <del>Ñuqanchik</del> .	3	3	3	3	3	
Conductores.	2. Los conductores utilizan el idioma quechua fluido y entendible para su público.	3	3	3	3	3	
	3. Los conductores son carismáticos y tienen buen desenvolvimiento en cámaras.	3	3	3	3	3	



Secuencias	4. Las secuencias del noticiero son variadas para más información de la audiencia.	3	3	3	3	3	
Fuentes informativas	5. Se publica las fuentes informativas para brindar credibilidad a la noticia.	3	3	3	3	3	
VARIABLE 2: Influencia en la opinión pública							
Conocimiento	6. Las personas <del>quechua</del> hablantes tendrían mayor conocimiento de las noticias e información de los medios.	3	3	3	3	3	
	7. Los <del>quechua</del> hablantes reforzarían y aprenderían mejor en su idioma a través de los medios de comunicación.	3	3	3	3	3	
Preservar	8. El idioma quechua preservaría en el tiempo ya que contamos con más información en los medios.	3	3	3	3	3	
Integración Social	9. Las personas interactúan comentando alguna sección del noticiero <del>Ñuqanchik</del> .	3	3	3	3	3	
	10. Los <del>quechua</del> hablantes se relacionan entre <del>si</del> para debatir de alguna noticia en particular.	3	3	3	3	3	
Noticias de Coyuntura	11. Las personas tienen conocimiento de las noticias de <del>coyuntura</del> para ejercer la opinión de este.	3	3	3	3	3	

**DATOS DEL EXPERTO**

Nombres y Apellidos	Diego Fernando Ulloa Arias	DNI N°	46219958
Nombre del Instrumento	<b>CUESTIONARIO PARA SATISFACCIÓN ACADÉMICA</b>		
Dirección domiciliaria	Av. Honorio Delgado #557 S.M.P.	Teléfono domicilio	015476290
Título Profesional/Especialidad	Lic. En Ciencias de la Comunicación / Relaciones Públicas	Teléfono Celular	987958993
Grado Académico	Maestro		
Mención	Docencia Universitaria		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 16 - 07 - 2022



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN**

El noticiero “Ñuqanchik” y su influencia en la opinión pública de los  
quechuahablantes de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno,  
Lima 2022

**AUTORAS:**

Llanos Aguilar, Laura Beatriz (orcid.org/0000-0002-0156-1104)  
León Saldaña, Alexia Fernanda Da Gracia (orcid.org/0000-0002-9071-4861)

**ASESOR:**

Mgtr. Celis Castillo, Edward José (0000-0002-4697-3532)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicaciones en la Sociedad Contemporánea

**LÍNEA DE ACCION RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus niveles

LIMA – PERÚ

2022

## Dedicatoria

Para toda persona quechuahablante que actualmente sufre discriminación en una sociedad que se avergüenza por su idioma nativo.

¡Yusulpayki Taytallá!

## Agradecimiento

*A todos quienes hicieron posible la realización de este proyecto de investigación, especialmente a la comunidad quechuahablante del Centro Cultural Puno por enriquecer el producto final con sus opiniones y críticas.*

*A nuestros familiares que fueron pieza clave en la motivación de este proyecto y al docente Edward Celis por su permanente y eficaz acompañamiento a lo largo del planteamiento de este trabajo.*

Shanti y Gabo

## Índice de contenido

Pág.	
Carátula	
Dedicatoria	<b>II</b>
Agradecimiento	<b>III</b>
Índice de contenido	<b>IV</b>
Índice de tablas	<b>V</b>
Resumen	<b>VI</b>
Abstract	<b>VII</b>
I.INTRODUCCIÓN	<b>1</b>
II.MARCO TEÓRICO	<b>5</b>
III. METODOLOGÍA	<b>17</b>
3.1 Tipo y diseño de Investigación	178
3.2 Variable y operacionalización	18
3.3 Población, muestra y muestreo	19
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	21
3.5 Procedimientos	22
3.6 Método de análisis de datos	22
3.7 Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS	<b>23</b>
V. DISCUSIÓN	<b>25</b>
VI. CONCLUSIONES	<b>27</b>
VII. RECOMENDACIONES	<b>29</b>
REFERENCIAS	<b>30</b>
ANEXOS	<b>31</b>

## Índice de tablas

		Pág.
Tabla 1	Prueba de confiabilidad de la variable el noticiero	18
Tabla 2	Prueba de confiabilidad de la variable formación de Opinión	19
Tabla 3	Prueba de normalidad entre El Noticiero en quechua “Ñuqanchik y la Formación de Opinión	20
Tabla 4	Coficiente del nivel de correlación del noticiero en quechua “Ñuqanchik y la formación de Opinión	21
Tabla 5	Coficiente del nivel de correlación de la primera hipótesis específica noticiero en quechua “Ñuqanchik y la información	22
Tabla 6	Coficiente del nivel de correlación de la segunda hipótesis específica noticiero en quechua “Ñuqanchik y la integración	23
Tabla 7	Coficiente del nivel de correlación de la tercera hipótesis específica noticiero en quechua “Ñuqanchik y el debate de la agenda pública	24

## Resumen

Actualmente, en el Perú el 13.2 % de su población (tres millones doscientos sesenta y un mil setecientas cincuenta personas) habla en idioma quechua. Los medios de comunicación son responsables de que esta población pueda informarse en su lengua nativa. Por ello, emiten noticieros y/o programas en quechua con la finalidad de preservarlo y fomentar la opinión pública.

Esta investigación tiene como objetivo describir cómo “Ñuqanchik”, el primer noticiero en quechua, impacta significativamente en la opinión pública de las personas quechuahablantes de la Asociación Cultural Puno.

Este estudio es de carácter cuantitativo descriptivo, con un diseño no experimental. La muestra está conformada por 50 personas quechuahablantes. Se procedió a realizar las respectivas encuestas para el análisis de los datos. El instrumento está estructurado sobre 6 dimensiones formado por 16 ítems. Para medir los datos de confiabilidad de los instrumentos, se utilizó el alfa de Cronbach y para determinar la relación existente entre ambas variables se utilizó el coeficiente de Rho de Spearman. Se obtuvo un p-valor de 0,824 y una significancia de 0.000.

