



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Prensa sensacionalista y opinión pública de los inmigrantes
venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de
Lurigancho, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Joyo Morales, Luz Maricielo (ORCID: 0000-0002-8205-3848)

ASESORA:

Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa (ORCID: 0000-003-4279-0154)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

A Dios por darme fortaleza y a mis padres por su apoyo incondicional durante los cinco años de estudios universitarios.

Agradecimiento

Agradezco a mis maestros por la paciencia y dedicación mostrada durante todo mi proceso de formación profesional.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	12
3.2. Variables y operacionalización.....	13
3.3. Población, unidad de análisis.....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.5. Procedimientos.....	17
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos.....	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN.....	33
VI. CONCLUSIONES.....	37
VII. RECOMENDACIONES.....	38
REFERENCIAS.....	39
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1 Valores de la escala de Likert	14
Tabla 2 Validación del instrumento	14
Tabla 3 Rangos de confiabilidad	15
Tabla 4 Coeficiente Alfa Cronbach de la variable prensa sensacionalista	16
Tabla 5 Coeficiente Alfa Cronbach de la variable opinión pública	16
Tabla 6 Variable 1: Prensa sensacionalista	18
Tabla 7 Variable 2: Opinión pública	19
Tabla 8 Dimensión 1: Titulares	20
Tabla 9 Dimensión 2: Contenido periodístico	21
Tabla 10 Dimensión 3: Imágenes	22
Tabla 11 Tabla cruzada V1*V2: Prensa sensacionalista*Opinión pública	23
Tabla 12 Tabla cruzada V2*D1: Opinión pública*Titulares	24
Tabla 13 Tabla cruzada V2*D2: Opinión pública*Contenido periodístico	25
Tabla 14 Tabla cruzada V2*D3: Opinión pública*Imágenes	26
Tabla 15 Grado del coeficiente de correlación	27
Tabla 16 Correlación entre prensa sensacionalista y opinión pública	28
Tabla 17 Correlación entre opinión pública y titulares	29
Tabla 18 Correlación entre opinión pública y contenido periodístico	30
Tabla 19 Correlación entre opinión pública e imágenes	31

Índice de gráficos y figuras

<i>Figura 1.</i> Diseño descriptivo correlacional.....	11
<i>Figura 2.</i> Prensa sensacionalista	18
<i>Figura 3.</i> Opinión pública percibida	19
<i>Figura 4.</i> Dimensión titulares	20
<i>Figura 5.</i> Dimensión contenido periodístico	21
<i>Figura 6.</i> Dimensión imágenes	22
<i>Figura 7.</i> Prensa sensacionalista y opinión pública	23
<i>Figura 8.</i> Opinión pública y titulares	24
<i>Figura 9.</i> Opinión pública y contenido periodístico	25
<i>Figura 10.</i> Opinión pública e imágenes	26

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar la relación que existe entre la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019. El tipo de investigación fue aplicada y tuvo un enfoque cuantitativo. Mientras el diseño fue no experimental de corte transversal y nivel correlacional. La población, en este caso censal, estuvo conformada por 30 inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, ubicado en San Juan de Lurigancho. La técnica fue la encuesta, de modo que, el instrumento utilizado fue el cuestionario.

Los resultados revelaron una correlación positiva considerable ($r_s = 0,621$, $p < 0.05$) entre las variables prensa sensacionalista y opinión pública. Es así que, la investigación concluyó que para los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras la prensa sensacionalista afecta a la opinión pública que existe en la sociedad sobre ellos. Se recomienda para futuros estudios utilizar un ámbito geográfico mayor al utilizado en la presente investigación.

Palabras clave: prensa sensacionalista, opinión pública, inmigrantes, medios masivos

ABSTRACT

The objective of the investigation was to determine the relationship between the tabloid press and the public opinion of Venezuelan immigrants from the refuge Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019. The type of research was applied and had a quantitative approach. While the design was non-experimental with a cross-section and correlational level. The population, in this census case, was made up of 30 Venezuelan immigrants from the refuge Sin Fronteras shelter, located in San Juan de Lurigancho. The technique was the survey, so the instrument used was the questionnaire.

The results revealed a considerable positive correlation ($r_s = 0,621, p < 0.05$) between the variables tabloid press and public opinion. So, the investigation concluded that for Venezuelan immigrants from the refuge Sin Fronteras, the tabloid press affects the public opinion that exists in society about them. It is recommended for future studies to use a larger geographical scope than that used in the present investigation.

Keywords: tabloid press, public opinion, immigrants, mass media

I. INTRODUCCIÓN

A inicios del siglo XXI, la globalización a escala mundial se volvió un fenómeno más visible debido al desplazamiento de las personas en búsqueda de una mejor vida en un país diferente al de su origen. La migración se convirtió en una práctica cotidiana, de modo que, significó un cambio profundo en las diferentes sociedades al redefinir fronteras, cambiar contextos económicos, sociales, políticos, ambientales e incluso contribuir a los avances tecnológicos en beneficio y crecimiento de los ciudadanos.

Sin embargo, en ocasiones, los medios construyen una imagen mediática de la inmigración enfocada solo en el aspecto negativo y problemático. Así pues, en la mayoría de casos, los migrantes son retratados como personas que usan la violencia para obtener lo que buscan, mientras que son pocas las ocasiones en las que son presentados como individuos no asociados a conflictos (Fajardo y Soriano, 2016). En específico, la prensa sensacionalista suele relacionar a los inmigrantes con actividades delictivas, creando así, en las personas, un estado de temor y discriminación hacia los inmigrantes.

Asimismo, el contenido de los medios de masas construye diversas formas de interpretar la realidad, en consecuencia, las personas terminan por encasillar o calificar a otras personas en la vida cotidiana. En ese sentido, la prensa escrita además de difundir información de los acontecimientos del entorno, también, influye en la opinión pública. A partir de lo anterior, es razonable afirmar la participación de los medios en la creación de actitudes negativas hacia los inmigrantes al presentar ideas estereotipadas sobre ellos.

En Europa, específicamente, España, al término del siglo XX, la población originaria de Argelia y Marruecos o, también, conocida como la población magrebí fue uno de los colectivos inmigrantes más numerosos en el país. De manera que, tuvo una destacada representación en los medios de comunicación. Los temas tratados sobre la inmigración eran relacionados con el terrorismo y la delincuencia. Asimismo, el tratamiento periodístico que se utilizó para la redacción de estas noticias ocasionó en el público preocupación y rechazo hacia los expatriados. Cabe mencionar que, al convertirse la inmigración en un fenómeno mediático, tuvo un fuerte impacto en la opinión pública generada sobre los inmigrantes.

En Latinoamérica, la migración es un fenómeno trascendental. Se la relaciona con violencia, guerras, crimen organizado y el impedimento de poner en práctica los derechos humanos (Sanz y Valenzuela, 2016). En el caso de Venezuela, durante los siglos XIX y XX, era un país receptor de inmigrantes. Sin embargo, en las tres últimas décadas presenta un patrón migratorio totalmente distinto, esto debido a una crisis nacional, económica y social. Esto hizo que los ciudadanos se viesen obligados a buscar otras alternativas con la finalidad de mejorar su calidad de vida.

En Perú, una encuesta realizada por Ipsos y publicada en abril del 2019 reveló que los limeños ven la migración venezolana de manera negativa. El 54% señaló a la migración como la causante del aumento de la delincuencia y actividades delictivas. Para Raúl Castro, antropólogo, esta asociación de la migración con la inseguridad ciudadana es consecuencia de generalizar la imagen del ciudadano venezolano con casos apartados de quienes cometen crímenes. El especialista señala que esto, también, guarda relación con la información difundida en los medios. Es otras palabras, la opinión que tienen los limeños sobre los inmigrantes guarda relación con la información difundida en los diferentes medios.

Aunque conocemos la opinión que las personas tienen respecto a los inmigrantes en relación a la representación mediática, poco se sabe de la imagen que tienen los inmigrantes de sí mismos. Considerando el anterior escenario, se realizó la siguiente formulación del problema:

Problema general

- ¿Cuál es la relación entre la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019?

Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre los titulares utilizados por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019?

- ¿Cuál es la relación entre el contenido periodístico de la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019?
- ¿Cuál es la relación entre las imágenes utilizadas por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019?

La investigación encontró su **justificación teórica** en la instauración de conocimientos para la realización de futuros estudios en los que el tema pueda ser profundizado y/o ampliado. Mientras que, la **justificación práctica** se basó en los resultados del informe, los cuales develaron la opinión que tienen los inmigrantes venezolanos sobre las noticias que difunde la prensa sensacionalista y tienen como protagonistas a sus compatriotas.

Para la **justificación metodológica** del estudio se procuró detallar el procedimiento con el fin de motivar la realización de investigaciones con enfoque cuantitativo, pues nos encontramos en una sociedad que cambia constantemente y se requiere el estudio de los nuevos dilemas.

A continuación, los objetivos de la investigación:

Objetivo general

- Determinar la relación que existe entre la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

Objetivos específicos

- Determinar la relación que existe entre los titulares utilizados por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.
- Determinar la relación que existe entre el contenido periodístico de la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

- Determinar la relación que existe entre las imágenes utilizadas por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, ubicado en San Juan de Lurigancho, 2019.

Respecto a las hipótesis planteadas, estas fueron las siguientes:

Hipótesis general:

- Existe relación significativa entre la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

Hipótesis específicas:

- Existe relación significativa entre los titulares utilizados por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, ubicado en San Juan de Lurigancho, 2019.
- Existe relación significativa entre el contenido periodístico de la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, ubicado en San Juan de Lurigancho, 2019.
- Existe relación significativa entre las imágenes utilizadas por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, ubicado en San Juan de Lurigancho, 2019.

II. MARCO TEÓRICO

A nivel nacional, la investigación encontró respaldo en los siguientes estudios: Florez (2018). *Influencia de las características del periodismo transmedia en la opinión pública de los estudiantes del 6to y 7mo ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza a través del programa magazine sin vueltas de RPP*, Universidad Privada del Norte, Lima-Perú. El objetivo fue identificar la influencia que tiene el periodismo transmedia sobre la opinión pública de los alumnos a través del magazine. La investigación fue cuantitativa, diseño no experimental y metodología de tipo descriptiva – explicativa. La muestra estuvo constituida por 80 estudiantes. Se concluyó que existe correlación media entre las variables: características del

periodismo transmedia y opinión de los estudiantes mediante el programa Sin Vueltas de la radio RPP.

González (2018). *La prensa escrita como medio de influencia en la formación de opinión pública en el proceso de elecciones presidenciales. Caso Alfredo Barnechea. Año 2016*, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima-Perú; tuvo como objetivo demostrar que los diarios influenciaron en la formación de opinión pública dentro del proceso de intención de voto en las elecciones del año 2016 en Perú. El estudio se realizó bajo un enfoque cualitativo. La metodología fue de tipo descriptiva. La muestra, estuvo conformada por 143 noticias publicadas desde el 01 de marzo hasta el 10 de abril en los diarios Trome y Perú 21. La investigación concluyó que la columna 'El Búho' y la sección 'Pepitas' del diario el Trome contribuyeron en la construcción de la imagen de Alfredo Barnechea al presentar mayor contenido en adjetivaciones y críticas.

Guzmán (2017). *Influencia de los contenidos de los noticieros sensacionalistas 90 segundos y América Noticias en la percepción de los estudiantes de 16 años de la institución Corazón de Jesús*, Universidad de San Martín de Porres, Lima-Perú; el objetivo principal fue conocer cómo influye el contenido de los noticieros sensacionalistas en la percepción de los estudiantes. El enfoque fue cuantitativo, diseño no experimental. El muestreo fue descriptivo – correlacional y de corte transversal. La muestra fue conformada por 86 alumnos. La tesis concluyó que las noticias sensacionalistas impactan negativamente en los escolares del centro educativo Corazón de Jesús, situado en Chorrillos.

Vigo (2017). *La información periodística de la fanpage de Radio Exitosa y su influencia en la opinión pública de los moradores de Alto Mochica respecto a la gestión de la municipalidad provincial de Trujillo 2017*, Universidad César Vallejo, Lima-Perú; estudio estableció como objetivo determinar cómo influye el fanpage de radio Exitosa en la opinión pública de los pobladores. El estudio se realizó bajo un enfoque cualitativo, diseño no experimental transversal-correlacional. La muestra la constituyeron 316 pobladores. La investigación concluyó que, el contenido periodístico difundido en el fanpage del medio influye en los pobladores en aspectos como actitud, opinión y nivel de aceptación de la gestión municipal.

Baldeón (2016). *La información periodística limeña y su relación con la opinión pública de Lima en la Guerra del Pacífico (1879 - 1884)*, Universidad de San Martín de Porres, Lima-Perú; el objetivo del estudio fue determinar de qué manera la información que presenta la prensa escrita limeña se relaciona con la opinión pública de Lima. El enfoque del estudio fue mixto, diseño no experimental de corte transversal y metodología descriptiva-explicativa. La muestra fue conformada por 91 estudiantes. Se concluyó que, las distintas formas de publicación periodística, lograron una importante influencia sobre la generación de opinión pública y posterior toma de acciones como su participación en eventos de la guerra.

