



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en
los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima,
2019

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

AUTORA:

Valerio Torres, Mavel Mireya (ORCID: 0000-0002-4929-6960)

ASESORA:

Mgr. Pariona Benavides, Mariela Teresa (ORCID: 0000-0003-4279-0154)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional, motivándome en cada momento de mi vida y sumando a mi crecimiento personal y profesional.

Agradecimiento

A mi asesora, por guiarme en el proceso de mi investigación, por animarme y exigir para realizar un trabajo respaldado con buena información.

A mis profesores, quienes me apoyaron y aclararon mis dudas para continuar mi formación profesional.

A mis amigos, quienes me motivaron y compartieron gratos momentos conmigo.

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	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización	14
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.5. Procedimientos	16
3.6. Método de análisis de datos	18
3.7. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADO	20
V. DISCUSIÓN	32
VI. CONCLUSIONES	37
VII. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	39
ANEXOS	43

Índice de tablas

Tabla 1 Cuadro de valores para el cuestionario	16
Tabla 2 Tabla de validación de juicio de expertos	17
Tabla 3 Nivel de confiabilidad	17
Tabla 4 Confiabilidad de la variable 01: Opinión pública	18
Tabla 5 Confiabilidad de la variable 02: Información periodística	18
Tabla 6 Tabla de frecuencias de opinión pública	20
Tabla 7 Tabla de frecuencias de información periodística	20
Tabla 8 Tabla de frecuencias de los principales géneros periodísticos	21
Tabla 9 Tabla de frecuencias de contenido	22
Tabla 10 Tabla de frecuencias de fuentes	22
Tabla 11 Tabla cruzada de opinión pública e información periodística	23
Tabla 12 Tabla cruzada de opinión pública y los principales géneros periodísticos	24
Tabla 13 Tabla cruzada de opinión pública y contenido	25
Tabla 14 Tabla cruzada de opinión pública y fuentes	26
Tabla 15 Tabla de contrastación de hipótesis general	27
Tabla 16 Tabla de contrastación de hipótesis específica 1	28
Tabla 17 Tabla de contrastación de hipótesis específica 2	29
Tabla 18 Tabla de contrastación de hipótesis específica 3	30

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 <i>Gráfico de barras de opinión pública</i>	21
Figura 2 <i>Gráfico de barras de información periodística</i>	22
Figura 3 <i>Gráfico de barras de los principales géneros periodísticos</i>	23
Figura 4 <i>Gráfico de barras de contenido</i>	24
Figura 5 <i>Gráfico de barras de fuentes</i>	25
Figura 6 <i>Gráfico de la tabla cruzada de opinión pública e información periodística</i>	26
Figura 7 <i>Gráfico de la tabla cruzada de opinión pública y los principales géneros periodísticos</i>	27
Figura 8 <i>Gráfico de la tabla cruzada de opinión pública y contenido</i>	28
Figura 9 <i>Gráfico de la tabla cruzada de opinión pública y fuentes</i>	29

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la opinión pública e información periodística en el caso de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

El diseño metodológico que se utilizó fue correlacional, con un enfoque cuantitativo, y el tipo de investigación es básica (no experimental). Asimismo, la investigación tiene como población a los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, a quienes se les aplicó el instrumento del cuestionario; en ese sentido, la validación del instrumento se obtuvo mediante el juicio de experto, corroborando que la encuesta se haya realizado de acuerdo a las preguntas establecidas. Además, el análisis de los datos se realizó utilizando el programa estadístico SPSS, llegando a evidenciar la relación directa y significativa entre la opinión pública e información periodística en el caso de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Palabras clave: opinión pública, información, barristas, Club Alianza Lima.

Abstract

This research aims to determine the relationship between public opinion and journalistic information in the case of Walter Oyarce in the barristas of San Juan de Lurigancho of the Club Alianza Lima, 2019.

The methodological design that was used was correlational, with a quantitative approach, and the type of research is basic (not experimental). Likewise, the investigation has as a population the barristas of San Juan de Lurigancho of the Alianza Lima Club, to whom the questionnaire instrument was applied; In that sense, the validation of the instrument was obtained through expert judgment, confirming that the survey was carried out according to the established questions. In addition, the data analysis was carried out using the SPSS statistical program, showing the direct and significant relationship between public opinion and journalistic information in the case of Walter Oyarce in the barristas of San Juan de Lurigancho of the Club Alianza Lima, 2019

Keywords: public opinion, information, barristas, Club Alianza Lima.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad un gran número de jóvenes albergan masas influyentes en la sociedad, una de ellas son las que se mueven por la preferencia deportiva que adquieren por un determinado equipo de fútbol, es así como los barristas se van formando y movilizándose en diferentes encuentros deportivos. Asimismo, es necesario conocer las denominaciones que existe en este ámbito, como se catalogan, existen tres tipos: los simpatizantes, hinchas y barristas. Los simpatizantes son un grupo que sienten afinidad por un equipo, ven los partidos de casa o cuando se genere un tiempo, los hinchas, son personas que asisten a los encuentros deportivos, alientan a su equipo y celebran los triunfos, pero por el contrario los barristas son personas fieles que se organizan con arengas, implementos deportivos como las camisetas y salen alentar.