Finalmente, se concluyó que los encuestados indicaron que sí emiten su opinión al ver el noticiero “Ñuqanchik”. Además, este programa de noticias ayuda a preservar su idioma nativo para futuras generaciones.

Palabras clave: Noticiero Ñuqanchik, Identidad, quechuahablante, quechua, noticias.

## Abstract

Currently, in Peru, 13.2% (three million two hundred sixty one thousand seven hundred fifty people) of its population speak the Quechua language. The media is responsible for this population to be informed in their native language. Therefore, they must broadcast news and/or programs in Quechua in order to preserve the language and promote public opinion.

This research aims to describe how the first newscast in Quechua "Ñuqanchik" has a significant impact on the public opinion of the Quechua-speaking people within the Puno Cultural Association.

The study is quantitative, descriptive with a non-experimental design. The sample is made up of 50 Quechua-speaking people. Surveys were carried out for the analysis of the data. The instrument is structured on 6 dimensions that are made up of 16 pieces. To measure the reliability of our data we used Cronbach's alpha translation instruments. To determine the relationship between both variables, Spearman's Rho coefficient was used. A p-value of 0.824 and a significance of 0.000 was obtained.

Finally, the survey indicated that the sample did express their opinion when watching the "Ñuqanchik" newscast. In addition, the news program helps in preserving the native language for future generations.

Keywords: Ñuqanchik Newscast, Identity, Quechua speaker, Quechua, news.

## **I. INTRODUCCIÓN**

El motivo de la presente investigación tiene dos fuentes: el lingüístico y el comunicacional. La desigualdad del país se ha acentuado en las zonas más rurales; mientras que Lima Metropolitana ha ocupado siempre una posición de privilegio y mejores oportunidades. Por ello, las comunidades rurales del país hicieron un esfuerzo durante la década de los 60 para migrar a la capital, trayendo consigo sus costumbres. Con el paso del tiempo, estas comunidades se organizaron para formar centros culturales donde actualmente pueden socializar, exponer y preservar sus manifestaciones culturales, dejando un legado a futuras generaciones.

Parte de su cultura es el idioma quechua que actualmente se encuentra en una situación de desigualdad y sometimiento frente al castellano.

Según del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el año 2007, señala que el 13.2% de la población peruana es quechuahablante (tres millones doscientos sesenta y un mil setecientos cincuenta personas). Estos aprendieron el quechua durante su niñez, pero siendo adultos no lo practican. Asimismo, los lugares que tienen el quechua como lengua materna corresponden a: Huancavelica (64%), Ayacucho (63.9%), Cusco (52%) y Puno (38.5%).

A finales del año 2016, el Estado del Perú asumió el rol en la comunicación con los quechuahablantes dándose, por primera vez, la iniciativa de incorporar su lenguaje a través del canal TV Perú. Un noticiero televisivo de carácter informativo periodístico estatal. De esta forma, el Estado se mostró consciente de la importante cantidad de personas quechuahablantes ignoradas por distintas entidades públicas.

El idioma quechua ha sostenido a la identidad cultural y social de los pueblos quechuahablantes del Perú; sin embargo, la diversidad cultural y lingüística no siempre ha sido abordada con una actitud positiva. Al contrario, históricamente los pobladores han sido discriminados y vistos como desiguales por razones biológicas, por ser en su mayoría analfabetos o por no pertenecer a una clase socioeconómicamente alta. En la política estatal tampoco se han visto proyectos significativos para que las personas quechuahablantes mejoren su calidad de vida.

El 9 de agosto del 2017, se implementó el Decreto Supremo N°005-2017-MC que aprueba la Política Nacional de lenguas originarias, tradición oral e Interculturalidad con el objetivo de preservar las lenguas del Perú.

Los principales generadores de corrientes de opinión son los medios de comunicación. A excepción del canal del Estado que de cierta forma implementa programas en los idiomas nativos, los medios comerciales son ajenos a esta iniciativa. Es importante destacar que existen emisoras locales en el caso de los departamentos de Puno, Cusco y Ayacucho quienes, en sus emisiones radiales, difunden programas sociales, educativos y culturales, desarrollando un vínculo más directo con el público quechua.

La primera emisión pública televisiva en el Perú fue en el año 1958 en el canal 7. Desde esa fecha no se ha emitido un programa en quechua de señal abierta. Después de 58 años de emisiones televisivas, recién se implementó el primer noticiero peruano en lengua quechua el 12 de diciembre de 2016 titulado “Ñuqanchik” cuyo significado es “Nosotros” en castellano, con la finalidad de contribuir a la política nacional de lenguas originarias.

El programa “Ñuqanchik” es de género informativo y aborda temas políticos, educativos, culturales y servicios a la comunidad. El programa está conducido, narrado y pauteado en idioma quechua.

Según el artículo 2, inciso 4 de la Constitución Política del Perú: *“Toda persona tiene derecho a las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen...”* Por lo tanto, es un derecho del peruano quechuahablante usar su propio idioma en la sociedad. De esta manera, todo ciudadano tiene derecho a opinar y estar informado de los sucesos que ocurren en el país, para su conocimiento, opinión y toma de decisiones en su lengua de origen.

Sin medios de comunicación que fomenten las noticias en el idioma nativo, la población quechua no estaría informada de los acontecimientos ocurridos en su propio país, no formularían opinión, estarían susceptibles a engaños, excluidos en sus derechos informativos, sin participación ciudadana, ni acceso a beneficios sociales o servicios públicos como salud, justicia entre otros.

De esta manera, se contempla el eje de la problemática: ¿en qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la opinión pública de la población quechuhablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022?

A la vez, se contemplan problemas específicos: (a) ¿En qué medida influye el noticiero Ñuqanchik en el nivel de conocimiento de la información de la población quechuhablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022?, (b) ¿En qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la Integración intercultural de la población quechuhablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima Metropolitana en el mes de agosto del 2022?, (c) ¿En qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la generación de debates en la población quechuhablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima Metropolitana en el mes de agosto del 2022?

La investigación se desarrolló en base a una teoría donde se pudo percibir el conocimiento del Centro Cultural Puno respecto a la Política de Lenguas Originarias y cada una de sus respectivas dimensiones o elementos.