Mientras que, a nivel internacional, el informe de investigación se apoyó en los siguientes estudios: Arboleda (2019). *Análisis del impacto de las portadas de Diario Extra en la opinión pública de los estudiantes de primer semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad de Guayaquil*, Universidad de Guayaquil, Ecuador, tuvo como objetivo determinar el impacto comunicacional del contenido de las portadas del diario en los estudiantes de la escuela de Comunicación. El estudio se realizó bajo un enfoque mixto, metodología de tipo descriptiva, exploratoria y explicativa. Mientras que, el diseño de la investigación fue no experimental. Los estudiantes que conformaron la muestra fueron 130. Se concluyó que, los medios son capaces de persuadir a la ciudadanía, puesto a que a través de estos se puede formar la opinión pública.

Maruri (2018). *Influencia de programas televisivos de periodismo investigativo, caso: visión 360 en la construcción de opinión pública en los jóvenes de la facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil en el año 2017*, Universidad de Guayaquil, Ecuador; el objetivo general fue determinar cómo influye el programa televisivo de investigación en la creación de opinión pública en jóvenes de 19 a 21 años de la escuela. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, diseño no experimental-transaccional, mientras, la metodología fue descriptiva. La muestra estuvo por 100 estudiantes, se utilizó la técnica de muestreo no probabilístico. Se concluyó que, las opiniones de los grupos sociales pueden ser inferidas por medios audiovisuales dependiendo de las informaciones transmitidas en estos.

Martillo (2018). *Medios de Comunicación y su relación con la opinión pública de la parroquia Siete de Octubre*, Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador; el objetivo fue determinar la relación entre los medios de comunicación y la opinión pública de dicha iglesia. El estudio se realizó bajo un enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 253 habitantes de la parroquia, a quienes se le aplicó una encuesta de 10 preguntas. La investigación concluyó que los medios de la localidad afectan en gran parte la libertad de expresión de los pobladores de la iglesia Siete de Octubre.

Toapanta (2018). *Estudio de aplicación comunicacional del contenido de la página de Facebook de diario “El Universo” y su influencia en el desarrollo de la opinión pública de los jóvenes del cuarto semestre de la carrera Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil en el año 2018*, Universidad de Guayaquil, Ecuador; el estudio tuvo como objetivo analizar la influencia del contenido de la página de Facebook del diario en la opinión pública de los jóvenes. El enfoque fue cualitativo, diseño no experimental transaccional y metodología de tipo descriptiva - exploratoria. Para la muestra 105 estudiantes fueron elegidos. Se concluyó que el contenido publicado en la página de Facebook del diario El Universo influye en la formación de la opinión pública de los jóvenes de cuarto semestre.

Gómez (2018). *Medios de comunicación, conocimiento y entendimiento de la opinión pública sobre los sucesos políticos. El caso de México*, artículo de la Revista mexicana de opinión pública, Universidad Nacional Autónoma de México; tuvo como objeto analizar los efectos que tienen los medios en la obtención de conocimiento y entendimiento de la opinión pública en materia política en México. El enfoque fue cuantitativo. La muestra fue desarrollada utilizando un diseño probabilístico, en ese sentido, más de 1 000 personas fueron encuestadas. El artículo llegó a la conclusión de que los medios de masas “construyen” opinión y formas de interpretar y asimilar la realidad política que van más allá del dato neutral, el saber objetivo e imparcial y que, por lo tanto, le facilitan a la opinión pública el entendimiento de los eventos del mundo político.

Entre las teorías relacionadas con la investigación se encuentra la **teoría de la Agenda Setting**, la cual señala que la opinión pública, en particular, los lectores de diarios aprenden de los medios, en este caso, de la prensa escrita. La

teoría establece que los medios construyen en la cabeza de las personas la imagen que éstas tienen del mundo, en ese sentido, también, constituyen cuáles serán los problemas actuales que consideren más importantes, por ejemplo, la inmigración en el país (Mccombs and Shaw, como se citó en Reeves y de Vries,2016).

La teoría contempla tres tipos de agendas que se interrelacionan en el proceso comunicativo. Estas son la agenda *setting* de los medios, la del público y la política. En el caso del Perú, los medios se valen de la configuración de la agenda *setting* del público para que la inmigración venezolana sea vista como un problema relevante.

Para Shanahan (como se citó en Mohyidin, 2018, p. 8) “la percepción de un problema está influenciada por la fuente de información y el lenguaje utilizado para describirlo”. En efecto, las características que presenta el contenido de diarios como el Trome, afectan la creación de la opinión de los ciudadanos. En resumen, la construcción de la imagen que tenemos del mundo es el resultado del total de la información que recibimos de los medios.

Otra teoría relacionada con el estudio es la **teoría de la espiral del silencio**, la cual estableció que en el proceso de formación de la opinión pública prevalecen cuatro elementos: la comunicación interpersonal, los medios, las relaciones sociales, las opiniones y creencias personales. Según Elisabet Noelle Neuman, estos cuatro elementos se relacionan entre sí. Los medios de comunicación son los que imponen las tenencias y modas que, luego, se vuelven mayoritarias, debido a que las personas aceptan estas en busca de no sentirse aislados de la sociedad.

Así pues, la opinión del grupo minoritario, es decir, el que no comparte la opinión de los demás, queda sumergida en un silencio. A medida que pasa el tiempo y los puntos de vista de la minoría no son expresados, la espiral del silencio se vuelve más imparable (Clemente y Roulet,2015). Como resultado, la opinión mayoritaria cobra más fuerza, mientras, el grupo minoritario calla sus opiniones por miedo a ser juzgados por pensar diferente.

Desarrollo del enfoque conceptual de la variable independiente **prensa sensacionalista**: Para Gargurevich (como se citó en Sarabia, 2018), la prensa

sensacionalista es un género del periodismo que busca captar la atención del público utilizando tácticas atractivas, como exagerar desmedidamente aspectos de un suceso. Así pues, un diario de este tipo se caracteriza por exagerar la noticia con titulares pintorescos, párrafos cortos, lenguaje coloquial, imágenes llamativas, utilizar el humor negro y adjetivos prejuiciosos.

En Perú, el diario Trome es, sin duda, el mayor representante de la prensa sensacionalista. Actualmente es el periódico más leído del país y el más vendido a nivel mundial en idioma español. El tiraje promedio de Trome es de 650 mil ejemplares diarios, aunque en ocasiones la venta ha superado el millón de periódicos en un solo día.

Desarrollo del enfoque conceptual del **titular**, primera dimensión de la variable prensa sensacionalista: El titular es la carta de presentación de la noticia. Este elemento tiene la tarea de atrapar la atención del lector, despertar su curiosidad e incitarlo a leer el texto. Un buen titular puede convertir una noticia insípida en la más importante, como, también, puede llevar al fracaso a la más trascendental (Iranzo y Larrote, 2019).

Un hecho noticioso se puede titular de diferentes formas, Núñez (como se citó en Iranzo y Larrote, 2019) distinguió entre **titulares expresivos** y **apelativos**. Los titulares expresivos buscan llamar la atención del lector con palabras sueltas. En ocasiones, presentan un valor emocional reforzado a través del uso de signos de exclamación o de interrogación. Mientras que, los titulares apelativos presentan un tema sin brindar todos los datos básicos. Al igual que los expresivos, son titulares cortos.

Desarrollo del enfoque conceptual de **contenido periodístico**, segunda dimensión de la variable prensa sensacionalista: En el día a día, los periodistas se valen de ciertos criterios para discernir de forma rápida y operativa entre aquellos sucesos que ameritan ser difundidos y los que no. Warren (como se citó en Mayoral, 2013) ofreció una lista de elementos que constituyen la noticia entre los que se encuentran la **curiosidad**, el **conflicto**, la **emoción** y **consecuencias**.

El interés del público por un hecho crece más cuando este no encuentra un desenlace, por ello, la curiosidad es uno de los criterios más explotados por los

diarios. Mientras que, en casos de conflictos, los medios de comunicación funcionan como un lugar para la discusión y el debate de los asuntos que dieron pie al enfrentamiento entre ciudadanos. Por otra parte, están aquellos acontecimientos que impactan de forma emocional en el lector y, también, los que tienen una gran trascendencia en la vida de los individuos, lo cual los hace noticiables.

Desarrollo del enfoque conceptual de **imágenes**, tercera dimensión de la variable prensa sensacionalista: Las imágenes transmiten conocimiento, información, valores, emociones, asimismo contribuyen a formar nuestra comprensión del mundo (Shtompka, como se citó en Galikhuzina, Penkovtsev y Shibanova, 2016). En el periodismo sensacionalista las imágenes influyen en la jerarquización de las noticias, pues aparecen yuxtapuestas a los titulares de las noticias, de tal forma que, marcan la diferencia y otorgan mayor valor a ciertas notas. Mayoral (2013) mencionó que las funciones que desempeñan las fotografías periodísticas son **sugerir, enjuiciar y expresar**.

Cuando se habla de sugerir, se hace referencia a que los diarios buscan sacar provecho al significado connotativo de la fotografía para que el hecho trascienda. Asimismo, la prensa escrita frecuentemente busca la posibilidad de establecer juicios mediante sus imágenes. Y en lo que concierne a expresar, las fotografías periodísticas apelan a las emociones del lector, su fin es que este se identifique tanto afectiva y moralmente con el medio de comunicación.

Desarrollo del enfoque conceptual de la variable dependiente **opinión pública**: Es el acto comunicativo que se da en la esfera pública, donde se discuten diferentes temas como religión, ciencia, literatura o arte (Habermas, como se citó en Gonzáles, 2018). Dicho de otra manera, es el conjunto de opiniones de cada individuo expresadas libremente en un espacio público, donde se discuten temas de interés común a partir de las diferentes ideas y prejuicios de las personas.

La construcción de la opinión pública no solo se da a través de experiencias personales o relaciones interpersonales, sino que, también, es producto de los medios de comunicación (Focás y Kessler, 2015). En ese sentido, la sobreexposición a noticias de acento alarmante o negativas durante un largo

periodo de tiempo termina por condicionar nuestra opinión a la información recibida (García, 2017). Por ello, es importante prestar atención a la representación que los medios hacen de los inmigrantes para comprender el actuar del público (Sunata & Yıldız, 2018).

Desarrollo del enfoque conceptual de **factores determinantes**, primera dimensión de la variable opinión pública: Como todo en la vida, la opinión pública se transforma con el tiempo. Para Sprott (como se citó en Marqués, 2016) entre los factores determinantes que producen el cambio en la opinión de las personas se encuentran las **noticias**, las **experiencias personales** y las **actitudes**. A diario los medios difunden nuevas noticias, la información acerca de un hecho es presentada desde diferentes ángulos, además, de ser actualizada constantemente, lo cual provoca que las personas cambien de opinión. Asimismo, las experiencias personales a lo largo de nuestras vidas, también, nos hacen cambiar de parecer, y, de llegarnos a marcar emocionalmente, generan en nosotros actitudes frente a ciertas situaciones. Por ello, se dice que las actitudes son la antesala de la opinión.

Desarrollo del enfoque conceptual de **formas de opinión**, segunda dimensión de la variable opinión pública: Rivadeneira (2013) sostuvo que existen formas de opinión. Es así que, el autor habló de los **estereotipos** y **prejuicios**. Los estereotipos son el conjunto de imágenes o ideas que se atribuyen a un grupo de personas. Mientras que el prejuicio, tal como lo indica su nombre: es un juicio previo. A simple vista, el prejuicio es similar al estereotipo, pero la diferencia se basa en que el primero es el comportamiento que tiene el individuo frente a cierto grupo social, y el segundo es una imagen mental que puede ser positiva o negativa. Lo cierto es que ambos condicionan en muchos casos la forma de opinar de las personas.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El estudio tuvo un **enfoque cuantitativo**. Para Fernández, Hernández y Baptista (2014) la investigación cuantitativa es la que desarrolla una serie de pasos ineludibles. Parte de una idea y, en base a esta, se plantean objetivos y preguntas de investigación. Acto seguido, se plantean hipótesis y se desarrolla un plan para poder probarlas. En ese sentido, la presente investigación utilizó la recolección de datos y probó la hipótesis planteada utilizando el análisis estadístico.

La presente investigación fue de **tipo aplicada**. En ese sentido, se basó en los conocimientos obtenidos en investigaciones básicas o puras para plantearse hipótesis en busca de resolver problemas de la sociedad (Esteban, 2018). De manera que, el informe de investigación utilizó los conocimientos adquiridos con el fin de poder contribuir al cambio de la situación actual en relación a los inmigrantes venezolanos y la prensa sensacionalista.

Respecto al **diseño de la investigación**, este fue **no experimental**. En los estudios de diseño no experimental las variables no se manipulan. Los fenómenos son estudiados en su contexto natural sin ningún tipo de alteración (Cabezas, Andrade y Torres, 2018). Así pues, las dos variables presentes en la investigación fueron estudiadas mediante la observación en su entorno habitual, sin ejercer control sobre estas.