Los barristas prevalecen y están constante en este tipo de eventos, conformando con el tiempo una familia con todos sus integrantes, adquiriendo una subcultura en base a las actitudes y pensamientos adoptados en el grupo. Por otro lado, es muy común ver diversas noticias en los que este estos jóvenes integrantes de las barras están involucrando, con actos violentos y muchas veces estos sucesos llevan a la muerte. Los medios son los responsables de difundir y brindar la información a la población, noticias que ha generado una visión negativa de los barristas en la población.

Los medios de comunicación a su vez son creadores de opinión pública, los cuales muestran la información y la audiencia en base a ella debate y adopta un pensamiento, en el ámbito deportivo, son temas muy controversiales por los sucesos que acontece y la imagen impregnada que ya se tiene de los barristas.

La investigación, ha sido realizado con responsabilidad y detalle a lo largo de todo el proceso del ciclo, para transmitir a otro lector sobre un tema fundamental. Asimismo, se tuvo en cuenta que, en la actualidad la opinión pública e información periodística son claves para generar controversia a través de lo que se difunda por los medios de comunicación y especialmente lo que generó con el caso de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, razón por la cual se hace

este trabajo de investigación para dar a conocer cuanta relación existe entre la opinión pública e información periodística de dicho caso.

El presente proyecto de investigación titulado Opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima 2019, responde a una problemática identificada en dicho caso. A lo largo de la historia, la opinión de amplias masas sociales, ha sido construido y alimentado por las diversas plataformas, no solo limitándose en el aspecto gubernativo, sino que, también expandiéndose a espacios como eventos sociales, culturales, económicos, espectáculos y de farándula, refiriéndose a diversos temas que se suscitan día a día.

Con la globalización y la aceptación que la sociedad ha tenido con la tecnología, esto se ha ido implementando y expandiendo cada vez más, mejorando los niveles comunicacionales. Es por ello que incluso hacer periodismo y difundir noticias no es lo mismo en estos nuevos espacios, porque ya existe una forma distinta de consumir información. Por eso, se ha generado muchas estrategias para hacer frente a esta realidad y seguir educando, entreteniéndolo e informando a toda la sociedad. Sin embargo, esto aumenta cada vez más, y con mayor intensidad cuando los temas difundidos, tocan a masas importantes e influyentes en la sociedad, como es, por ejemplo, el ámbito deportivo, los cuales son establecidos en cuatro grupos específicos, simpatizantes, hinchada, barristas y barras bravas quienes están conformados por integrantes jóvenes en su mayoría.

En el Perú de igual forma se genera todo lo mencionado anteriormente, por el hecho de estar conectados automáticamente con el mundo, el público adquiere diferentes temas de interés, esto varía por el motivo que cada nación tiene una cultura y por lo tanto una sociedad distinta, es por eso, que las reacciones y opiniones varían a raíz de lo que consumen.

Es así, que, si hablamos de opinión pública, es preciso mencionar a esas grandes masas que generan diversos tipos de opiniones, como son actualmente en el espacio deportivos. A todo esto, no es nada lejano lo que se viven en las barras en el Perú, de los clubes como, Universitario de deportes, Alianza Lima,

Sporting Cristal, Melgar, entre otros, grupos en los cuales se desarrollan diversas actitudes, reacciones y han adoptado una mentalidad de como realmente es apoyar a un equipo.

Club Alianza Lima, actualmente llamado, se crea en octubre de 1986 como un grupo radical de muchachos que se encargarían de sacar pecho en diversos acontecimientos, teniendo que encarar a periodistas, dirigentes y mismos jugadores que no dieran pasión y amor por el club. En la mitad de la década de los 80's, una nueva generación se incorpora a las barras, esa generación que vivió los fuegos de la violencia política que pasaba nuestro país, es así como se incrementa las agresiones. Todos estos actos en diversos eventos deportivos en el que, el manejo y control de los barristas se saliera de control, ha sido porque este grupo ya se consolidó como un fenómeno, donde las subculturas han pasado a ser parte de un estilo de vida.