Según el indicador social, la política nacional de lenguas originarias tiene relevancia en la calidad de atención a la sociedad quechua. Este estudio permitirá que los pobladores estén más identificados con los proyectos sociales que implemente el gobierno y que se sientan incluidos en la política de desarrollo social.

Por otro lado, se tiene planteado el objetivo Principal: Describir en qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la opinión pública de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022.

Asimismo, esta los objetivos específicos: (a) Describir en qué medida el noticiero “Ñuqanchik” influye en el conocimiento de la información de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022. (b) Analizar en qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la Integración intercultural de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima Metropolitana en el mes de agosto del 2022. (c) Analizar en qué medida influye el noticiero “Ñuqanchik” en la generación de debates en la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima Metropolitana en el mes de agosto del 2022.

Para finalizar, se contempla una hipótesis principal: El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022.

Asimismo, se contempla una serie de hipótesis secundarias: (a) El noticiero televisivo “Ñuqanchik” impactaría significativamente en el conocimiento de la información de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022. (b) El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en la integración intercultural de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022. (c) El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en la generación de debates en la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

En relación con los antecedentes nacionales presentamos las siguientes investigaciones. *Nacionales Salazar (2019)* realizó un estudio sobre el noticiario “Ñuqanchik” y la estrategia para reforzar la comunicación con grupos quechuahablantes del Perú. Su investigación es de tipo transversal con un enfoque cualitativo. Hace mención que la problemática es la falta de acciones para fortalecer la diversidad cultural en el Perú. Los medios de comunicación son determinantes para derribar estereotipos y generar identidad en los peruanos. Por ello, la presente investigación analiza el impacto que genera el primer noticiero en quechua en la historia de la televisión peruana “Ñuqanchik”. Asimismo, también evalúa y contrasta la incidencia y repercusión positiva que ha generado en la comunidad quechuahablante. Esta investigación llega a la conclusión que la creación de este noticiero genera iniciativas que revaloran a las lenguas originarias “Ñuqanchik” se ha convertido en un instrumento aliado para instituciones que buscan llegar a su público quechuahablante.

Montesinos (2011), realizó la investigación sobre los canales de comunicación y la ciudadanía del altiplano, donde señala que los medios de comunicación tienen un rol fundamental en la vida social. Se analiza la función y los niveles de participación de los ciudadanos en los medios y si la emisión de los mensajes masivos refleja el sentir de la problemática y necesidades de la ciudadanía y el carácter que poseen los medios. Se utilizó el método de investigación descriptiva con el apoyo de las técnicas de encuesta y entrevista, donde se concluyó que la televisión es el medio más usado. Sin embargo, el programa informativo más consumido desarrolla un contenido inapropiado y no cumple su rol de informar de los programas sociales. Asimismo, estos espacios son caracterizados por el individualismo, consumismo y egocentrismo. Los medios de comunicación del Perú no responden a las necesidades de conocimiento en los ciudadanos sino a los grandes grupos de poder económico y social.

Rodríguez (2011) analiza a los medios de comunicación en el Altiplano Puneño, evaluando como organizan su programación, contenido y su visión para el desarrollo de la región. Se realiza un análisis de los paradigmas globales de la comunicación y las características de nuestro contexto. La presente investigación utilizó la metodología hipotética deductiva con un análisis de contenido para cada una de las variables. Se concluyó que la sección de “entretenimiento” es más importante que la de información. La audiencia puneña siempre busca la novedad, los medios de comunicación desde los años noventa ha buscado la forma de entretener a través de la información. El mecanismo de la “info entretenimiento” es la sección de los mensajes no por importancia sino por cómo pueden generar atención a la audiencia.

(Thussu, 2006, p. 137), Los programas para buscar esa “atención” han utilizado un entretenimiento que humilla, deshumaniza y aliena a las personas, estableciendo nuevos conceptos de la vida diaria. Los medios de comunicación han planteado un nuevo paradigma de la comunicación donde la población ya no genera una opinión relevante de lo que observa y por ello, el contenido de los medios de comunicación del altiplano se centra en reproducir hechos de violencia o desgracia de otros. Otro hecho importante en la conclusión es que se señala que los comunicadores son responsables del poder la información pues son los que emiten cada noticia y tienen altas capacidades de poder definir lo que realmente es importante para la sociedad y establecerlo en la agenda del medio. Otra tercera conclusión es que la sociedad civil debe controlar los contenidos que se transmiten en los medios y no quedar condicionada a los empresarios particulares. En el altiplano puneño no existe un ente regulador ante los contenidos de los medios de comunicación.

Andrare y Howard (2020), Este autor nos explica la situación actual que atraviesa las lenguas quechuas en 3 países andino – amazónicos. Aquí aborda el escenario social de uso del quechua, cuáles han sido sus cambios en los últimos años y como las personas se ven vulnerables al no ser incluidos dentro de los derechos lingüísticos que aportaran en un mejor estilo de vida, utilizando su lengua materna. Se considera que los países andinos – amazónicos tienen un legado de desigualdad social basados en criterios de clase, etnicidad y el lenguaje. Las ideologías lingüísticas interfieren y penetran en los comportamientos y actitudes en la identidad de la persona. Actualmente esas estructuras ideologías sustentan la discriminación de no ser incluidos en diferentes ámbitos socioculturales.

También, se consideró los antecedentes internacionales como la investigación de Tandazo (2016). El autor se dedica a estudiar el objetivo y rol de los medios de comunicación como medio de desarrollo de los pueblos donde se garantice la verdadera inclusión de los pueblos. El objetivo de la investigación es determinar como la producción televisiva incide en los pueblos y nacionalidades indígenas. La metodología usada en el trabajo fue: científica, sintética y analítica, con técnicas utilizadas como la ficha de observación, encuesta y entrevista. Como conclusión, los programas culturales que desarrollen servirán para mantener y fortalecer a pueblos ancestrales que en la actualidad están perdiendo hábitos de cultura.

Oswaldo (2017) en su investigación describe el proceso de la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, fundamentando elementos cognitivos, psicológicos, fisiológicos dentro del proceso de manipulación mediática (agenda setting). Se sostiene que los medios de comunicación social tienen un gran impacto en la opinión pública pues la sociedad genera conceptos a través de la información, permitiéndole interactuar y cuestionarse temas relevantes o de interés público.