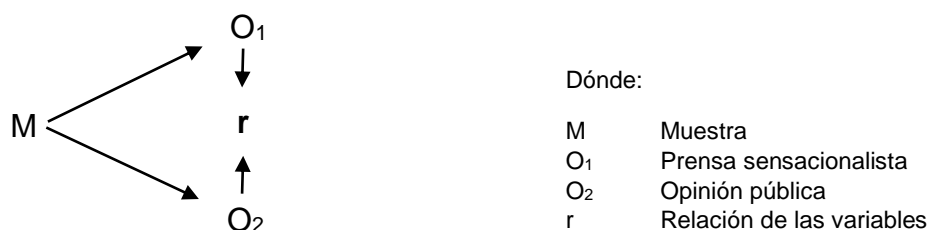


Figura 1. Diseño descriptivo correlacional

Asimismo, el estudio tuvo un **corte transversal**, ya que la recolección de datos se realizó en un momento determinado. La finalidad es la descripción de las variables y el análisis de su interrelación (Hernández et al., 2014). En otras palabras, este tipo de investigación viene a ser como una “radiografía” del problema a desarrollar.

En cuanto al **nivel de la investigación**, este fue **correlacional**. Las investigaciones correlacionales tienen como fin descubrir la relación que exista entre las variables en una muestra (Hernández et al., 2014). De modo que, el estudio buscó hallar el vínculo entre las variables prensa sensacionalista y opinión pública. Para ello, se midió cada una por separado y, luego, se pasó a cuantificar y analizar para identificar la relación.

3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente: Prensa sensacionalista

Definición conceptual: Un diario de este tipo se caracteriza por exagerar la noticia con titulares pintorescos, párrafos cortos, lenguaje coloquial, imágenes llamativas, utilizar el humor negro y adjetivos prejuiciosos. (Gargurevich, como se citó en Sarabia, 2018).

Definición operacional: La prensa sensacionalista es la modalidad periodística que busca llamar la atención del público mediante sus titulares extravagantes, contenido periodístico e imágenes llamativas. Los indicadores de la primera dimensión fueron: expresivos y apelativos. Para la segunda, los indicadores fueron: curiosidad, conflicto, emoción y consecuencias. Y, para la tercera dimensión, estos fueron: sugerir, enjuiciar y expresar.

Variable dependiente: Opinión pública

Definición conceptual: Es el acto comunicativo que se da en la esfera pública, donde se discuten diferentes temas como religión, ciencia, literatura o arte (Habermas, como se citó en Gonzáles, 2018).

Definición operacional: Conjunto de opiniones expresadas en un espacio público, donde se discuten temas de interés común a partir de las noticias, experiencias personales, actitudes, estereotipos y prejuicios de las personas. Los indicadores de la primera dimensión fueron: noticias, experiencias personales y actitudes. Y, para la segunda dimensión, estos fueron: estereotipos y prejuicios.

Escala de medición: La escala de medición ordinal se utilizan para medir variables cualitativas. Según Salazar y Del Castillo (2018), la escala ordinal mide a las variables siguiendo un orden pre asignado.

3.3. Población

La población es el conjunto de datos que serán utilizados en el procedimiento de desarrollo del estudio (Cabezas et al, 2018). En la mayoría de casos se realizan los estudios a partir de una muestra, pero no siempre es así. Algunas veces, cuando deseamos llevar a cabo un censo se debe incluir todos los casos (Hernández et al., 2014). Así pues, para la presente investigación se contó con una población censal constituida por 30 integrantes del albergue Sin Fronteras, situado en San Juan de Lurigancho.

Criterios de inclusión: Inmigrantes venezolanos que forman parte del albergue Sin Fronteras, hombres y mujeres de 18 años a más e inmigrantes venezolanos que consumen prensa sensacionalista.

Criterios de exclusión: Inmigrantes venezolanos que no forman parte del albergue Sin Fronteras, hombres y mujeres con menos de 18 años, e inmigrantes venezolanos que no consumen prensa sensacionalista.

Unidad de análisis: Inmigrantes venezolanos pertenecientes al albergue Sin Fronteras, situado en San Juan de Lurigancho.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La investigación utilizó la técnica de la **encuesta** con la finalidad de reunir la mayor información sobre la opinión que tienen los inmigrantes venezolanos de la prensa sensacionalista. La encuesta es una técnica que reúne datos mediante la interrogación a las personas. Tiene como fin la obtención de manera ordenada de medidas sobre los criterios que se desprenden de una problemática de investigación previamente establecida (López y Fachelli, 2015).

En cuanto al **instrumento**, se consideró propicio realizar un **cuestionario** estructurado con interrogantes sobre las variables: prensa sensacionalista y opinión pública. El cuestionario es constituido por una serie de preguntas sobre las variables que se buscan medir (Hernández et al., 2014). Las preguntas deben ser planteadas considerando las características de las personas que serán encuestadas, de modo que, puedan comprenderlas sin ningún problema y las

respuestas sean veraces. En este caso, el cuestionario constó de 14 preguntas y para las respuestas se basó en la escala de Likert.

Tabla 1. *Valores de la escala de Likert*

1= Totalmente en desacuerdo
2= En desacuerdo
3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4= De acuerdo
5= Totalmente de acuerdo

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014).

Por otra parte, para lograr que el instrumento consiga la **validez** fue sometido a un juicio de expertos. “Los expertos son personas cuya especialización, experiencia profesional, académica o investigativa relacionada al tema de investigación, les permite valorar, de contenido y de forma, cada uno de los ítems incluidos en la herramienta” (Soriano, 2014, p. 25). Cada uno de ellos, revisó las interrogantes planteadas en el cuestionario para cerciorarse que estas midan efectivamente las dos variables establecidas.

Tabla 2. *Validación del instrumento*

Experto	Prensa sensacionalista			Condición final
	Pertinencia	Relevancia	Claridad	
Mg. Luis Chávez Ramos	si	si	si	Aplicable
Mg. Jack Navarro Chang	si	si	si	Aplicable
Mg. Gregorio Martín Falconi Vallejos	si	si	si	Aplicable
	Opinión pública			Condición final
	Pertinencia	Relevancia	Relevancia	
Mg. Luis Chávez Ramos	si	si	si	Aplicable
Mg. Jack Navarro Chang	si	si	si	Aplicable
Mg. Gregorio Martín Falconi Vallejos	si	si	si	Aplicable

Fuente: elaboración propia.

“La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (Hernández et al., 2014, p. 200). Lo anterior, hace referencia a que, en ocasiones, el instrumento que se utiliza para medir una cierta variable en una investigación, al ser aplicado en la

muestra termina reuniendo información que no se relaciona con dicha variable. Por ello, es importante que en el proceso de construcción del instrumento se tomen en cuenta los diferentes contextos y puntos de vista.

Por último, para determinar la **confiabilidad** o fiabilidad del instrumento, el estudio utilizó el coeficiente Alfa Cronbach, uno de los procedimientos más utilizados. De manera que, primero se realizó una prueba piloto en busca de obtener un valor Alfa Cronbach que esté lo más cerca posible a uno para asegurar que el instrumento es confiable y, por lo tanto, está listo para ser aplicado a toda nuestra población censal.

La confiabilidad es el “grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (Hernández et al., 2014, p. 200). Dicho en otras palabras, la confiabilidad se da cuando un objeto de estudio es medido repetidas veces con el mismo instrumento y se obtienen siempre los mismos resultados. Sin embargo, no en todos los casos, esto es señal de que el instrumento sea confiable, pues los resultados pueden ser manipulados.

Tabla 3. Rangos de confiabilidad

ESCALA DE VALORES PARA DETERMINAR LA CONFIABILIDAD	
Coeficiente alfa > .9 es excelente	FIABLE Y CONSISTENTE
Coeficiente alfa > .8 es bueno	
Coeficiente alfa > .7 es aceptable	INCONSISTENTE, INESTABLE
Coeficiente alfa > .6 es cuestionable	
Coeficiente alfa > .5 es pobre	
Coeficiente alfa < .5 es inaceptable	
Coeficiente alfa de 01. A 0.49. baja confiabilidad	
Coeficiente alfa 0 es No confiable	NO CONFIABLE

Fuente: Chunga (2018).

Resultados de la prueba de confiabilidad por variable:

Tabla 4. *Coeficiente Alfa Cronbach de la variable prensa sensacionalista*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,950	9

Fuente: elaboración propia.

El valor del coeficiente Alfa Cronbach de la variable independiente prensa sensacionalista fue 0,950. El resultado demostró la confiabilidad del instrumento realizado en base a dicha variable al ser un valor muy cercano a uno.

Tabla 5. *Coeficiente Alfa Cronbach de la variable opinión pública*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,807	5

Fuente: elaboración propia.

El valor del coeficiente Alfa Cronbach de la variable independiente prensa sensacionalista fue 0,807. El resultado demostró la confiabilidad del instrumento realizado en base a dicha variable al ser un valor muy cercano a uno.

3.5. Procedimientos

Previo a la realización de la investigación, varios artículos, tesis y libros fueron revisados. Para la recaudación de información, se realizó una encuesta dirigida a los inmigrantes venezolanos pertenecientes al refugio Sin Fronteras, situado en San Juan de Lurigancho. Se realizó la coordinación correspondiente con la institución antes de la aplicación de la encuesta. Solo participaron adultos de 18 años a más. Cabe mencionar, que debido al estado de emergencia declarado por el Estado la aplicación del instrumento se realizó con un reducido número de personas.

3.6. Métodos de análisis de datos

Respecto a la confiabilidad del instrumento de medición, para calcularla se utilizó el “coeficiente Alfa de Cronbach”. Asimismo, se utilizó el programa SPSS25

(Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales) para realizar las tablas de frecuencias, tablas cruzadas y la correlación de la información para la medición de variables. Para la interpretación de los valores y puntuaciones obtenidas en dichas tablas se usó la **estadística descriptiva**. Mientras que, para probar las hipótesis se utilizó la **estadística inferencial**. Según Hernández et al., al solo recolectarse los datos de la muestra, los parámetros de la población no son calculados, pero pueden ser inferidos.

3.7. Aspectos éticos

La presente investigación se basó en la información obtenida de diferentes autores de artículos, libros y tesis, quienes fueron citados teniendo como referencia el manual de normas APA, para asegurar el respeto por los derechos de autor. Asimismo, en la parte final del estudio se encuentran las referencias bibliográficas en formato APA. En cuanto al instrumento, este fue validado a través del juicio de expertos antes de su aplicación. Mientras que, para llevar a cabo la encuesta en el albergue Sin Fronteras se procedió a tramitar los permisos necesarios para que el organismo autorice la participación de sus miembros en el estudio. Cabe resaltar que, la información obtenida es de carácter confidencial.

Los resultados no fueron alterados y la investigación puede ser utilizada para estudios futuros. Por último, el estudio fue subido al programa Turnitin para asegurar que el contenido de este sea original.

IV. RESULTADOS

Análisis descriptivo

A continuación, se muestran los resultados de la encuesta que se le realizó a los 30 inmigrantes venezolanos miembros del refugio Sin Fronteras, situado en el distrito de San Juan de Lurigancho. Cabe mencionar, que el instrumento fue previamente aprobado por especialistas antes de su aplicación.

Objetivo general: Determinar la relación que existe entre la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

Tabla 6. Variable 1: Prensa sensacionalista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,3	3,3	6,7
	De acuerdo	8	26,7	26,7	33,3
	Totalmente de acuerdo	20	66,7	66,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

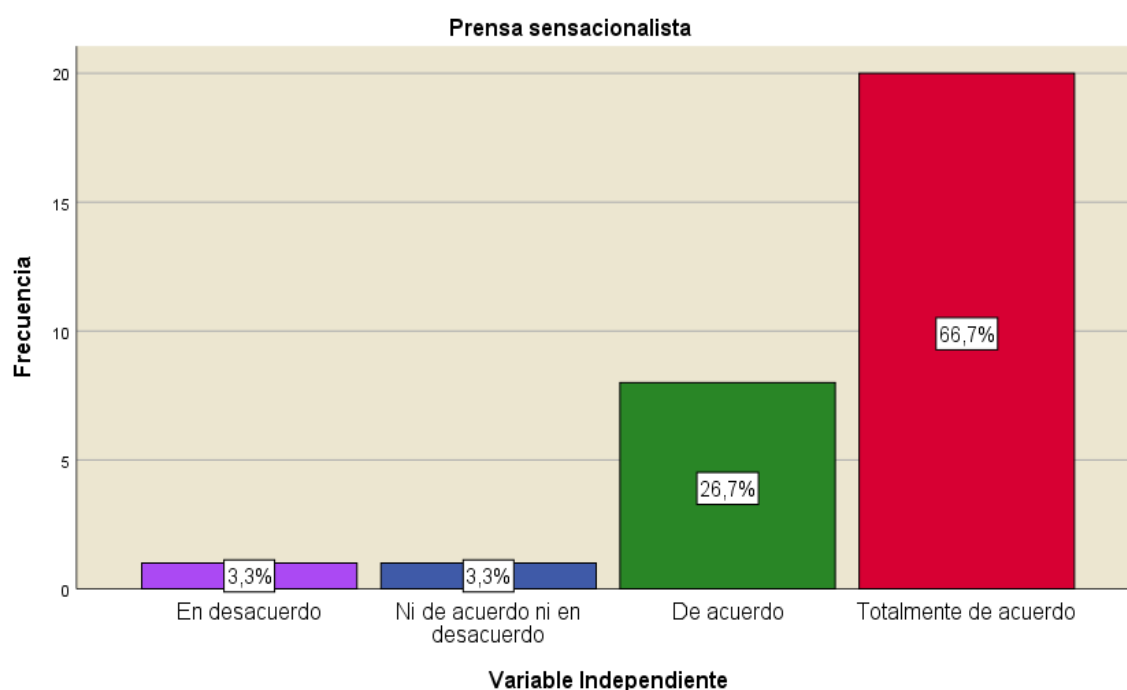


Figura 2. Prensa sensacionalista

Interpretación: Del total de encuestados, el 66,7% se mostró totalmente de acuerdo en las preguntas formuladas a partir de la variable independiente “prensa sensacionalista”, un 26,7% estuvo de acuerdo, mientras que, el porcentaje de personas que manifestaron estar en desacuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo fue 3,3% en ambos casos.