Es así como este episodio marco historia en muchos peruanos y en especial en los barristas del Club Alianza Lima en el 2011, Walter Oyarce Domínguez, hincha aliancista, que perdió la vida tras ser aventado de uno de los palcos del estadio Monumental, por barristas de Universitario de deportes, el rival clásico del Club Alianza Lima, pues tras un desborde de festejos, llegó al límite de cobrar una víctima más. Prevalciendo la locura y pasión del momento por la festividad que se vive en el estadio. Es así que nos enfrentamos y damos cuenta el poder de las plataformas y lo que ello trae consigo, el poder de las masas con tan solo palabras que pueden llegar a mucho más que simplemente respuestas de boca a boca.

II. MARCO TEÓRICO.

Girón (2018), a través del estudio descriptivo – explicativo, de tipo diseño no experimental, mediante el cual tuvo como objetivo indagar el trabajo informativo de Depor.com, medio digital deportivo muy importante del país, sobre la participación del equipo nacional en Rusia 2018, población fue las publicaciones digitales que realiza en portal de noticias deportivas Depo.com y una muestra de las publicaciones realizadas por Depor.com sobre la participación peruana en el Mundial Rusia 2018; concluyeron que, Depor.com busca continuamente en sus publicaciones resaltar la imagen del hincha peruano y posicionarlo como eje clave en los objetivos que podría lograr la agrupación peruana.

Morales (2017) a través del estudio descriptiva/explicativa, mediante el cual tuvo como objetivo saber si existe relación directa con la preparación profesional de los periodistas que laboran en los diarios deportivos (Depor, El Bocón, Líbero y DT El Comercio); población 105 y una muestra de 87 periodistas, se aplicaron dos instrumentos con respuesta en análisis de lenguaje, concluyeron que existe relación entre las horas teóricas que el periodista tuvo a lo largo su preparación profesional.

Vigo (2017), a través del estudio descriptiva, correlacional, tipo de diseño no experimental, mediante el cual tuvo como objetivo fue conocer la influencia que tiene los datos periodísticos de la página de radio Exitosa en la opinión pública de los moradores de Alto, población 1773 y una muestra de 316 pobladores de Alto Mochica, se aplicaron dos instrumentos con respuestas en escala de Likert, determinaron que la parte esencial en la información periodística difundida, es la interacción que los usuarios tienen por parte de los medios.

Pahuacho (2017), a través del estudio descriptiva, tipo de diseño no experimental, el cual tuvo como objetivo analizar los titulares de los principales diarios (El Comercio, La Prensa y La Crónica) utilizando en base a ello estrategias; concluyeron que, en base al estilo de juego, los mitos ya establecidos son los más importante.

Tumbillo (2015), a través del estudio descriptiva, tipo de diseño no experimental, el cual tuvo como objetivo describir el tratamiento de la información deportiva en las portadas de los diarios: Líbero y Depor, y precisar si afecta a los usuarios; población 908 y una muestra de 278 unidades de estudio, se aplicaron dos instrumentos con respuesta en cuadros estadísticos de frecuencia y porcentajes, concluyeron que los contenidos acuciosos publicados en los diarios, influyeron en el comportamiento de los estudiantes lectores.

Ramírez (2018), a través del estudio aplicada, el cual tuvo como objetivo estimular datos, soluciones a las autoridades y directivos de los clubes de fútbol para eliminar la violencia que existe en el fútbol ecuatoriano y brindar el verdadero significado de ser hincha de un equipo de fútbol, población 83 sujetos, se aplicaron dos instrumentos con respuesta estadística; concluyeron que el conocimiento en el fútbol mueve millones de dólares y millones de seguidores que lo ven o lo practican en el territorio ecuatoriano, por ello los jóvenes se sienten incluidos en esta actividad y a partir de ahí se van formando con esa idea de alentar al equipo de su distinción.

Osorio (2017), a través del estudio exploratorio-descriptivo, el cual tuvo como objetivo examinar los encuadres noticiosos preponderantes y la disposición periodística de las publicaciones sobre asesinatos de jefes sociales en tres medios nativos digitales colombianos desde agosto de 2016 hasta agosto de 2017, población medios nativos digitales y una muestra de tres medios de acuerdo a la Encuesta Anual Papel de Opinión realizada por Cifras & Conceptos en 2016, se aplicaron dos instrumentos con respuesta en una ficha de caracterización; concluyeron que el propósito de este trabajo de grado fue examinar los encuadres genéricos de acuerdo al VAP en un grupo de publicaciones periodísticas publicadas en los medios nativos digitales

Herrera (2017), a través del estudio no experimental, el cual tuvo como objetivo hacer sobre , la Barra Futbolera Comandos Azules – Banda Azurra con el fin de identificar la estructura y organización social, población integrantes de la barra la “Banda Azurra” de los Comandos Azules, se aplicó un instrumento con resultados estadísticos; concluyeron que es importante unificar los criterios en las Comisiones Locales de las diferentes ciudades.