El trabajo utilizó una metodología de carácter científico con técnicas de observación, la conclusión del trabajo fue que la opinión de una persona se fundamenta por tres aspectos: emocional, auto razonamiento y contagio social que le permite el desarrollo un pensamiento racional y juicioso. De acuerdo con la agenda, los medios de comunicación brindan estos mensajes con situaciones de significado y sensaciones afectivas con el objetivo de fomentar la opinión de la población.

Yataco (2010) en su investigación “Lengua Materna”: Una visión global de derechos culturales de los pueblos indígenas” indica que la lengua materna es adquirida de forma natural, sin ninguna intervención pedagógica, ni reflexión lingüística consciente. Amplía conceptos de lengua materna como una capacidad o sistema de comunicación, que pertenecen tanto al dominio individual como al social, que capacite para conceptualizar y comunicar.

Concha (2009) en su investigación estudia la edificación de la identidad de las personas quechuahablantes entre los 18 años a más, y su interacción con los medios de comunicación y sus expresiones culturales. La invisibilidad y la discriminación tanto cultural como académica afecta a los estudiantes de origen quechua a quienes les cuesta poder entablar comunicaciones con otros grupos sociales, más con evaluaciones pertinentes, demuestran tener una creatividad y talento en el campo académico. Lo que busca esta investigación es poder describir las características de los estudiantes de origen quechua y cómo los medios de comunicación de masa participan en el proceso de construcción de sus identidades. Se estudia la exposición a los medios de comunicación y sus nuevas tecnologías de la información y comunicación, así como los instrumentos de comunicación, la identidad y cultura a partir de tendencias políticas. En conclusión, el núcleo familiar, la universidad y los medios de comunicación ayudan a construir y reconstruir sus identidades.

La teoría de la Agenda Setting defiende que los medios de comunicación tienen la capacidad de influir sobre lo que piensan las personas, uno de los papeles de los medios de comunicación es informar y educar. La teoría surgió en el ámbito de la investigación social, cuando Maxwell McCombs y Donald Shaw, en el texto “La función de la agenda setting en los medios de comunicación” (McCombs & Shaw, 1972). Los autores quieren demostrar que los medios de comunicación influyen sobre el sector público.

La teoría expone los efectos de los medios de comunicación y su influencia mediante temas que tengan mayor relevancia. El medio no decide por la audiencia qué es lo que tiene que opinar, pero presentan temas de interés y de mayor acontecimiento.

Los medios de comunicación son fuente de información tanto de imágenes como ficciones con la que se llega a formar opinión. Las personas opinan sobre aquello que observan y escuchan, adoptando una posición, defendiendo sus necesidades. Es un mecanismo mental que se relaciona con cada una de las realidades. Por ello, es evidente que los medios son poderosas instituciones sociales.

La agenda setting es la teoría que más se relaciona con la presente investigación pues es un método de análisis para medir la influencia del noticiero Ñuqanchik en la población quechuahablante.

La teoría de usos y gratificaciones se relaciona con la investigación y los medios de difusión (en este caso la televisión), pues nos ayuda a comprender las funciones y efectos del medio sobre la sociedad. Se analiza el mensaje transmitido por el medio y su repercusión en la psicología de identidad.

El enfoque que utiliza la teoría de usos y gratificaciones consiste en explorar la conducta comunicativa en relación con la experiencia directa con los medios de comunicación. Nos explica cómo los medios tradicionales y la sociedad se condicionan; los medios necesitan al público y este necesita a los medios para cubrir sus necesidades, obtener gratificaciones personales y actuar según la codificación del mensaje que perciben.

Es una relación directa entre estímulo y respuesta, los receptores son los que empiezan el proceso comunicativo, los televidentes escogen el contenido que quieren ver y generan opinión según su preferencia. Es allí donde las diferentes plataformas de comunicación compiten.

En el Perú, el periodismo televisivo tiene más de medio siglo emitiendo diferentes informativos a nivel nacional pero después de tanto tiempo se ha incluido un noticiero emitido en la lengua materna del Perú. Hablamos de “Ñuqanchik”, programa que se emite en televisión de señal abierta netamente en el idioma quechua (hablado por el 13% de la población en el Perú). TV Perú, canal del estado, emite de lunes a viernes desde las 5:30 am de manera simultánea en señal de TV Perú y radio nacional, el primer noticiero en quechua. Su objetivo es informar y atender a un tercio de la población quechuahablante. De esta manera se fomenta la inclusión en la lengua autóctona del país. Su primera fecha de lanzamiento fue en el 2016. La palabra “Ñuqanchik” significa “Nosotros” y fue ganador de los Premios de creatividad Empresarial en el 2017 en la categoría de comunicación innovadora y cultural.

Crear un noticiero responde a una necesidad: contribuir e incluir a las personas quechuahablantes a la sociedad que los discrimina. La valoración del idioma es importante para fortalecer la cultura e identidad como peruano, con el noticiero en quechua se rompen los prejuicios y fomentan a otros canales privados a apostar por un formato que ayude a relacionarnos con el Perú y el mundo.

Las noticias que transmiten están enfocadas en ámbitos políticos, económicos, de actualidad, culturales, deportivos entre otros. Sus contenidos están producidos bajo la cosmovisión quechua y responde a una necesidad: darle un mejor horizonte a un conjunto de iniciativas y esfuerzos.

El noticiero fue impulsado por el presidente del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú, Hugo Coya Honores, para contribuir con la política del Estado para preservar el idioma quechua. Cabe resaltar que su equipo de producción consta de periodistas quechuahablantes y el programa es transmitido por todo el Perú.

La opinión pública es el concepto que se tiene de un tema específico o de una persona, también se relaciona con un juicio que se forma de algo cuestionable (Guillermo, 2001).

El concepto de opinión aplica cuando los medios de comunicación masifican una noticia y los pobladores toman conciencia de una situación que afecte a su vida personal, al país o al mundo.

Las opiniones pueden ser observables porque son reacciones con respuestas verbales que pueden generar una actitud que incide en gustos o fobias mientras la opinión se encuentra más relacionada a decisiones de apoyo o posición. Es por ello que en la política es importante la forma en cómo las masas cuestionan, sugieren y critican a un candidato.