Tabla 7. Variable 2: Opinión pública

		Opinión pública			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	16,7	16,7	20,0
	De acuerdo	11	36,7	36,7	56,7
	Totalmente de acuerdo	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

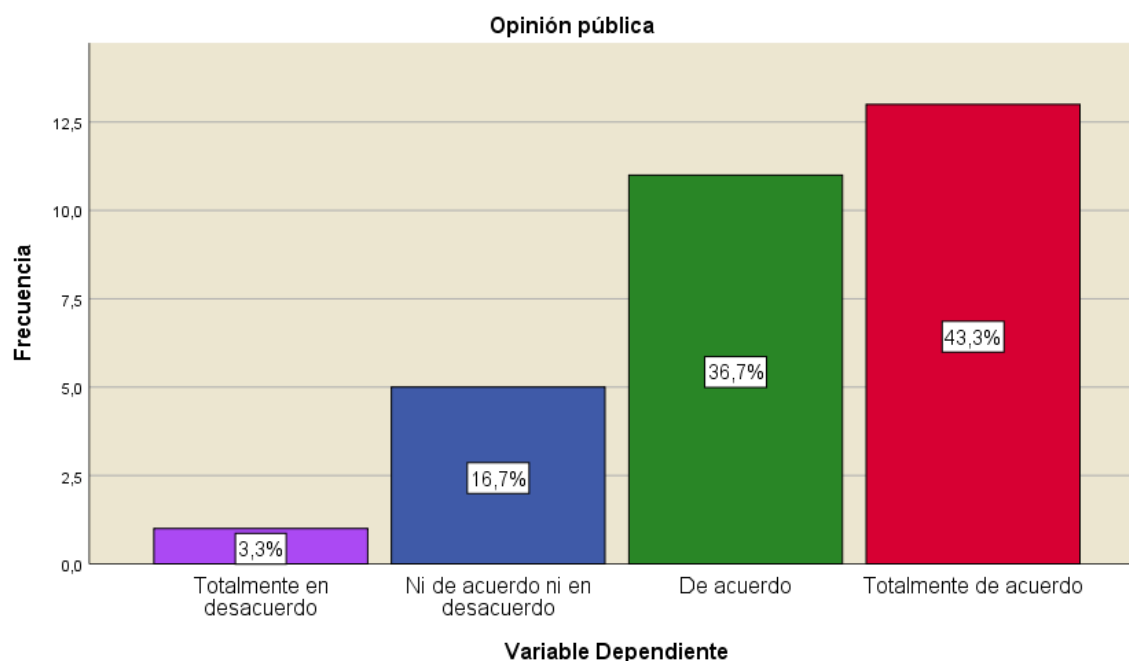


Figura 3. Opinión pública

Interpretación: El gráfico muestra que del 100% de encuestados, el 43,3% manifestó estar totalmente de acuerdo en las preguntas planteadas a partir de la

variable dependiente “opinión pública”, el 36,7% indicó estar de acuerdo, el 16,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3,3% señaló estar totalmente en desacuerdo.

Por dimensiones:

Objetivo específico 1: Determinar la relación que existe entre los titulares que utiliza la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

Tabla 8. Dimensión 1: Titulares

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	De acuerdo	6	20,0	20,0	23,3
	Totalmente de acuerdo	23	76,7	76,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

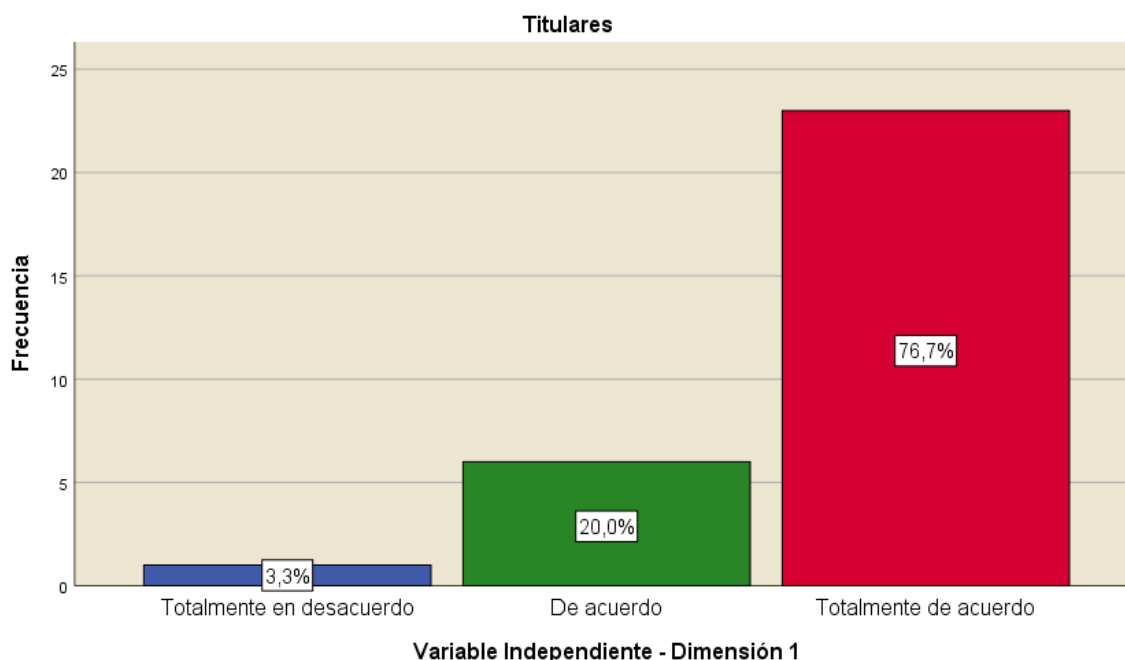


Figura 4. Dimensión titulares

Interpretación: Los resultados muestran que un total de 30 encuestados, el 76,7% señaló estar totalmente de acuerdo en las preguntas formuladas en base a

la dimensión “titulares”, mientras que el 20% de los participantes manifestó estar de acuerdo y el 3,3% totalmente en desacuerdo.

Objetivo específico 2: Determinar la relación que existe entre el contenido periodístico de la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

Tabla 9. Dimensión 2: Contenido periodístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	De acuerdo	13	43,3	43,3	46,7
	Totalmente de acuerdo	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

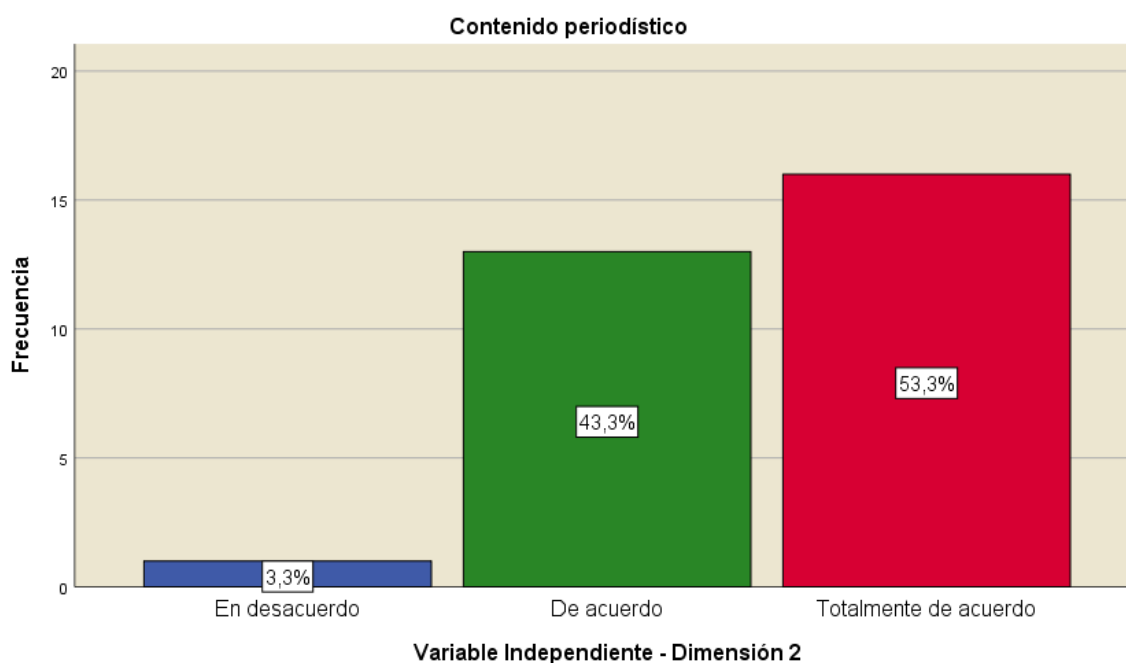


Figura 5. Dimensión contenido periodístico

Interpretación: Del total de encuestados, el 53,3% se mostró totalmente de acuerdo en las preguntas planteadas en base a la dimensión “contenido periodístico”, el 43,3% indicó estar de acuerdo, mientras que el 3,3% de los participantes manifestó estar en desacuerdo.

Objetivo específico 3: Determinar la relación que existe entre las imágenes que utiliza la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

Tabla 10. Dimensión 3: Imágenes

		Imágenes			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,3	3,3	10,0
	De acuerdo	6	20,0	20,0	30,0
	Totalmente de acuerdo	21	70,0	70,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

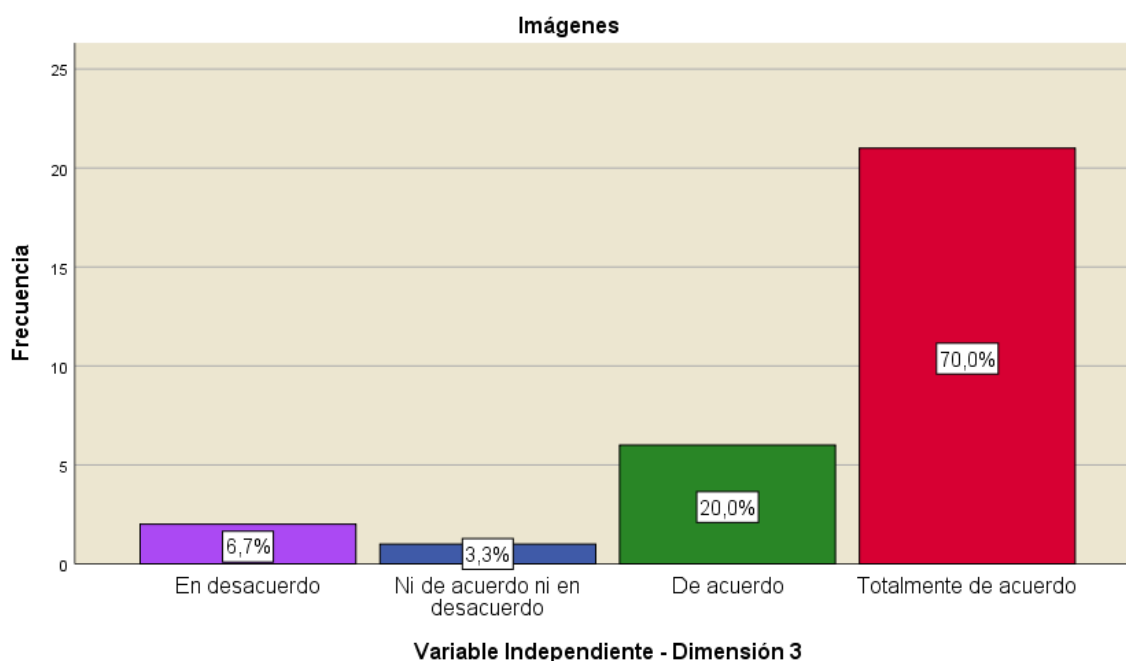


Figura 6. Dimensión imágenes

Interpretación: Los resultados muestran que el 70% indicó estar totalmente de acuerdo en las preguntas establecidas a partir de la dimensión “imágenes”, el 20% señaló estar de acuerdo, el 3,3% manifestó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 6,7% se mostró en desacuerdo.

Tablas cruzadas

Tabla 11. Tabla cruzada V1*V2: Prensa sensacionalista *Opinión pública

Tabla cruzada Prensa sensacionalista*Opinión pública

			Opinión pública				Total
			Totalmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Prensa sensacionalista	En desacuerdo	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	0	1	0	1
		% del total	0,0%	0,0%	3,3%	0,0%	3,3%
	De acuerdo	Recuento	0	3	5	0	8
		% del total	0,0%	10,0%	16,7%	0,0%	26,7%
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	2	5	13	20
		% del total	0,0%	6,7%	16,7%	43,3%	66,7%
Total	Recuento	1	5	11	13	30	
	% del total	3,3%	16,7%	36,7%	43,3%	100,0%	

Fuente: elaboración propia.