Banda (2017), a través del estudio aplicada el cual tuvo como objetivo estudiar el contenido que brinda la página de Facebook Radio Diblu a través de una investigación bibliográfica, exploratoria y explicativa experimental acerca de la conducta de las barras bravas del equipo del Astillero entre jóvenes de 15 a 23 años, población 100 personas, se aplicaron dos instrumentos con respuestas estadísticas; concluyeron que velan por el uso de sus contenidos, alejados de sensacionalismo, con la finalidad de inculcar valores como el fútbol limpio, para de esta manera respetar las reglas básicas y defensa de *la juventud*.

Cardón, Restrepo y Vargas (2015), a través del estudio exploratorio-correlacional, tipo de diseño cuasi experimental, el cual tuvo como objetivo disminuir el problema, para tener un claro ejemplo para el resto de la población; población 20 jóvenes de 17 a 34 años de edad, se aplicaron tres instrumentos con respuestas estadísticas; concluyeron que, los valores que carecen en el grupo Frente Kennedy es el respeto y la tolerancia.

Son las diversas formas de expresión que una persona emite en una sociedad, respecto a temas públicos, comentando ante la comunidad su forma de pensar ante diversos temas que engloban aspectos culturales, políticos, sociales o económicos. Pero sin duda la llegada de la tecnología y estar en un mundo en constante cambio por los avances tecnológicos que día a día se da, ha facilitado y extendido las diversas formas de expresión, sobre diversos tipos de eventos o temas públicos.

Ante diversos temas, pero en especial los políticos y sociales la opinión pública, se genera con mayor frecuencia por la repercusión que todo ello traerá en la comunidad en general, ya sea buena o mala, con el fin de abrir discusiones y habilitar diversas voces y formas de pensar (Adamoli, Farias y Flachslan, 2015, p.11).

Hoy en día la participación de los ciudadanos, ante acontecimientos importantes ha sido muy fundamental, generando diversos puntos de vista y formas de pensar, según sus creencias o ideales respecto a diversos temas.

Es el más básico y consiste en tener presente lo que opina el ciudadano de manera libre y publica en la sociedad; pero, hay la oportunidad que los medios de comunicación por medio de investigaciones y cartas al director muestren estos resultados de manera

digitalizada o impresa para tener en cuenta y saber cómo varia la opinión del público en un tema o problema específico (Vigo, 2017, p.35).

Es un consenso realizado en conjunto, cuando un grupo de personas llegan a un acuerdo ante una situación. Esto se asume explícitamente e implícitamente, el primero por medio de votaciones y el segundo por falta de argumentos basados en el tema a tratar.

Es un entendimiento entre los seres humanos en el cual las diversas opiniones que las personas puedan tener, encuentra un respaldo, porque no tiende a esconderse, puesto que es pública (Vigo, 2017, p.45).

Muchas veces la disparidad en un grupo, puede generar diversos problemas, pues no se llega a complementar una sola idea en el grupo determinado, no hay un consenso ni acuerdo que pueda motivar al grupo a continuar con este tema en discusión o para generar algún tipo de solución finalmente.

La diferencia ocasiona desorden, es frágil y conlleva a la discusión, lección de una propensión y, culmina en rebote a las ideas o forma de pensar en una discusión, generando un mal clima, discrepancias y lentitud al momento de llegar a un acuerdo, para definir el final del problema o situación que se va dando en un sector público (Vigo, 2017, p.46).

Vienen a ser subproceso en la opinión pública, teniendo en cuenta que este es un proceso comunicativo en el que intervienen muchos factores (Marquéz, 2016, p.30).

Estas etapas con las que cuenta el proceso en el que se genera la opinión pública es muy importante tenerlas en cuenta, pues de este modo se generará un ambiente y clima adecuado.

Se conforma un pensamiento general sobre un tema en concreto que se discute en la coyuntura, predominando opiniones individuales respecto al análisis previo que cada persona realiza (Marquéz, 2016, p.35).

Frente a diversas situaciones o acontecimientos, el individuo genera diversas ideas de lo ocurrido o quizá de lo que pueda pasar, todo dependerá de la previa información que tenga o investigue.

Es un segundo estadio, en el que se genera una unión grupal, reunidas por pensamientos y opiniones en común para defender y sustentar la posición que han tomado (Marquéz, 2016, p.35).