Una opinión resulta de la presión que emiten los grupos sociales hacia elementos racionales e irracionales que pueden o no expresarse a través de una acción o conducta.

Es importante recordar que la opinión pública fue desarrollada por el liberalismo a fines del siglo XVIII donde su principal objetivo era la racionalidad, un proceso de análisis intelectual de formación de ideas.

Actualmente la opinión pública representa la discusión de ideas entre ciudadanos en torno a la información que los medios de comunicación exponen ante la masa. “El concepto de opinión pública como control social afecta significativamente a todos los miembros de una sociedad porque el control social es peligroso, ejerce presión” (Neumann, 1995).

La información emitida en vivo es el resultado de un trabajo diario de un equipo periodístico, que cada día realiza la planeación y ejecución del noticiero “Ñuqanchik”.

Para que se pueda emitir el noticiero, existen estrategias previas, tales como la selección de la hora de trasmisión, el contenido televisivo y la segmentación de la audiencia a la que busca dirigirse.

Carol Ruiz, directora periodística del noticiero indica que se consideró el horario teniendo en cuenta las costumbres del hombre y mujer quechuahablante, cuyas labores empiezan (5:00 am de lunes a viernes).

Este noticiero, a su vez, posee el 90% de cobertura nacional y emite media hora de información actualizada de los principales acontecimientos del país en el idioma quechua. Los periodísticas Cloromiro Landeo y Marisol Mena inician “Ñuqanchik” en un espacio de primer nivel con una iluminación y equipos profesionales como un telepronter y un switcher.

La estructura del noticiero se divide en bloques temáticos, de esta forma se asegura el equilibrio e interés de la noticia. Cada una de ellas se nutre de informaciones que son verificadas gracias a las fuentes periodísticas.

Es importante indicar que existe un trabajo de traducción al idioma quechua en cada sección que emite el noticiero. Desde junio del 2016 hasta el 30 de junio del 2018 se ha producido 405 programas que equivalen a 1,215 horas de contenido periodístico. El noticiero ha cubierto sucesos de la agenda política y social en las secciones de información nacional y regional.

Las fuentes son el medio que te brinda la información. Debe ser confiable y verídica, en la mayoría de los casos acompañada de fotografías o videos. Explicarle al lector de dónde y cómo se ha obtenido la información, le brinda credibilidad al medio frente a a sus usuarios. Diariamente, en el noticiero Ñuqanchik, el jefe de información decide con claridad qué es noticia y qué no, se clasifica según la fuente y la relevancia que tiene para el público objetivo.

Manuel López (1995) define tipos de fuentes: Las propias, las institucionales, las espontáneas, las confidenciales y las anónimas (p.37). Para su uso adecuado de cada una de las fuentes se considera tener un directorio detallado de donde proviene cada una. El noticiero Ñuqanchik tiene aliados estratégicos que facilitan la emisión. Por ejemplo, cuentan con una cobertura propia de corresponsales en diferentes regiones (Cusco y Ayacucho) y con instituciones públicas y privadas.

La información son mensajes periodísticos que se usan como recurso para la difusión de una noticia mediática, principalmente para televisión. Las noticias emitidas generan intercambios sociales, donde se comparte, experiencias y percepciones de cada individuo. Informar es una función pública donde se relata acontecimientos de un fenómeno natural o social.

La participación social en los medios de comunicación es muy importante para poder conocer cuáles son las adversidades que tiene su realidad, toda información debe ser justa y equitativa para la población. Así, todos estos puntos se llevan a cabo para poder reconocer la participación social como uno de los derechos fundamentales. Por ejemplo, cuando realizan una intervención de cada uno y las decisiones que enfrenten de acuerdo con el desarrollo de la comunidad.

La participación social, permite conocer cómo podemos mejorar los niveles de bienestar, se puede construir una conciliación y respeto a los derechos humanos y garantizar la integridad de cada ciudadano. Es importante mencionar que cuando un individuo participa y hace escuchar su sentir es porque no se siente escuchado o representado por la sociedad.

La participación es una de las habilidades más importantes dentro de un trabajo social, también se hace referencia a interacción de diferentes personas, comunidades y asociaciones que toman parte por combatir algunos problemas comunes.

La formación asociaciones es un indicador que la participación social es concebida como un valor social, esto es porque el individuo deja de ser aislado e individual y pasa a convertirse en acciones conjuntas, llevadas a cabo en un grupo con ideas compartidas.

La identidad cultural, la sociabilización y la relación entre grupos culturales forman parte de nuestra identidad. La identidad cultural es adquirida por el contacto de personas y por el entorno social, con un sentido de pertenencia donde se comparten costumbres, valores y creencias. La identidad se va construyendo en forma progresiva según la influencia que tenga en su entorno.

Se puede considerar un afecto a quienes compartan costumbres y tradiciones comunes, pero siempre reconociendo que existen diferencias, aunque no convivan en un mismo territorio. La identidad necesita tener manifestaciones de la propia cultura. Por ejemplo, el idioma que los niños deben adquirir desde pequeños, lo que observan, lo que oyen y lo que transmite la propia comunidad. Los niños deben reconocer su valor y deben estar convencidos que pertenecen a una cultura para evitar un rechazo hacia la misma al crecer.

La identidad cultural latinoamericana fue un proceso de colonización y destrucción de identidades y tradiciones. La primera identidad de Latinoamérica fue la "indígena", representada con las civilizaciones incas.

La segunda es "hispana" que se caracteriza por ser católica por influencia de la llega de la colonia española y la tercera es la occidental (modernización). Hoy en día nuestra identidad es la del mestizaje cultural la que debemos apoyar y difundir. El debate de la agenda pública implica un proceso por cual determinamos asuntos o problemas de carácter público, que van tomando protagonismo según el interés general. También se refiere a las diferentes situaciones problemáticas que refiere un debate o intervenciones activas a manos de la sociedad. La agenda pública se encarga de priorizar información sobre temas esenciales como gobierno, sociedad civil y medios de comunicación. Cuando se informa sobre temas considerados importantes y que afectan a la sociedad (algún tema político, normativa o leyes), la sociedad interfiere emitiendo su opinión entre los miembros de su familia o su comunidad, ejerciendo así un debate y diálogo social. Esta "información" debe ser verídica ya que es influenciada por ideologías y estilos del medio de una comunidad. La construcción de la Agenda Pública se vincula al proceso de socialización que favorece a la apertura del debate, especialmente en una sociedad busca ser escuchada y brindar alternativas de solución.