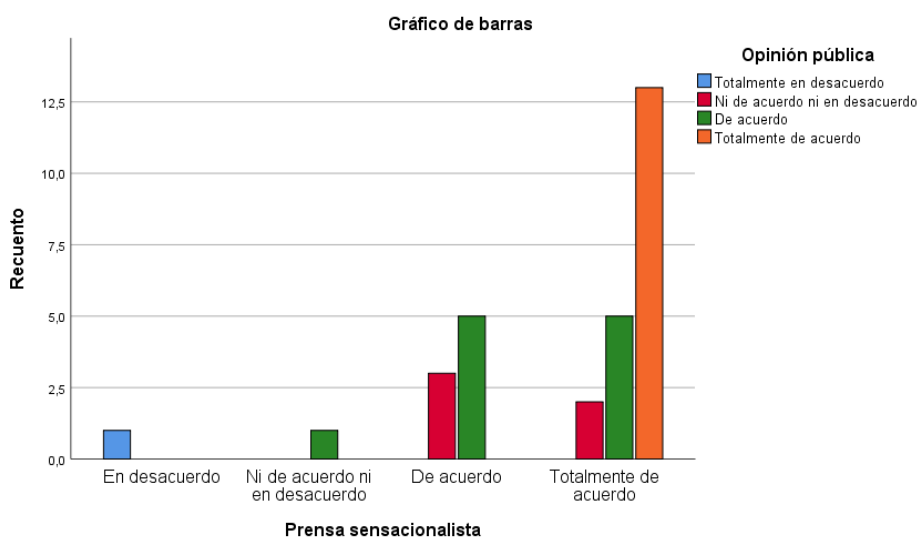


Figura 7. Prensa sensacionalista y opinión pública

Interpretación: Del total de participantes, el 43,3% indicó estar totalmente de acuerdo en prensa sensacionalista y opinión pública, el 16,7% señaló estar de acuerdo, también, en ambas variables, mientras que, un 3,3% difirió en sus respuestas, ya que, se manifestaron ni de acuerdo ni en desacuerdo en la variable prensa sensacionalista, pero indicaron estar de acuerdo en la variable opinión pública. En el 3,3% restante, sucedió lo mismo. En prensa sensacionalista

señalaron estar en desacuerdo, pero en opinión pública se mostraron totalmente en desacuerdo.

Tabla 12. Tabla cruzada V2*D1: Opinión pública*Titulares

			Titulares			Total
			Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Opinión pública	Totalmente en desacuerdo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	3,3%	0,0%	0,0%	3,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	1	4	5
		% del total	0,0%	3,3%	13,3%	16,7%
	De acuerdo	Recuento	0	5	6	11
		% del total	0,0%	16,7%	20,0%	36,7%
Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	13	13	
	% del total	0,0%	0,0%	43,3%	43,3%	
Total	Recuento	1	6	23	30	
	% del total	3,3%	20,0%	76,7%	100,0%	

Fuente: elaboración propia.

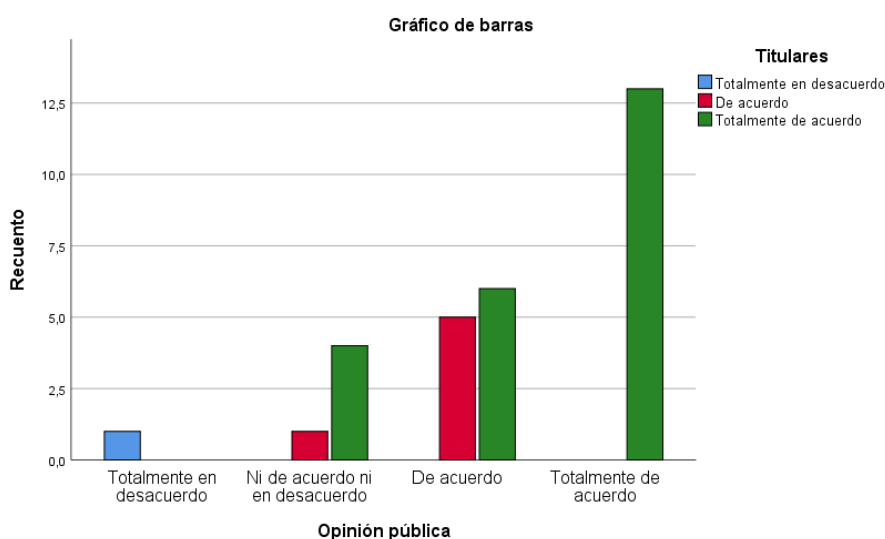


Figura 8. Opinión pública y titulares

Interpretación: De acuerdo al gráfico, el 43,3% de encuestados señaló estar totalmente de acuerdo en opinión pública y titulares, sin embargo, el 20,0% difirió en sus respuestas, debido a que manifestó estar de acuerdo en la variable opinión pública, pero indicó estar totalmente de acuerdo en la dimensión titulares. Mientras que, el 13,3% se manifestó ni de acuerdo ni en desacuerdo en opinión pública, pero

totalmente de acuerdo en titulares. Por último, el 3,3% indicó estar totalmente en desacuerdo tanto en la variable como en la dimensión.

Tabla 13. *Tabla cruzada V2*D2: Opinión pública*Contenido periodístico*

Tabla cruzada Opinión pública*Contenido periodístico

			Contenido periodístico			Total
			En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Opinión pública	Totalmente en desacuerdo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	3,3%	0,0%	0,0%	3,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	3	2	5
		% del total	0,0%	10,0%	6,7%	16,7%
	De acuerdo	Recuento	0	8	3	11
		% del total	0,0%	26,7%	10,0%	36,7%
Totalmente de acuerdo	Recuento	0	2	11	13	
	% del total	0,0%	6,7%	36,7%	43,3%	
Total	Recuento	1	13	16	30	
	% del total	3,3%	43,3%	53,3%	100,0%	

Fuente: elaboración propia.

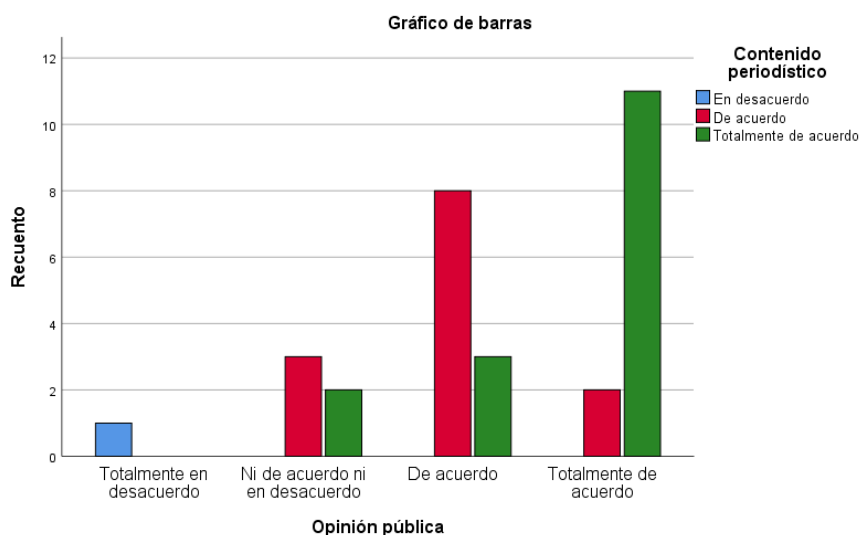


Figura 9. Opinión pública y contenido periodístico

Interpretación: Del 100% de encuestados, el 36,7% indicó estar totalmente de acuerdo en opinión pública y contenido periodístico, el 26,7%, también, coincidió al señalar estar de acuerdo tanto en la variable como en la dimensión. El 10,0% difirió en sus respuestas, pues se manifestó ni de acuerdo ni en desacuerdo en opinión pública, mientras que, de acuerdo en contenido periodístico. Por último, el 3,3% se

mostró totalmente en desacuerdo en la variable, pero en desacuerdo en la dimensión.

Tabla 14. Tabla cruzada V2*D3: Opinión pública*Imágenes

Tabla cruzada Opinión pública*Imágenes

			Imágenes				Total
			En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Opinión pública	Totalmente en desacuerdo	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	1	0	2	2	5
		% del total	3,3%	0,0%	6,7%	6,7%	16,7%
	De acuerdo	Recuento	0	1	4	6	11
		% del total	0,0%	3,3%	13,3%	20,0%	36,7%
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	0	13	13
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	43,3%	43,3%
Total	Recuento	2	1	6	21	30	
	% del total	6,7%	3,3%	20,0%	70,0%	100,0%	

Fuente: elaboración propia.

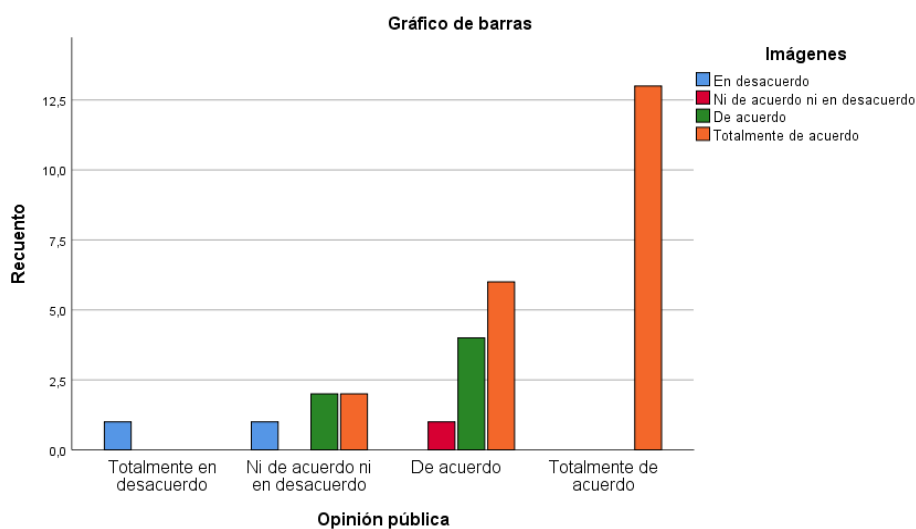


Figura 10. Opinión pública e imágenes

Interpretación: Según el gráfico, el 43,3% de los participantes señaló estar totalmente de acuerdo en opinión pública e imágenes, el 20,0% difirió en sus respuestas, ya que, se mostró de acuerdo en la variable opinión pública, sin embargo, totalmente de acuerdo en la dimensión imágenes. El 6,7%, también,

difirió en los resultados, debido a que se manifestó ni de acuerdo ni en desacuerdo en opinión pública, pero de acuerdo y totalmente de acuerdo en imágenes. Por último, el 3,3% indicó estar totalmente en desacuerdo en la variable, sin embargo, se mostró en desacuerdo en la dimensión.

Prueba de hipótesis

Para la comprobación de las hipótesis se usó el coeficiente de correlación de rangos de Spearman, ya que tanto la variable independiente como la dependiente son cualitativas.

Tabla 15. *Grado del coeficiente de correlación*

Rango	Relación
0.91 a 1.00	Correlación positiva perfecta
0.76 a 0.90	Correlación positiva muy fuerte
0.51 a 0.75	Correlación positiva considerable
0.26 a 0.50	Correlación positiva media
0.11 a 0.25	Correlación positiva débil
0.01 a 0.10	Correlación positiva muy débil
0.00	No existe correlación

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014).

Hipótesis general: Existe relación significativa entre la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

H0: No existe relación significativa entre la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

H1: Sí existe relación significativa entre la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

Valor de significancia: 0,05.

Regla de decisión:

Si, Sig. e < Sig. i, entonces se rechaza la H0 y se acepta la H1

Si, Sig. e > Sig. i, entonces se rechaza la H1 y se acepta la H0

Tabla 16. *Correlación entre prensa sensacionalista y opinión pública*

			Prensa sensacionalista	Opinión pública
Rho de Spearman	Prensa sensacionalista	Coefficiente de correlación	1,000	,621**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Opinión pública	Coefficiente de correlación	,621**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: La tabla muestra que el coeficiente de correlación fue 0,621, por lo tanto, existe una correlación positiva considerable. En cuanto al valor de significancia, este fue 0,00, al ser menor a 0,05, la hipótesis alterna fue aceptada y la hipótesis nula fue rechazada.

Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1: Existe relación significativa entre los titulares utilizados por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

H0: No existe relación significativa entre los titulares utilizados por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

H1: Sí existe relación significativa entre los titulares utilizados por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

Valor de significancia: 0,05.

Regla de decisión:

Si, Sig. e < Sig. i, entonces se rechaza la H0 y se acepta la H1

Si, Sig. e > Sig. i, entonces se rechaza la H1 y se acepta la H0

Tabla 17. *Correlación entre opinión pública y titulares*

			Opinión pública	Titulares
Rho de Spearman	Opinión pública	Coeficiente de correlación	1,000	,443*
		Sig. (bilateral)	.	,014
		N	30	30
	Titulares	Coeficiente de correlación	,443*	1,000
		Sig. (bilateral)	,014	.
		N	30	30

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: La tabla muestra que el coeficiente de correlación fue 0,443, de modo que, existe una correlación positiva media. Respecto al valor de significancia, este fue 0,14, al ser mayor a 0,05, la hipótesis nula fue aceptada y la hipótesis alterna fue rechazada.