Se genera el proceso de discusión, donde salen a relucir las diversas opiniones que cada individuo tiene respecto al tema determinado (Marquéz, 2016, p.35).

Lippman (2017) indica que: Tanto para los individuos como para las sociedades en su conjunto, los estereotipos permiten un mecanismo para la explicación, para la justificación de la acción y para la diferenciación entre grupos y pueblos. Proporcionan una explicación fácil para eventos políticos y sociales complejos. (p.13).

Las funciones de los medios son de suma importancia, pues serán los difusores de diversos temas o propuestas en discusión, siendo la información y propaganda los que prevalecen en el entorno de la opinión pública (Marquéz, 2016, p.35).

Cada función es importante para generar reacciones y cumplir con los objetivos de cada noticia o información difundida.

Son datos recolectados, que forman un mensaje, teniendo finalmente una intención de persuasión e impacto con la audiencia o público al que va dirigido.

Es un conjunto de procesos, estrategias y técnicas, por los cuales se difunde un mensaje con el fin de atraer al público objetivo, para persuadirlos y finalmente influir en el pensamiento y acciones de las personas.

Lannes & Lasswell (2015) la propaganda es solo uno de los principales métodos para controlar las respuestas colectivas. La gestión social y política exitosa a menudo depende de una coordinación adecuada de propaganda con coerción, violenta o no violenta; negociación diplomática; y otras técnicas (p.3).

Va mucho más de una simple información, pues esta, va conducida a espacios especializados, sustentando cada información por medio de la búsqueda, producción, la transmisión y recepción de los mensajes de interés colectivo, a través de diferentes medios de comunicación.

Reúne diversas características de actualidad, interés, noticiabilidad y confiabilidad por los datos utilizados en cada información periodística (González, Puebla y Cuadrado, 2017, p. 457).

Un género periodístico es un estilo, en el que un periodista redacta las noticias que acontece día a día.

El género periodístico es la forma literaria en la que el periodista estructura y redacta las noticias. Existen diversos géneros, los cuales están divididos en dos principales grupos muy importantes y son los géneros informativos y de opinión (Gonzales, 2017, p.5).

Son aquellos que destacan por mostrar la información tal y como se reciben los datos para poder construir una noticia, dando a conocer hechos concretos, siendo los más objetivos posibles, para brindar una información confiable y libre de comprender y así cada persona tenga su propia opinión respecto al contenido brindado.

La noticia, contiene la reacción de una información construida por los datos proporcionados y confiables que el periodista logra obtener, asimismo se aplica la pirámide invertida para elaborar una mejor información, desarrollando en el cuerpo las 5 preguntas claves para resumir el hecho y llegar a captar la atención del público.

Reportaje informativo, aquí la información obtenida en primera instancia, se extiende y amplía más, convirtiéndose en un relato más literario de la información, investigando más allá de lo que en una noticia se emitió.

La entrevista, es un género que tiene el formato de pregunta y respuesta, donde el personaje entrevistado da a conocer sus vivencias y opiniones, en base a preguntas específicas sobre el o temas a tratar. (Gonzales, 2017, p.12).

Los géneros de opinión son utilizados para dar a conocer la visión de un personaje público sobre un asunto de coyuntura. En esta clasificación está permitido utilizar la primera persona.

El editorial, es una publicación, donde su contenido va ligado a lo que el medio piensa en base a un tema de coyuntura.

Carta al director, son puntos de vistas expresados por los lectores, quienes se contactan con el medio.

Artículo de opinión, es un texto argumentativo sobre un tema en especial.

La columna, posee la misma estructura y tiene el mismo fin del artículo de opinión, con la diferencia que tiene una periodicidad para su publicación.

La crítica, se genera para valorar una obra expuesta por la audiencia. (Gonzales, 2017, p.14).

El contenido es la esencia, el cuerpo, el cual da forma a la investigación, con las informaciones adquiridas durando todo el proceso que lleva establecer la estructura de la información periodística.

Unos de los aspectos importantes de brindar contenido, es que sean de interés y calidad para el público, pues hoy en día no solo debemos ofrecer algo que alimente la memoria del receptor, sino que esto sea algo muy nuevo y duradero, alimentando así su inteligencia, y no solo su curiosidad. (Darío, 2017, p.18).

Weber, Prochazka & Schweiger (2019) las percepciones sobre la calidad del contenido, se refieren en gran medida a las características de las noticias que se corresponden con los valores periodísticos profesionales (p. 4).

La gente hoy en día, anota el experto, quiere más y mejor información y contenidos de lo que más le interesa (Varela. 2014, p.49).

Se encuentra en la comprensión periodística con la que los profesionales desarrollan la estructura en los contenidos, expresando o plasmando la realidad tal cual es, siendo parcial.