La interculturalidad se trata de la unión equitativa de culturas que pueden crear manifestaciones con una actitud de respeto, es el proceso de comunicación donde ningún grupo está por encima de otro. Además, promueve la integración, igualdad, comunicación afectiva, el intercambio de conocimientos, nuevas experiencias, y convivencia dentro de otras características desarrolladas en armonía. Esta convivencia no está libre de generar conflicto por dos motivos principales: adaptación al cambio y por el proceso de llevar una convivencia respetuosa.

En el Perú, el proceso de interculturalidad no se desarrolla de una manera armoniosa o en un ambiente de respeto. Cuando una cultura ha querido influenciar en otra, la historia nos explica que siempre existieron diferencias y se generaron conflictos. Un ejemplo claro fue el contacto entre indios y españoles. “La interculturalidad es vivir en una forma armoniosa en un solo espacio, pero respetando la cultura, la cosmovisión y un trato “horizontal”. (Nicahuate, 2005).

Para la definición de cultura existen muchas definiciones porque abarca diferentes conceptos en distintas épocas. La palabra tiene origen en Europa durante el siglo XVIII. Partió de la palabra “civilización” que indicaba un orden político. Para los alemanes el concepto de cultura era “espíritu a las tradiciones”, en el siglo XX su concepto se relacionaba a “el interés del pueblo” y en el siglo XIX se reconoció a la cultura como “las diferentes maneras de ver y vivir la vida” (Kuper, 2001)

Uno de los conceptos más relacionados a este trabajo de investigación es que la cultura es un proceso de valores que son construidos por el individuo donde este es capaz de adaptarse a un entorno sin olvidar sus tradiciones. Algunas de las funciones de la cultura son: a) cohesión social, b) el modo de vivir c) creación de riqueza y empleo, d) equilibrio territorial.

La definición universal de la palabra cultura nos habla de un conjunto de rasgos distintivos, tanto efectivos como materiales. “La cultura tiene elementos universales: el habla o lenguaje, los rasgos materiales, arte, religión y sistema familiar-social; sus funciones son: diferenciar una sociedad de otra” (Soto, 2007).

La cultura en el Perú puede expresarse según creencias, valores y saberes: herramientas básicas para formar la identidad, además tiene un rol importante en la educación de generaciones pues transmite estilos de vida.

La cultura también es la influencia que heredamos del pasado y una adaptación de costumbres del exterior, que nos permite construir un desarrollo personal. Si bien es cierto la cultura es universal, cada manifestación es singular en su respectiva localidad.

Las manifestaciones de cultura en Latinoamérica son: “el idioma, el lugar de nacimiento, la música, la vestimenta, las costumbres, tradiciones y la religiosidad” (Aguayo, 2003)

Las personas del interior del país que han migrado hacia la capital llevan consigo parte de la cultura de su pueblo. Esta, en su mayoría es replicada y manifestada en la preparación platos típicos, acudir a los centros culturales, escuchar música originaria o hablar en su propio idioma. Estas manifestaciones nos llevan a tener una identidad cultural. Por otro lado, también es importante remarcar la existencia de un problema de alienación de una colectividad que trata de imitar a otra por falta de originalidad y de identidad.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de Investigación

La Investigación fue de tipo básica con enfoque cuantitativo, debido a que utilizamos la recolección de datos para poder medir la influencia del noticiero “Ñuqanchik” en la opinión de las personas quechuahablante del centro cultural Puno. El autor Hernández, Fernández y Baptista (2014) plantea que el enfoque cuantitativo es de forma secuencial y comprobatorio estadísticamente, porque hace uso de data recogida en campo y que luego procesándola estadísticamente se podrá comprobar la hipótesis planteada en la investigación.

Diseño de investigación:

El diseño de la investigación fue no experimental, porque no se han manipulado las variables del estudio; es decir, en el proceso de la investigación no se ha realizado modificaciones a las variables independientes para analizar la consecuencia de otras.

En este caso la investigación también fue de corte transversal, pues recolectó datos en un momento específico con el propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelaciones en un momento dado. Su diseño es descriptivo pues el objetivo fue describir características, propiedades de las personas, grupos, comunidades, procesos y objetos sometidos a un análisis.

El esquema del diseño fue el siguiente (Sánchez y Reyes, 2009):

Esquema de Diseño



Dónde:

M1: Muestra - Quechuahablante

Xi: Variables - El noticiero Ñuqanchik – Formación de la opinión pública

O1: Resultados

### 3.2 Variable y operacionalización

La investigación, se planteó a base de dos variables de tipo cuantitativo, una independiente, señalada como “el noticiero en quechua” y la segunda dependiente, denominada “formación de la opinión pública” por la cual se buscó determinar la influencia de la primera variable sobre la segunda.

#### Variable 1

Definición conceptual:

Variable Independiente: El noticiero quechua “Ñuqanchik”.

Canales (2009) define el noticiero como “... el centro de producción de noticias que obtiene registra y procesa información periodística valiosa para la elaboración de programas informativos”.

#### Variable 2

Definición conceptual:

Variable dependiente: La formación de la opinión es el concepto que se tiene de un tema específico o de una persona, también se relaciona con un juicio que se forma de algo cuestionable (Guillermo, 2001)

Definición operacional: Cada variable contó con dimensiones que se midieron a través de la técnica de la encuesta y cuestionario validado que consta de 16 ítems con grado de determinación ordinal, valiéndose de la escala de Likert.

Dimensiones y sus indicadores:

Variable "El noticiero"	Dimensión	Indicadores	Items
	Emisión del noticiero	Noticias	1,2,3
	Imágenes	Secuencias	4,5,6
	Información periodística	Conductores	7,8

Variable "La opinión Pública"	Dimensión	Indicadores	Items
	Información	Conocimiento	9,10
	Integración	Preservar	11,12
		Identidad	13,14
Debate de la Agenda Pública	Dialogo social	15,16	

### **3.3 Población, muestra y muestreo**

#### **Población**

La población como objeto de estudio está constituida por los integrantes del centro cultural de Puno en Lima Metropolitana. Aproximadamente son 100 integrantes que tienen como un común denominador que son personas en su mayoría bilingües del idioma quechua y castellano. Esta población es originaria del departamento de Puno, pero tras su migración a Lima han formado su propia asociación para tener un espacio de unión social donde mantienen sus tradiciones respecto a la comida, música y lengua.