Hipótesis específica 2: Existe relación significativa entre el contenido periodístico de la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

H0: No existe relación significativa entre el contenido periodístico de la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

H1: Sí existe relación significativa entre el contenido periodístico de la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

Valor de significancia: 0,05.

Regla de decisión:

Si, Sig. e < Sig. i, entonces se rechaza la H0 y se acepta la H1

Si, Sig. e > Sig. i, entonces se rechaza la H1 y se acepta la H0

Tabla 18. *Correlación entre opinión pública y contenido periodístico*

			Opinión pública	Contenido periodístico
Rho de Spearman	Opinión pública	Coeficiente de correlación	1,000	,530**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	30	30
	Contenido periodístico	Coeficiente de correlación	,530**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	30	30

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

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: La tabla muestra que el coeficiente de correlación fue de 0,530, lo que indicó que existe una correlación positiva considerable. En cuanto al valor de significancia, este fue 0,003, al ser menor a 0,05, la hipótesis nula fue rechazada y la hipótesis alterna fue aceptada.

Hipótesis específica 3: Existe relación significativa entre las imágenes utilizadas por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

H0: No existe relación significativa entre las imágenes utilizadas por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

H1: Sí existe relación significativa entre las imágenes utilizadas por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

Valor de significancia: 0,05.

Regla de decisión:

Si, Sig. e < Sig. i, entonces se rechaza la H0 y se acepta la H1

Si, Sig. e > Sig. i, entonces se rechaza la H1 y se acepta la H0

Tabla 19. *Correlación entre opinión pública e imágenes*

			Opinión pública	Imágenes
Rho de Spearman	Opinión pública	Coefficiente de correlación	1,000	,617**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Imágenes	Coefficiente de correlación	,617**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: La tabla muestra que el coeficiente de correlación fue 0,617, lo que indicó que existe una correlación positiva considerable. Respecto al valor de significancia, este fue 0,000, al ser menor a 0,05, la hipótesis nula fue rechazada y la hipótesis alterna fue aceptada.

V. DISCUSIÓN

En el presente capítulo se describieron los principales resultados, así como la hipótesis general y específicas de la investigación para, luego, compararlas con los hallazgos de los antecedentes y teorías mencionadas con anterioridad en el marco teórico del estudio.

El recuento total de la tabla 9 reveló que el 43,3% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con la relación entre las variables prensa sensacionalista y opinión pública. En ese sentido, los resultados del presente estudio se asemejan a los resultados de la investigación realizada por Baldeón (2016), los que hallaron que el 89% de las personas señaló como adecuada la relación de los periodistas con la opinión pública. Es decir, que la mayoría de encuestados reconoció que existe una relación relevante entre la formación de la opinión pública y los periodistas de la prensa escrita.

Otro estudio que realizó hallazgos similares con la presente investigación, es el de Toapanta (2018), en el que un 37% de las personas encuestadas se mostró de acuerdo con la existencia de una relación entre los medios de comunicación y la opinión pública. Mientras que en la investigación hecha por Maruri (2018) un 32% del total de encuestados manifestó que en su mayoría la opinión pública se ve afectada por los medios. En efecto, la construcción de la opinión pública no solo se da a través de experiencias personales o relaciones interpersonales, sino que, también, es producto de los medios de comunicación (Focás y Kessler, 2015).

Por otra parte, los resultados del presente estudio, también, encuentran respaldo en la teoría de la Espiral del Silencio. Dicha teoría establece que en el proceso de formación de la opinión pública intervienen los medios de comunicación. Para Elisabet Noelle Neuman, los medios son los que definen las tenencias y modas que, luego, se vuelven mayoritarias, debido a que las personas aceptan estas en busca de no sentirse aislados de la sociedad.

En cuanto a la contrastación de la hipótesis general, tabla 14, el coeficiente de correlación fue 0,621, por lo tanto, existe una correlación positiva considerable. Asimismo, el valor de significancia fue 0,00, por lo que la hipótesis alterna fue aceptada y la hipótesis nula fue rechazada. Es decir, sí existe relación significativa

entre la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019. Esta afirmación encuentra respaldo en la investigación realizada por Gonzáles (2016), la cual planteó como hipótesis general que la prensa escrita habría influenciado en la formación de la opinión pública durante las elecciones presidenciales en Perú durante el año 2016.

De acuerdo a los resultados del estudio de Gonzáles, sí existió una agenda de medios que mediante su discurso dejó en evidencia un favorecimiento hacia ciertos candidatos. En este caso, cabe resaltar la presencia de la *Agenda Setting*, una de las teorías que respalda la presente investigación. La teoría establece que los medios construyen en la cabeza de las personas la imagen que éstas tienen del mundo, en ese sentido, también, constituyen cuáles serán los problemas actuales que consideren más importantes, por ejemplo, la inmigración en el país (Mccombs and Shaw, como se citó en Reeves y de Vries, 2016).

La *Agenda Setting* no es un recordatorio de la teoría de la aguja hipodérmica de Harold Lasswell, por tanto, no considera a las personas como autómatas que reciben todos los estímulos de los medios sin reparo alguno, pero sí otorga cierta importancia a los medios al momento de crear la agenda pública, ya que, la información que difunden juega un papel muy importante en la construcción de conceptos y comportamientos sociales.

Para la contrastación de la hipótesis específica 1, tabla 15, el coeficiente de correlación fue 0,443, de modo que, existe una correlación positiva media. Respecto al valor de significancia, este fue 0,14. La hipótesis nula fue aceptada y la hipótesis alterna fue rechazada. Entonces se dice que, no existe relación significativa entre los titulares utilizados por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

El resultado difiere de lo mencionado por Iranzo y Larrote (2019), quienes señalaron que el titular tiene la tarea de atrapar la atención del lector, despertar su curiosidad e incitarlo a leer el texto. Un buen titular puede convertir una noticia insípida en la más importante, como, también, puede llevar al fracaso a la más

transcendental. De acuerdo a la información recabada, la diferencia entre lo mencionado por dichos autores y el resultado de la encuesta a los inmigrantes venezolanos se debe a que ellos sienten que el contenido periodístico e imágenes difundidas por la prensa sensacionalista ha afectado en mayor parte su imagen ante la sociedad.

Para la contrastación de la hipótesis específica 2, tabla 16, el coeficiente de correlación de fue 0,530, lo que indicó que existe una correlación positiva considerable. En cuanto al valor de significancia, este fue 0,003, por lo que la hipótesis nula fue rechazada y la hipótesis alterna fue aceptada. En ese sentido, sí existe relación significativa entre el contenido periodístico de la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

Dicho resultado se asemeja al hallazgo realizado en el estudio de Vigo (2017), el cuál estableció la existencia de una relación entre la información periodística de la página de Facebook de una radio y la opinión pública de los moradores de una urbanización situada en la ciudad de Trujillo. En este caso, la información difundida en la página del medio provocaría el mismo impacto en las personas que el contenido periodístico de la prensa sensacionalista a los lectores.

Asimismo, el resultado de la investigación que fue hecha por Baldeón (2016), también, es similar al del presente estudio, ya que, el 87,9% del total de encuestados señaló como adecuada la medición de la información periodística con la generación de la opinión pública. En otras palabras, existe una importante relación entre dichas variables.

Para Shanahan (como se citó en Mohyidin, 2018, p. 8) “la percepción de un problema está influenciada por la fuente de información y el lenguaje utilizado para describirlo”. Según lo señalado por el autor, cabe decir que, el lenguaje utilizado por los diarios para la narración de las noticias juega un papel importante en el proceso de formación de la opinión pública.

Por último, para la contrastación de la hipótesis específica 3, tabla 17, el coeficiente de correlación fue 0,617, lo que indicó que existe una correlación positiva considerable. Respecto al valor de significancia, este fue 0,000. La

hipótesis nula fue rechazada y la hipótesis alterna fue aceptada. Entonces se dice que, sí existe relación significativa entre las imágenes utilizadas por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.

El resultado encuentra respaldo en lo manifestado por Kedra (2018), quien manifestó que las fotografías periodísticas tienen la capacidad de revivir experiencias del lector, traer recuerdos al presente, haciendo que este establezca una conexión del texto actual con otros. A partir de lo señalado por el autor, cabe resaltar que, las experiencias personales es uno de los factores que Spratt (como se citó en Marqués, 2016) considera como determinantes en los cambios de opinión de los individuos.

En el estudio hecho por Arboleda (2019), el 40% de la población encuestada consideró que el diario sensacionalista Extra busca captar la atención de los lectores a través de imágenes sin censura que incentivan el morbo en los ciudadanos. El resultado de la investigación de Arboleda refleja una de las características del sensacionalismo, que es el uso de imágenes llamativas, las cuáles, en ocasiones, se centran en representar episodios terribles en la sociedad. La probabilidad de que la imagen traiga a la mente de las personas recuerdos de experiencias pasadas es alta, por lo tanto, será pieza clave en la formación de la opinión pública.

VI. CONCLUSIONES

1. En base al objetivo general, se concluyó que sí existe relación significativa entre la prensa sensacionalista y opinión pública. El coeficiente de correlación fue 0,621, por lo tanto, existe una correlación positiva considerable. Esto quiere decir que, para los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras la prensa sensacionalista afecta a la opinión pública que existe en la sociedad sobre ellos.
2. En base al primer objetivo específico, se concluyó que no existe relación significativa entre los titulares utilizados por la prensa sensacionalista y la opinión pública. El coeficiente de correlación fue 0,443, lo que señaló que existe una correlación positiva media. Esto quiere decir que, para los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras los titulares de la prensa sensacionalista no tienen relación con la opinión pública que existe en la sociedad sobre ellos.
3. De acuerdo al segundo objetivo específico, se concluyó que sí existe relación significativa entre el contenido periodístico de la prensa sensacionalista y la opinión pública. El coeficiente de correlación fue 0,530, lo que indicó que existe una correlación positiva considerable. En otras palabras, para los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras el contenido periodístico de la prensa sensacionalista guarda relación con la opinión pública que existe en la sociedad sobre ellos.
4. Según el tercer objetivo específico, se llegó a la conclusión de que sí existe relación significativa entre las imágenes utilizadas por la prensa sensacionalista y la opinión pública. El coeficiente de correlación fue 0,617, lo que señaló que existe una correlación positiva considerable. Es decir que, para los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras las imágenes de la prensa sensacionalista tienen que ver con la opinión pública que existe en la sociedad sobre ellos.

VII. RECOMENDACIONES

1. En base a la relación significativa hallada entre prensa sensacionalista y opinión pública, se recomienda para futuros estudios utilizar un ámbito geográfico mayor al utilizado en la presente investigación. Es decir, tomar como población ya no solo una entidad privada, en este caso el albergue situado en San Juan de Lurigancho, sino organizaciones conformadas por inmigrantes venezolanos que se ubiquen en otras regiones del país, ya que las situaciones cambian en cada región.
2. Al haberse hallado que no existe relación significativa entre los titulares utilizados por la prensa sensacionalista y la opinión pública, se recomienda seleccionar una muestra más grande para futuros estudios que aborden el presente tema de investigación, de manera que se pueda recolectar información más amplia de los diferentes puntos de vista que tienen los inmigrantes venezolanos sobre la relación que puedan tener los titulares sensacionalistas en la opinión pública.
3. Respecto a la relación significativa entre el contenido periodístico y la opinión pública, se recomienda ampliar la cantidad de indicadores para la dimensión contenido periodístico con el fin de obtener información más precisa de cómo influye la prensa sensacionalista en la opinión pública de los inmigrantes venezolanos.
4. Finalmente, tomando en cuenta la relación significativa encontrada entre las imágenes utilizadas por la prensa sensacionalista y la opinión pública, se recomienda realizar mejoras en el proceso de recolección de datos de la dimensión imágenes al utilizar otras técnicas a parte de la encuesta, podrían ser guías de observación. De modo que, la información se enriquezca y se pueda profundizar el estudio.