La objetividad obedece a una estructura colectiva, de modo que los fenómenos no llevan la verdad en sus investigaciones o datos, sino que, estos la van desarrollando y son neutrales con una realidad objetiva y no subjetiva (Barredo, Oller y Hernández, 2015, p.3).

Senja (2014) se asumió que los académicos están más convencidos que los periodistas de que la objetividad es alcanzable. Para probar esto, se pidió a los encuestados que evaluaran las posibilidades de ser objetivo en varios aspectos de su trabajo (p.7).

Es el modo como los medios tratan la información en los contenidos que se desean emitir, desde su selección, su transformación e interpretación de textos, imágenes o videos, teniendo siempre en cuenta los gustos e interés del público al que se enfrentan.

Las nuevas herramientas que nos proporciona la era digital ha permitido la creación de contenidos informativos, mejorando sus etapas, lo cual es favorable por la eficacia y una mejor articulación del contenido del mensaje y su capacidad de competencia con diversos medios de comunicación que buscan llegar al público, generando contenidos llamativos. (Vigo, 2017, p.19).

Para un periodista es fundamental manejar fuentes, pues no siempre tendrá la primicia de los acontecimientos o estar presente en cualquier situación, por ello es importante buscar y contrastar fuentes para alimentar a la noticia. Asimismo, el uso de las fuentes en el proceso de recolección y preparación de la indagación es básico.

Las fuentes son muy fundamentales en una investigación, pues son los que dan peso y valor, diseñando mensajes estratégicos, presentándolos en los formatos, en los horarios apropiados para su difusión (Amado, 2015, p.79).

Son investigaciones, con amplias fuentes que nos proporcionan datos para brindar información de los medios de comunicación, asimismo requiere un trabajo más

riguroso para buscar, identificar y clasificar la información o parte más importante de dicha fuente.

Existen diversas fuentes generales como, libros, diarios, enciclopedias, manuales, revistas, cine, publicidad, televisión. Por otro lado, tenemos a las fuentes nacionales e internacionales, una gran variedad, de la que puedes seleccionar la mejor de acuerdo al tipo de investigación que realices (Quirós, 2014, p.309).

Son contenidos segmentados y ordenados por categorías inmerso en una red, los cuales están en constante actualización para poder ser utilizado en un tiempo determinado.

Son datos que se encuentran en los centros de documentación y base de datos, que fueron creadas por la iniciativa de la UNESCO en 1969, con el objetivo de intercambiar estos datos con las masas, organizada por regiones y subregiones, que permitan esta interacción permanente, contando con este instrumento de gran ayuda para el conocimiento actualizado de las naciones (Quirós, 2014, p.311).

III. METODOLOGÍA

Se realiza de modo secuencial y probatoria, a través de, en el desarrollo de estas etapas se crean hipótesis, que serán contrastadas por medio de un proceso estadístico que definirá el resultado final (Hernández, 2014, p.4).

El enfoque cuantitativo es dicha investigación donde se reciben y se examinan los datos, se usan cantidades numéricas que son tratadas mediante programas estadísticos, en nuestro caso el SPSS y tiene hipótesis

Esto quiere decir, que en la investigación cuantitativa contrastas las hipótesis a través de la estadística, para saber si se acepta o rechaza la hipótesis.

La investigación básica tiene como finalidad mejorar el conocimiento, originar resultados, que beneficiaran a la sociedad en el futuro inmediato (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.146).

Este estudio, tiene la finalidad saber la relación o grado de sociedad entre dos o más conceptos en una muestra o contexto en particular, en momentos solo se analiza la correlación entre dos variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.93).

Indagación que se ejecutan sin el manejo deliberado de variables y solo se vigilan fenómenos en su ambiente natural para examinar (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.152).

Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo tiempo. Tiene la intención de contar variables y analizar sus incidencias e interrelación en un tiempo dado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.154).

El trabajo de indagación se realizó en San Juan de Lurigancho, siendo la población total los barristas del Club Alianza Lima, y es por medio de ellos que se recogió información para conocer la relación que tuvo la primera variable.

Hernández y Mendoza (2014). Definen a las variables con una propiedad, que fluctúan y de la cual sus variaciones son susceptibles al observarse o medirse.

Definición conceptual: Para Adamoli, Farías y Flachsland (2015) ante diversos temas, pero en especial los políticos y sociales la opinión pública, se genera con mayor frecuencia por la repercusión que todo ello traerá en la comunidad en general, ya sea buena o mala, con el fin de abrir discusiones y habilitar diversas voces y formas de pensar. (p.11)

Definición Operacional: Son las diversas formas de expresión que una persona emite en una sociedad, respecto a temas públicos, comentando ante la comunidad su forma de pensar ante diversos temas que engloban aspectos culturales, políticos, sociales o económicos. Pero sin duda la llegada de la tecnología y estar en un mundo en constante cambio por los avances tecnológicos que día a día se da, ha facilitado y extendido las diversas formas de expresión, sobre diversos tipos de eventos o temas públicos.