#### **Muestra**

Se concluyó el tamaño de la muestra según la edad seleccionada. En este caso fue mujeres y hombres a partir de 45 a 60 años que cumplan con los siguientes criterios:

1. Los encuestados son quechuhablantes del centro cultural puno.
2. Tienen conocimiento de la existencia del programa “Ñuqanchik” de TV

Perú

#### **Muestreo**

En la investigación, el tipo de muestreo fue no probabilístico, debido a que los integrantes de la muestra son seleccionados utilizando criterios específicos del Centro Cultural tendrán la oportunidad de participar en las encuestas. En esta investigación se tomó como muestra a un total de 50 personas.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

Se utilizó la técnica de la encuesta con aplicación del cuestionario como instrumento para recoger información y las opiniones que manifiestan las personas. Con ello es posible recolectar datos sobre opiniones, preferencias y actitudes ante el noticiero “Ñuqanchik”.

La confiabilidad se basa en la aplicación del medio del programa de Spss Alfa de Cronbach con la obtención de garantizar que la investigación se ejecute a través de un grupo de personas de la misma organización indagada. La confiabilidad consta de un 0,800 siendo igual o mayor a lo visto por el instrumento de una calidad confiable, cuyo valor obtenido de la primera variable fue de unos 0,985 y la segunda variable en un 0,970 cabe decir que son confiables.

De acuerdo con la información recogida de los encuestados, se procesó mediante el programa SpssVersión 25, considerando el valor del Alfa de Cronbach de los instrumentos presentados en el estudio, como resultado se llegó a obtener una confiabilidad muy buena de 0,824 para la primera variable. Por tanto, la medición del instrumento se encontró en un alto rango de confiabilidad y poder ser aplicable en los siguientes procesos de la investigación.

Tabla 1

*Prueba de confiabilidad de la variable el noticiero*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,824	8

Se obtuvo una confiabilidad alta de la primera variable “el noticiero” de 0.824. Por esta razón podemos decir, que fue un instrumento bueno y aceptable para proseguir con los resultados estadísticos.

Tabla 2

*Prueba de confiabilidad de la variable formación de Opinión*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,859	8

Se obtuvo una confiabilidad alta en la segunda variable “formación de opinión” de 0.859. Por esta razón, podemos concluir que también fue un instrumento bueno y aceptable para proseguir con los resultados estadísticos.

### **3.5 Procedimientos**

De acuerdo con lo mencionado, la presente investigación se aplicó a 50 personas quechuahablantes del Centro Cultural de Puno en Lima, durante el mes de Julio del 2022. Para ello se coordinó primero con el presidente del Centro Cultural, que nos proporcionó la información sobre el personal que pertenecen al centro, luego de ello, se envió una serie de mensajes masivos con el link del cuestionario online a través de la plataforma Google Forms.

### **3.6 Método de análisis de datos**

Se hizo uso de los estadísticos descriptivos, para ello se empleó el programa SPSS 20, realizando frecuencias y porcentajes.

### **3.7 Aspectos éticos**

El estudio se trabajó con objetividad para poder analizar los criterios del trabajo académico. El cuestionario en mención contó con validación y las aceptaciones necesarias para el permiso de la publicación y para emplearlas de manera responsable, sin contar con alteraciones para no perjudicar los resultados.

## IV. RESULTADOS

Tabla 3

*Prueba de normalidad entre El Noticiero en quechua “Ñuqanchik y la Formación de Opinión*

	<u>Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup></u>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
El Noticiero en quechua “Ñuqanchik”	,102	50	,002	,972	50	,003
Formación de Opinión	,193	50	,000	,883	50	,000
Información	,178	50	,000	,878	50	,000
integración	,179	50	,000	,848	50	,000
Debate de la Agenda	,287	50	,000	,831	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota.* A lo largo de la prueba de normalidad, se tuvo en cuenta la totalidad de su cantidad de muestra que precisa en el estudio en los datos estadísticos, la prueba de Shapiro Wilk. La muestra constó de un total de 50 personas. Asimismo, se obtuvo un resultado de significancia menor al 0.05, corroborando que cada variable y dimension ha tenido resultado menores al margen de error, precisando que no tiene una distribución no normal, de tal forma que se llegó a usar el coeficiente de correlación del Rho de Spearman.

Hipótesis general

El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del centro cultural Puno de Lima 2022.

Hipótesis Estadística

H0: El noticiero “Ñuqanchik” no impactaría significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022.

H1: El noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022.

Tabla 4

*Coeficiente del nivel de correlación del noticiero en quechua “Ñuqanchik” y la formación de Opinión*

		Correlaciones		
			El Noticiero en quechua “Ñuqanchik”	Formación de Opinión
Rho de Spearman	El Noticiero en quechua “Ñuqanchik”	Coeficiente de correlación	1,000	,568**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Formación de Opinión	Coeficiente de correlación	,568**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* Se visualizó que mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero “Ñuqanchik” impactó significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022, es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.568\*\*. Teniendo un nivel de significancia de 0,000; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

Tabla 5

*Coeficiente del nivel de correlación de la primera hipótesis específica noticiero en quechua “Ñuqanchik y la información*

Correlaciones			El Noticiero en quechua "Ñuqanchik"	Información
Rho de Spearman	El Noticiero en quechua "Ñuqanchik"	Coefficiente de correlación	1,000	,730**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Información	Coefficiente de correlación	,730**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Interpretación.* Mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero "Ñuqanchik" impactó significativamente en la información de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022, es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.730\*\*. Teniendo un nivel de significancia de 0,000; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

Tabla 6

*Coefficiente del nivel de correlación de la segunda hipótesis específica noticiero en quechua "Ñuqanchik y la integración"*

Correlaciones			El Noticiero en quechua "Ñuqanchik"	integración
Rho de Spearman	El Noticiero en quechua "Ñuqanchik"	Coefficiente de correlación	1,000	,434**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	50	50
	integración	Coefficiente de correlación	,434**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	50	50