REFERENCIAS

- Arboleda, K. (2019). Análisis del impacto de las portadas de Diario Extra en la opinión pública de los estudiantes de primer semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad de Guayaquil (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/42802/1/An%c3%a1lisis%20del%20impacto%20de%20las%20portadas%20de%20Diario%20Extra%20.pdf>
- Baldeón, O. (2016). La información periodística limeña y su relación con la opinión pública de Lima en la Guerra del Pacífico (1879 - 1884) (Tesis de maestría). Recuperada de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/2726>
- Bleich, E., Bloemraad, I. y de Graauw , E. (febrero, 2015). Migrants, Minorities and the Media: Information, Representations and Participation in the Public Sphere. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 6(41), 857-873. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369183X.2014.1002197>
- Bohórquez, V. (mayo, 2018). El efecto mariposa de los medios de comunicación sociales en la opinión pública. La revocatoria de la alcaldesa de Lima, Perú. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 25(1), 69-80. Recuperado de <http://repositorio.ulima.edu.pe/handle/ulima/8622>
- Cabezas, E., Andrade, D. y Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Recuperado de <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/handle/21000/15424>
- Carmichael, J. y Brulle, R. (2016). Elite cues, media coverage, and public concern: an integrated path analysis of public opinion on climate change, 2001–2013. *Environmental Politics*, 26, 232-252. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/311446538_Elite_cues_media_coverage_and_public_concern_an_integrated_path_analysis_of_public_opinion_on_climate_change_2001-2013/link/5a4d0d81458515a6bc6dc678/download
- Chunga, R. (2018). Relación de la comunicación y capacitación en el área de control y sanciones en la municipalidad del Rímac, 2018.(Tesis de licenciatura). Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/225597196.pdf>

- Clemente, M. y Roulet, T. (2015). Public Opinion As a Source of Deinstitutionalization: A “Spiral of Silence” Approach. *Academy of Management*(60130). Recuperado de <https://journals.aom.org/doi/10.5465/amr.2013.0279>
- Domínguez, H. (Enero/mayo, 2019). Autopercepción de las mariscadoras sobre su representación mediática. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 97-118. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/63718>
- Dür, A. (2019). How interest groups influence public opinion: Arguments matter more than the sources. *European Journal of Political Research*, 58, 514–535. Recuperado de <https://ejpr.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1475-6765.12298>
- Esteban, N. (2018). Tipos de Investigación. Universidad Santo Domingo de Guzmán, Lima. Recuperado de <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>
- Fajardo, R. y Soriano, R. (2016). La construcción mediática de la migración en el Mediterráneo: ¿no-ciudadanía en la prensa española? *Revista Internacional de Estudios Migratorios*, 6(1), 141-169. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6564388>
- Florez, P. (2018). Influencia de las características del periodismo transmedia en la opinión pública de los estudiantes del 6to. y 7mo. ciclo de la universidad Jaime Bausate y Meza a través del programa Magazine sin vueltas de RPP. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/13922>
- Focás, B. y Kessler, G. (Julio/ diciembre, 2015). Inseguridad y opinión pública: debates y líneas de investigación sobre el impacto de los medios. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 19, 41-58. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/50200>
- Galikhuzina, R., Penkovtsev, R. y Shibanova, N. (2016). The image of refugees in the communication mass media: a source of conflict or cooperation? *Academy of Marketing Studies Journal*, 20(1), 27-32. Recuperado de https://www.abacademies.org/articles/volume-20-Special%20Issue-1.pdf?fbclid=IwAR0ZJ2J065FrN_-Ezlvxj15o4WmHkxSwu7nWlqn2pdSho24k5VFcwYrZL0#page=32

- Garcés, V. (Julio/diciembre, 2015). ¿La opinión pública hace a la prensa o la prensa hace a la opinión pública? *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 19, 169-179. Recuperado de <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-mexicana-opinion-publica-109-articulo-memoria-opinion-publica-S1870730015000101>
- García, A. (2017). Influencia de los medios de comunicación en la sobrerrepresentación de los flujos migratorios en España. *Revista Latina*(2), 723-742. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6064225>
- Gómez, R. (Enero/junio, 2018). Medios de comunicación, conocimiento y entendimiento de la opinión pública sobre los sucesos políticos. El caso de México. *Revista mexicana de opinión pública*(24), 53-69. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112018000100053
- González, V. (2018). La prensa escrita como medio de influencia en la formación de opinión pública en el proceso de elecciones presidenciales. Caso Alfredo Barnechea. Año 2016. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/625058>
- Guzmán, J. (2017). Influencia de los contenidos de los noticieros sensacionalistas 90 segundos y América Noticias en la percepción de los estudiantes de 16 años de la institución Corazón de Jesús. (Tesis de licenciatura). Recuperado el 07 de setiembre de 2019, de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/3169>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill Education. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- International Organization for Migration. (2018). *World Migration Report 2018*. Recuperado de https://www.iom.int/sites/default/files/country/docs/china/r5_world_migration_report_2018_en.pdf

- Iranzo, A. y Latorre, T. (2019). *La noticia: manual práctico de redacción* (149). Castellón, España: Publicacions de la Universitat Jaume I. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/181827/s149.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Kędra, J. (2018). Acquiring visual literacy skills: Interpretation of journalistic photographs as a tool for contemporary education. *Media Education Research Journal*, 49-71. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Joanna_Kedra/publication/322977637_Acquiring_visual_literacy_skills_Interpretation_of_journalistic_photographs_as_a_tool_for_contemporary_education/links/5b4f1d73a6fdcc8dae282024/Acquiring-visual-literacy-skills-Interp
- López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona, España: Editorial Creative Commons. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsocua_a2016_cap1-2.pdf
- Marqués, J. (2016). *Política y propaganda: Medios de comunicación y opinión pública*. Barcelona, España: Editorial UOC. Recuperado de https://books.google.es/books?id=xXjqDQAAQBAJ&pg=PT29&lpg=PT6&ots=HAj1FRfltb&focus=viewport&dq=formaci%C3%B3n+de+la+opini%C3%B3n+p%C3%BAblica&lr=&hl=es&output=html_text
- Martillo, E. (2018). Medios de comunicación y su relación con la opinión pública de la parroquia Siete de Octubre. (Tesis de licenciatura) Recuperado de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/5531>
- Maruri, K. (2018). Influencia de programas televisivos de periodismo investigativo, caso: visión 360 en la construcción de opinión pública en jóvenes de la facultad de comunicación social de la Universidad de Guayaquil en el año 2016. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27317>
- Mayoral, J. (2013). *Redacción periodística. Medios, géneros y formatos*. Madrid, España.
- Mohyidin, R. (2018). *Media Coverage, Perception and Evidence: The Economic Impact of Syrian Refugees in Turkey*. Washington DC. Recuperado de

<https://researchcentre.trtworld.com/images/files/reports/EconomicImpactSyrianRefugees.pdf>

- Piquer, S. (2015). La islamofobia en la prensa escrita española aproximación al discurso periodístico de El País y La Razón. *Dirāsāt Hispānicas: Revista Tunecina de Estudios Hispánicos*(2), 137-156. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5601596>
- Reeves, A. y de Vries, R. (mayo, 2016). Does media coverage influence public attitudes towards welfare recipients? The impact of the 2011 English riots. *British Journal of Sociology* , 67(2), 281-306. Recuperado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-4446.12191>
- Rivadeneira Prada, R. (2013). *La opinión pública: Análisis, estructura y métodos para su estudio*. España: Editorial Trillas.
- Roucek, J. (Julio/diciembre, 2016). La sociología de la opinión pública. *Revista mexicana de opinión pública*(21), 151-163. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4874/487457353009/index.html>
- Ruiz, C. y Vallejo, R. (2019). Análisis de contenido sobre los migrantes venezolanos en la prensa escrita "El Extra". (Tesis de licenciatura). Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/17743>
- Salazar, C. y Del Castillo, S. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*. Recuperado de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60874305/Fundamentos_Basicos_de_Estadistica-Libro20191011-34212-u019fe.pdf?1570836630=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DFundamentos_Basicos_de_Estadistica-Libro.pdf&Expires=1592198632&Signature=hNQpzw
- San Felipe, L. (2017). La cobertura televisiva de la crisis de los refugiados encuadres y prácticas periodísticas en los informativos españoles.(Tesis de doctorado)Recuperado el 15 de setiembre de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=152213>
- Sanz, N. y Valenzuela, J. (2016). *Migración y cultura*. Tijuana, México. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247760>

- Sunata, U. y Yıldız, E. (marzo, 2018). Representation of Syrian refugees in the Turkish media. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 7(1), 129-151. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/323661027_Representation_of_Syrian_refugees_in_the_Turkish_media
- Sarabia, M. (2018). *Análisis de la mediación estructural, amarillismo y sensacionalismo en el programa de farándula de Boca en Boca. caso Toño Abril 2016-2017*. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/15048>
- Silva, M. (marzo, 2019). Mi país: percepción de una muestra de migrantes. *Revista Trabajo Social unam*(17), 21-35. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/ents/article/view/69607>
- Soriano Rodríguez, A. (Julio/diciembre de 2014). Diseño y validación de instrumentos de medición. *Diálogos*, 8(13), 19-40. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/47265078.pdf>
- Terán, O. y Aguilar, J. (Enero/abril, 2018). Modelo del proceso de influencia de los medios de comunicación social en la opinión pública. *Revista Venezolana de Educación*(71), 179-191. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6607517>
- Toapanta, S. (2018). Estudio de aplicación comunicacional del contenido de la página de Facebook de Diario “el Universo” y su influencia en el desarrollo de la opinión pública de los jóvenes del cuarto semestre de la Carrera Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/32581>
- Tusa, F., Briceño, X. y Tusa, E. (2016). Transmisión histórica de estereotipos en el sensacionalismo de élite. Estudio de caso: ‘Las Mujeres más poderosas del Valle del Cauca, Colombia. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 1(23), 675-687. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6059186>
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2017). *International Migration Report 2017*. United Nations. New York: Highlights. Recuperado de

https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf

Vigo, D. (2017). La información periodística de la Fanpage de Radio Exitosa y su influencia en la opinión pública de los moradores de Alto Mochica respecto a la gestión de la municipalidad provincial de Trujillo 2017. (Tesis de licenciatura).

Recuperado de

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11146/vigo_bd.pdf?sequence=](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11146/vigo_bd.pdf?sequence=1)

1

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Variable de estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Prensa sensacionalista	Un diario de este tipo se caracteriza por exagerar la noticia con titulares pintorescos, párrafos cortos, lenguaje coloquial, imágenes llamativas, utilizar el humor negro y adjetivos prejuiciosos. (Gargurevich, como se citó en Sarabia, 2018).	La prensa sensacionalista es la modalidad periodística que busca llamar la atención del público mediante sus titulares extravagantes, contenido periodístico e imágenes llamativas.	Titulares	Expresivos	Likert: 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo. 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo. 4. De acuerdo. 5. Totalmente de acuerdo.
				Apelativos	
			Contenido periodístico	Curiosidad	
				Conflicto	
				Emoción	
				Consecuencias	
			Imágenes	Sugerir	
				Enjuiciar	

				Expresar	
Opinión pública	Es el acto comunicativo que se da en la esfera pública, donde se discuten diferentes temas como religión, ciencia, literatura o arte (Habermas, como se citó en Gonzáles, 2018).	Conjunto de opiniones expresadas en un espacio público, donde se discuten temas de interés común a partir de las noticias, experiencias personales, actitudes, estereotipos y prejuicios de las personas.	Factores determinantes	Noticias	
				Experiencias personales	
				Actitudes	
			Formas de opinión	Estereotipos	
				Prejuicios	

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito alumno **Joyo Morales, Luz Maricielo** con código de matrícula 6500068408, de la Universidad César Vallejo campus Ate con mención en Ciencias de la Comunicación. La presente encuesta forma parte de la tesis titulada **Prensa sensacionalista y opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019**, el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

INSTRUCCIONES:

Para el desarrollo de la encuesta se pide tomar como referencia el diario “**Trome**” por ser el diario más vendido y mayor representante de la prensa sensacionalista en el Perú.

Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente

ESCALA AUTOVALORATIVA

Totalmente de acuerdo	=(TDA)
De acuerdo	=(DA)
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	=(N)
En desacuerdo	=(ED)
Totalmente en desacuerdo	=(TED)

Variable Independiente: Prensa sensacionalista

Ítems / preguntas						
Variable 1: Prensa sensacionalista						
I	D1: Titulares	Escala de Valoración				
		5	4	3	2	1
		TDA	DA	N	ED	TED
1	¿Considera que los titulares del Trome motivan al lector a relacionar a los inmigrantes venezolanos con actos violentos y/o delictivos?					
2	¿Considera que los titulares del Trome utilizan palabras que señalan a los inmigrantes venezolanos como seres conflictivos?					
II	D2: Contenido periodístico					
3	¿Considera que el diario Trome da mayor cobertura a las noticias donde están involucrados inmigrantes venezolanos?					
4	¿Cree que el periódico Trome narra las noticias de manera objetiva?					
5	¿Considera que las noticias del diario Trome generan en el lector emociones de miedo y/o ira hacia los inmigrantes venezolanos?					
6	¿Cree que las noticias del periódico Trome presentan a la inmigración venezolana como la causante de algunos problemas en el Perú?					
III	D3: Imágenes					
7	¿Las imágenes en el diario Trome incitan al lector a relacionar a los inmigrantes venezolanos con actos violentos y/o delictivos?					
8	¿Considera que las imágenes sobre inmigrantes venezolanos en el periódico Trome crean prejuicios en los lectores?					
9	¿Cree que las imágenes sobre inmigrantes venezolanos en el diario el Trome reflejan actos violentos y/o delictivos?					

Variable Dependiente: Opinión pública

Ítems / preguntas						
Variable 2: Opinión pública						
I	D1: Factores determinantes	Escala de Valoración				
		5	4	3	2	1
		TDA	DA	N	ED	TED
1	¿Considera que las noticias del diario Trome influyen en la imagen que tienen las personas de los inmigrantes venezolanos?					
2	¿Cree que es cierta toda la información que difunde el periódico Trome sobre los venezolanos?					
3	¿Cree que el contenido que presenta el diario Trome es el causante del cambio en la actitud en las personas con los inmigrantes venezolanos?					
II	D2: Formas de opinión					
4	¿Considera que las noticias que presenta el periódico Trome han creado estereotipos en las personas sobre los inmigrantes venezolanos?					
5	¿Cree que el contenido que presenta el diario Trome ha generado prejuicios en las personas sobre los inmigrantes venezolanos?					