- Unanimidad
- Disparidad
- Individual
- Colectivo
- Fenómeno político
- La información
- Propaganda

Escala de medición: La variable es ordinal y sus resultados se midieron en base a la escala de Likert.

Definición conceptual: Según González, Puebla y Cuadrado (2017) es aquella que reúne diversas características de actualidad, interés, noticiabilidad y confiabilidad por los datos utilizados en cada información periodística. (p. 457).

Definición Operacional: Va mucho más de una simple información, pues esta, va conducida a espacios especializados, sustentando cada información por medio de la

búsqueda, producción, la transmisión y recepción de los mensajes de interés colectivo, a través de diferentes medios de comunicación.

- Informativo
- Opinión
- Objetividad
- Tratamiento
- Generales
- Específicas

Escala de medición: La variable es ordinal y sus resultados se midieron en base a la escala de Likert.

Es el conjunto de todos los sucesos que coinciden con una variedad de especificaciones (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.174). Por otro lado, en la población finita, se sabe el tamaño, en ocasiones son de cantidades altas que se conducen como infinitas. Existe un marco muestral para encontrar las unidades de análisis (marcos muestrales: listas, documentos, mapas). (Carrillo, 2015, p.6).

La población que se tomó en consideración para el presente proyecto de investigación estuvo integrada por los barristas de San Juan de Lurigancho del club Alianza Lima, que representan una totalidad de 1000 barristas. En la población finita se sabe el tamaño, a veces son de altas cantidades que se conducen como infinitas. Existe un marco muestral para encontrar las unidades de análisis (marcos muestrales: listas, documentos, mapas). (Carrillo, 2015, p.6).

Consideran a la muestra como un subgrupo de la población de interés, a la que se quiere investigar (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.206).

En trabajo se tomó como muestra a los barristas de San Juan de Lurigancho del club Alianza Lima, que son un total de 277 barristas.

Es una técnica implementada para la selección de los elementos representativos de la población estudiada que forman parte de una muestra y será utilizada para hacer inferencias a la población de estudio (Espinoza, 2016, p.54). Aleatorio simple son todos

los componentes de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos para integrar la muestra (Carrillo, 2015, p.16).

Tamayo y Tamayo, M. (2014). La técnica es fundamental para la recolección de datos. Los pasos, dan lugar en qué momento y espacio fue la selección, por ello se debe tener en cuenta todos los métodos obtenidos en la investigación y dichos datos obtenidos dependerá la información y que los resultados sean importantes.

La técnica ejecutada es la encuesta, el cual nos da la facilidad de recoger la información a través del cuestionario. La cual nos dará los datos en relación a nuestras variables (López y Fachelli, 2015, p.8). Para la elaboración del proyecto de indagación se utilizó la técnica de la encuesta. Asimismo, se aplicará la herramienta SPSS para el proceso de datos y alcanzar los resultados.

El instrumento que se utilizó para la investigación fue el cuestionario, el cual es una modalidad que se ejecuta de manera escrita, por medio de un formato en papel, el cual contiene varias preguntas. Se le conoce como cuestionario auto administrado, porque debe ser llenado por la persona encuestada (Arias, 2012, p.74).

El instrumento que se utilizó para la presente investigación fue el cuestionario que consta de 20 preguntas. La escala que se ejecutó para su medición fue de tipo Likert.

Tabla 1 Cuadro de valores para el cuestionario

Valor	Escala
1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

Tabla 2 *Tabla de validación de juicio de expertos*

Experto	afía			Condición
	Pertenencia	Relevancia	Claridad	
				final
Mgtr. Novoa Ramirez, Eliana	SI	SI	SI	Aplicable
Dra. Calla Vasquez, Kriss	SI	SI	SI	Aplicable
Mgtr. Ponte Valverde, Segundo	SI	SI	SI	Aplicable

Experto	Interés			Condición final
	Pertene ncia	Relevancia	Claridad	
Mgtr. Novoa Ramirez, Eliana	SI	SI	SI	Aplicable
Dra. Calla Vasquez, Kriss	SI	SI	SI	Aplicable
Mgtr. Ponte Valverde, Segundo	SI	SI	SI	Aplicable

Es un desarrollo para calcular la confiabilidad, que se cuenta a la consistencia que tendrá las calificaciones obtenidas por las mismas personas.