*Interpretación.* Mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero "Ñuqanchik" impactaría significativamente en la integración de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural

Puno de Lima 2022, es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.434\*\*. Teniendo un nivel de significancia de 0,002; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

Tabla 7

*Coefficiente del nivel de correlación de la tercera hipótesis específica noticiero en quechua “Ñuqanchik y el debate de la agenda pública*

		Correlaciones		
			El Noticiero en quechua “Ñuqanchik”	Debate de la agenda Pública
Rho de Spearman	El Noticiero en quechua “Ñuqanchik”	Coefficiente de correlación	1,000	,224
		Sig. (bilateral)	.	,012
		N	50	50
	Debate de la agenda Pública	Coefficiente de correlación	,224	1,000
		Sig. (bilateral)	,012	.
		N	50	50

*Interpretación.* Mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero “Ñuqanchik” impactaría significativamente en el debate de la agenda pública de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022, es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.224. Teniendo un nivel de significancia de 0,012; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

## V. DISCUSIÓN

Se determinó mediante la prueba de correlación Rho de Spearman, un coeficiente altamente significativo, que es igual a 0.824. Por tanto, se infiere la relación entre el noticiero Ñuqanchik TV Perú y la opinión pública de la población quechuahablante. Lo anterior indicó que esta población sí emitió su opinión en quechua al comunicarse con otros pobladores en su idioma y el noticiero contribuye significativamente en el conocimiento de la información. En conjunto a esta afirmación y cita, incorporamos los resultados de Salazar (2019), quien menciona que “la creación de este noticiero genera iniciativas que revaloran a las lenguas originarias “Ñuqanchik” se ha convertido en un instrumento importante para instituciones que buscan llegar a su público quechuahablante”. Por otra parte, Montesinos (2011), señaló que “La televisión es el medio más usado, el programa informativo más consumido desarrolla un contenido inapropiado y no cumple su rol de informar de los programas sociales y donde el individualismo, consumismo y egocentrismo son las principales características de los medios de comunicación.” Sin embargo, contrastamos esta opinión debido a que en la actualidad los medios más usados son los canales digitales. Por ello, la mayoría de los programas de televisión trasladan y comparten su información en estas plataformas para mantener actualizados a su audiencia.

El Noticiero Ñuqanchik, tiene presencia en los principales medios online para interactuar con su público. Asimismo, Rodríguez (2011) señaló que la sección de “entretenimiento” es más importante que la de información, pues los medios de comunicación desde los años 90 han buscado la forma de entretener a través de la información. En nuestra investigación, la población estuvo interesada en ver la sección de “Actualidad” (42%) y por debajo de ella la sección de Cultura (30%). Con ello, damos a conclusión que las personas buscan información relevante del día a día.

## VI. CONCLUSIONES

Según los resultados obtenidos a través del análisis estadístico se llegó a la conclusión en función de la hipótesis general establecida en el proyecto de investigación: el noticiero “Ñuqanchik” impactó significativamente en la opinión de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022, según el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman, es igual a 0.05, lo cual indica que la relación entre nuestras variables es positiva y directa. Este resultado demostró que el noticiero “Ñuqanchik” impactó significativamente en la variable dependiente.

En relación a la hipótesis secundaria 1, se visualizó que mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero “Ñuqanchik” impactó significativamente en la información de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022, es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.730. Teniendo un nivel de significancia de 0,000; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

En la hipótesis secundario 2 se visualizó que mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero “Ñuqanchik” impactó significativamente en la integración de la población quechuahablante de 45 a 60 años del Centro Cultural Puno de Lima 2022, es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.434\*\*. Teniendo un nivel de significancia de 0,002; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

Finalmente, en la hipótesis secundaria 3, Se visualizó que mediante la prueba estadística de Rho de Spearman se llegó a corroborar que el noticiero “Ñuqanchik” impactó significativamente en el debate de la agenda pública de la población quechuahablante es media según lo obtenido en base a la correlación del Rho de Spearman de 0.224. Teniendo un nivel de significancia de 0,012; llegando a aceptar la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula de la investigación.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Se propone que exista más programas en la lengua nativa de una población en específico para así poder prevalecer el idioma que forma parte de nuestra identidad y cultura nacional.

Respecto al Noticiero Ñuqanchik TV Perú, se recomienda que agreguen subtítulos en castellano, para que puedan llegar a más audiencia y así las personas que estén recién estudiando el idioma quechua puedan fortalecer su conocimiento a través de un medio de comunicación. También, deberían invertir en publicidad no sólo para la capital (Lima), sino para difundirlo en las regiones más profundas del país y hacerse más conocido.

Se recomienda que el Ministerio de Cultura en conjunto con el gobierno a cargo deberían implementar en el sector educativo la enseñanza obligatoria del quechua porque es el segundo idioma más hablado en el Perú después del Castellano. Y de esta forma, evitar que se extinga nuestro idioma.

Por otro lado, sería bueno realizar diversas campañas de concientización junto con aliados estratégicos, como ONGs, para fortalecer la identidad del idioma materno e implementar diversas estrategias de comunicación que permitan disminuir la discriminación lingüística en los medios de comunicación en el Perú.

Finalmente, se recomienda a los peruanos en general tener interés en aprender un idioma tan bonito como es el quechua, que no es tan difícil como uno piensa y puede ser muy valioso para nuestras generaciones y así no perder nuestras raíces.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, CELIS CASTILLO EDWARD JOSÉ, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, asesor de Tesis titulada: "EL NOTICIERO ÑUQANCHIK" Y SU INFLUENCIA EN LA OPINIÓN PUBLICA DE LOS QUECHUAHABLANTES DE 45 A 60 AÑOS DEL CENTRO CULTURAL PUNO, LIMA 2022", cuyos autores son LEON SALDAÑA ALEXIA FERNANDA DA GRACIA, LLANOS AGUILAR LAURA BEATRIZ, constato que la investigación tiene un índice de similitud de %, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CALLAO, 05 de Setiembre del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
CELIS CASTILLO EDWARD JOSÉ : 43825466 <b>ORCID:</b> 0000-0002-4697-3532	Firmado electrónicamente por: EDCELISCA el 05- 09-2022 17:42:16

Código documento Trilce: INV - 0877544