Anexo 3: Validez del instrumento

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE PRENSA SENSACIONALISTA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Titulares							
1	¿Considera que los titulares del Trome motivan al lector a relacionar a los inmigrantes venezolanos con actos violentos y/o delictivos?	X		X		X		
2	¿Considera que los titulares del Trome utilizan palabras que señalan a los inmigrantes venezolanos como seres conflictivos?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Contenido periodístico							
3	¿Considera que el diario Trome da mayor cobertura a las noticias donde están involucrados inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
4	¿Cree que el periódico Trome narra las noticias de manera objetiva?	X		X		X		
5	¿Considera que las noticias del diario Trome generan en el lector emociones de miedo y/o ira hacia los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
6	¿Cree que las noticias del periódico Trome presentan a la inmigración venezolana como la causante de algunos problemas en el Perú?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Imágenes							
7	¿Las imágenes en el diario Trome incitan al lector a relacionar a los inmigrantes venezolanos con actos violentos y/o delictivos?	X		X		X		
8	¿Considera que las imágenes sobre inmigrantes venezolanos en el periódico Trome crean prejuicios en los lectores?	X		X		X		
9	¿Cree que las imágenes sobre inmigrantes venezolanos en el diario el Trome reflejan actos violentos y/o delictivos?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Luis Chávez Ramos **DNI: 10644237**.....

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

13 de abril del 2020



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE OPINIÓN PÚBLICA

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Factores determinantes							
10	¿Considera que las noticias del diario Trome influyen en la imagen que tienen las personas de los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
11	En base a la experiencia personal con tus compatriotas, ¿cree que es cierta toda la información que difunde el periódico Trome sobre los venezolanos?	X		X		X		
12	¿Cree que el contenido que presenta el diario Trome ha provocado un cambio en la actitud de las personas con los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Formas de opinión							
13	¿Considera que las noticias que presenta el periódico Trome han creado estereotipos en las personas sobre los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
14	¿Cree que el contenido que presenta el diario Trome ha generado prejuicios en las personas sobre los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Luis Chávez Ramos **DNI: 10644237**.....

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

13 de abril del 2020



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE PRENSA SENSACIONALISTA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Titulares							
1	¿Considera que los titulares del Trome motivan al lector a relacionar a los inmigrantes venezolanos con actos violentos y/o delictivos?	X		X		X		
2	¿Considera que los titulares del Trome utilizan palabras que señalan a los inmigrantes venezolanos como seres conflictivos?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Contenido periodístico							
3	¿Considera que el diario Trome da mayor cobertura a las noticias donde están involucrados inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
4	¿Cree que el periódico Trome narra las noticias de manera objetiva?	X		X		X		
5	¿Considera que las noticias del diario Trome generan en el lector emociones de miedo y/o ira hacia los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
6	¿Cree que las noticias del periódico Trome presentan a la inmigración venezolana como la causante de algunos problemas en el Perú?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Imágenes							
7	¿Las imágenes en el diario Trome incitan al lector a relacionar a los inmigrantes venezolanos con actos violentos y/o delictivos?	X		X		X		
8	¿Considera que las imágenes sobre inmigrantes venezolanos en el periódico Trome crean prejuicios en los lectores?	X		X		X		
9	¿Cree que las imágenes sobre inmigrantes venezolanos en el diario el Trome reflejan actos violentos y/o delictivos?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Jack Navarro Chang **DNI: 42389255.....**

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

13 de abril del 2020



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE OPINIÓN PÚBLICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Factores determinantes							
10	¿Considera que las noticias del diario Trome influyen en la imagen que tienen las personas de los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
11	En base a la experiencia personal con tus compatriotas, ¿cree que es cierta toda la información que difunde el periódico Trome sobre los venezolanos?	X		X		X		
12	¿Cree que el contenido que presenta el diario Trome ha provocado un cambio en la actitud de las personas con los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Formas de opinión							
13	¿Considera que las noticias que presenta el periódico Trome han creado estereotipos en las personas sobre los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
14	¿Cree que el contenido que presenta el diario Trome ha generado prejuicios en las personas sobre los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Jack Navarro Chang **DNI: 42389255.....**

Especialidad del validador:

13 de abril del 2020



¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE PRENSA SENSACIONALISTA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Titulares							
1	¿Considera que los titulares del Trome motivan al lector a relacionar a los inmigrantes venezolanos con actos violentos y/o delictivos?	X		X		X		
2	¿Considera que los titulares del Trome utilizan palabras que señalan a los inmigrantes venezolanos como seres conflictivos?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Contenido periodístico	Si	No	Si	No	Si	No	
3	¿Considera que el diario Trome da mayor cobertura a las noticias donde están involucrados inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
4	¿Cree que el periódico Trome narra las noticias de manera objetiva?	X		X		X		
5	¿Considera que las noticias del diario Trome generan en el lector emociones de miedo y/o ira hacia los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
6	¿Cree que las noticias del periódico Trome presentan a la inmigración venezolana como la causante de algunos problemas en el Perú?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Imágenes	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Las imágenes en el diario Trome incitan al lector a relacionar a los inmigrantes venezolanos con actos violentos y/o delictivos?	X		X		X		
8	¿Considera que las imágenes sobre inmigrantes venezolanos en el periódico Trome crean prejuicios en los lectores?	X		X		X		
9	¿Cree que las imágenes sobre inmigrantes venezolanos en el diario el Trome reflejan actos violentos y/o delictivos?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

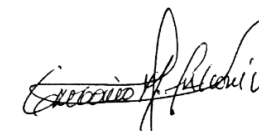
Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Gregorio Martín Falconi Vallejos **DNI: 06766207**.....

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

13 de abril del 2020



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE OPINIÓN PÚBLICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Factores determinantes							
10	¿Considera que las noticias del diario Trome influyen en la imagen que tienen las personas de los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
11	En base a la experiencia personal con tus compatriotas, ¿cree que es cierta toda la información que difunde el periódico Trome sobre los venezolanos?	X		X		X		
12	¿Cree que el contenido que presenta el diario Trome ha provocado un cambio en la actitud de las personas con los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Formas de opinión							
13	¿Considera que las noticias que presenta el periódico Trome han creado estereotipos en las personas sobre los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		
14	¿Cree que el contenido que presenta el diario Trome ha generado prejuicios en las personas sobre los inmigrantes venezolanos?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Gregorio Martín Falconi Vallejos **DNI: 06766207**.....

Especialidad del validador:
.....

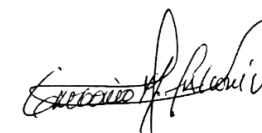
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

13 de abril del 2020



Firma del Experto Informante.

Anexo 4: Confiabilidad del instrumento

Variable: Prensa sensacionalista

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
¿Considera que los titulares del Trome motivan al lector a relacionar a los inmigrantes venezolanos con actos violentos y/o delictivos?	35,37	32,033	,725	,867
¿Considera que los titulares del Trome utilizan palabras que señalan a los inmigrantes venezolanos como seres conflictivos?	35,37	31,068	,833	,859
¿Considera que el diario Trome da mayor cobertura a las noticias donde están involucrados inmigrantes venezolanos?	35,67	31,816	,524	,887
¿Considera que las noticias del diario Trome generan en el lector emociones de miedo y/o ira hacia los inmigrantes venezolanos?	35,23	33,702	,816	,868
¿Cree que las noticias del periódico Trome presentan a la inmigración venezolana como la causante de algunos problemas en el Perú?	35,30	32,907	,719	,869
¿Las imágenes en el diario Trome incitan al lector a relacionar a los inmigrantes venezolanos con actos violentos y/o delictivos?	35,43	30,944	,765	,863
¿Considera que las imágenes sobre inmigrantes venezolanos en el periódico Trome crean prejuicios en los lectores?	35,43	30,944	,765	,863
¿Cree que las imágenes sobre inmigrantes venezolanos en el diario el Trome reflejan actos violentos y/o delictivos?	35,47	32,051	,717	,868
¿Cree que el periódico Trome narra las noticias de manera objetiva?	36,47	34,257	,265	,918

Variable: Opinión pública
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
¿Considera que las noticias del diario Trome influyen en la imagen que tienen las personas de los inmigrantes venezolanos?	16,23	13,082	,589	,796
¿Cree que el contenido que presenta el diario Trome es el causante del cambio en la actitud en las personas con los inmigrantes venezolanos?	16,40	13,490	,631	,784
¿Considera que las noticias que presenta el periódico Trome han creado estereotipos en las personas sobre los inmigrantes venezolanos?	16,20	13,683	,742	,761
¿Cree que el contenido que presenta el diario Trome ha generado prejuicios en las personas sobre los inmigrantes venezolanos?	16,20	13,062	,810	,740
En base a la experiencia con sus compatriotas, ¿cree que es cierta toda la información que difunde el periódico Trome sobre los venezolanos?	17,23	13,220	,437	,858

Anexo 5: Formulario virtual

Prensa sensacionalista y opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2020

Es muy grato presentarme ante usted, soy Luz Maricielo Joyo Morales estudiante de la Universidad César Vallejo campus Ate de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación.

*Obligatorio

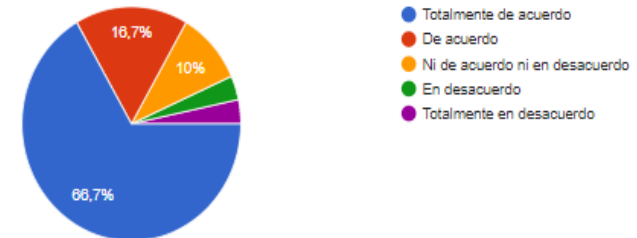
La presente ENCUESTA tiene fines exclusivamente académicos. es anónima. por ende. la información obtenida se mantendrá en absoluta reserva. Agradezco de antemano su colaboración 😊

¿Considera que los titulares del Trome motivan al lector a relacionar a los inmigrantes venezolanos con actos violentos y/o delictivos? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

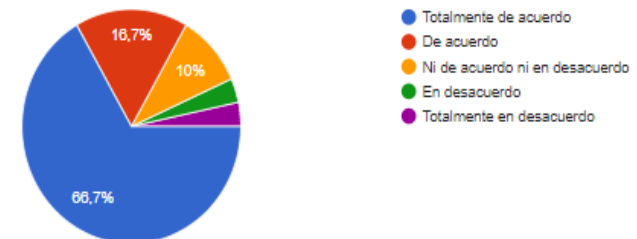
¿Considera que los titulares del Trome motivan al lector a relacionar a los inmigrantes venezolanos con actos violentos y/o delictivos?

30 respuestas



¿Considera que los titulares del Trome utilizan palabras que señalan a los inmigrantes venezolanos como seres conflictivos?

30 respuestas



Anexo 6: Tabulación en SPSS25

Aplicación de la encuesta.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 21 de 21 variables

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item11i	
8	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	
9	5	5	5	1	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	1	
10	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	
11	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	
12	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	
13	4	5	5	2	5	5	5	5	4	5	1	4	4	4	5	
14	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	
15	3	4	4	2	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	
16	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	
18	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	
19	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	
20	4	3	2	3	5	5	4	4	3	2	3	2	4	3	3	
21	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	
22	5	5	5	3	5	2	1	1	5	4	4	3	3	2	2	
23	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	1	
24	5	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	5	3	4	3	
25	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	2	
26	1	1	1	4	2	2	2	2	2	1	4	1	1	1	2	
27	3	5	5	4	5	5	5	5	2	4	5	4	5	5	1	
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	
29	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	1	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Anexo 7: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
<u>General</u> ¿Cuál es la relación entre la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019? <u>Específico 1</u> ¿Cuál es la relación entre los titulares utilizados por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019?	<u>General</u> Determinar la relación que existe entre la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019. <u>Específico 1</u> Determinar la relación que existe entre los titulares utilizados por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.	<u>General</u> Existe relación significativa entre la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019. <u>Específico 1</u> Existe relación significativa entre los titulares utilizados por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.	Variable 1: Prensa sensacionalista				
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES O RANGOS
			Titulares	Expresivos Apelativos	1-2	Likert: 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo. 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo. 4. De acuerdo. 5. Totalmente de acuerdo.	Bajo Intermedio Alto
			Contenido periodístico	Curiosidad	3-6		
				Conflicto			
				Emoción			
			Imágenes	Consecuencias	7-9		
				Sugerir			
				Enjuiciar			
				Expresar			
Variable 2: Opinión pública							
DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES O RANGOS			
Factores determinantes	Noticias	10-12	Likert: 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo.	Bajo Intermedio Alto			
	Experiencias personales						
	Actitudes						
Formas de opinión	Estereotipos	13-14					



<p><u>Específico 2</u> ¿Cuál es la relación entre el contenido periodístico de la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019?</p> <p><u>Específico 3</u> ¿Cuál es la relación entre las imágenes utilizadas por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019?</p>	<p><u>Específico 2</u> Determinar la relación que existe entre el contenido periodístico de la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.</p> <p><u>Específico 3</u> Determinar la relación que existe entre las imágenes utilizadas por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.</p>	<p><u>Específico 2</u> Existe relación significativa entre el contenido periodístico de la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.</p> <p><u>Específico 3</u> Existe relación significativa entre las imágenes utilizadas por la prensa sensacionalista y la opinión pública de los inmigrantes venezolanos del albergue Sin Fronteras, San Juan de Lurigancho, 2019.</p>		Prejuicios		<p>3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo. 4. De acuerdo. 5. Totalmente de acuerdo.</p>	
--	--	--	--	------------	--	--	--