Tabla 3 *Nivel de confiabilidad*

Rangos	Magnitud
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Confiabilidad perfecta

Tabla 4 *Confiabilidad de la variable 01: Opinión pública*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,860	,887	10

El resultado representado en el valor de ,860 determino que el instrumento utilizado para medir la primera variable tiene una confiabilidad muy alta.

Tabla 5 *Confiabilidad de la variable 02: Información periodística*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,814	,833	10

El resultado representado en el valor de ,814 determino que el instrumento utilizado para medir la segunda variable tiene una confiabilidad muy alta.

El recojo de información se realizó a los barristas de San Juan de Lurigancho, del Club Alianza Lima. Los resultados obtenidos fueron por el programa IBM SPSS 25. Se manejó el análisis descriptivo – inferencial para poder concluir el trabajo.

Para los exámenes de los datos se empleó el método estadístico en el programa SPSS, el cual es un programa estadístico informativo muy utilizado, con una gran capacidad de procesar altos bases de datos, con una facilidad para la mayoría de análisis. Análisis descriptivo:

Interpretaciones, los gráficos y las tablas fueron demostrados para describir cuantitativamente los niveles de las variables y sus respectivas dimensiones.

Se utilizó el programa SPSS, para tratar los resultados de las pruebas estadísticas inferenciales. La inferencia estadística, asistida por este programa, se empleará para el contraste de la hipótesis general y la hipótesis específica.

Los aspectos éticos de este presente trabajo de investigación son los principios de la dedicación, perseverancia, esfuerzo y empeño, para de este modo poder alcanzar los objetivos planteados en el inicio de la investigación. Asimismo, este trabajo se desarrolló sobre fuentes y bases teóricas para brindar mayor confiabilidad e impedir el plagio de la información expuesta.

También resaltar el apoyo que tuve por parte de mi familia, amigos y profesionales que aportaron en el proceso de información e investigación referente a los temas que traté. Pues la contribución y la dedicación que se utilizó en este trabajo, me permite presentar un trabajo verídico.

IV. RESULTADO

Objetivo general: Determinar la relación entre la opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Tabla 6 *Tabla de frecuencias de opinión pública*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	,4	,4	,4
	A veces	57	20,6	20,6	20,9
	Casi siempre	212	76,5	76,5	97,5
	Siempre	7	2,5	2,5	100,0
	Total	277	100,0	100,0	

Interpretación: Según el gráfico, los datos obtenidos de la muestra total de 277 barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, el 100 % de los encuestados en la que se registra los siguientes resultados acerca de la variable “Opinión pública”, donde el 2,53% de los encuestados seleccionó siempre, el 76,53% optó por la opción casi siempre, el 20,58% marcó a veces, mientras que, el 0,36% escogió la opción de nunca.

Tabla 7 *Tabla de frecuencias de información periodística*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	112	40,4	40,4	40,4
	Casi siempre	51	18,4	18,4	58,8
	<u>Siempre</u>	<u>114</u>	41,2	41,2	100,0
Total		277	100,0	100,0	

Interpretación: Según el gráfico, los datos obtenidos de la muestra total de 277 barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, el 100 % de los encuestados en la que se registra los siguientes resultados acerca de la variable “Información periodística”, donde el 41,16% de los encuestados seleccionó siempre, el 18,41% prefirió la opción casi siempre, mientras que, el 40,43% escogió la opción de a veces.

Objetivo específico 1: Analizar la relación de la opinión pública y la clasificación de los principales géneros periodísticos de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Tabla 8 *Tabla de frecuencias de los principales géneros periodísticos*

<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>acumulado</u>	<u>Porcentaje Válidos</u>	<u>Porcentaje A veces</u>	<u>97</u>	<u>35,0</u>
35,0	35,0					
	Casi siempre	180	65,0	65,0	100,0	
		277	100,0			
						Total

100,0

Interpretación: Según el gráfico, los datos obtenidos de la muestra total de 277 barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, el 100 % de los encuestados en la que se registra los siguientes resultados acerca de la dimensión “Clasificación de los principales géneros periodísticos”, donde el 64,98% de los encuestados seleccionó casi siempre, mientras que, el 35,02% escogió la opción de a veces.

Objetivo específico 2: Evaluar cómo se relaciona la opinión pública y el contenido de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Tabla 9 *Tabla de frecuencias de contenido*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	57	20,6	20,6
	Casi siempre	192	69,3	89,9
	<u>Siempre</u>	<u>28</u>	10,1	100,0
	Total	277		
		100,0	100,0	

Interpretación: Según el gráfico, los datos obtenidos de la muestra total de 277 barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, el 100 % de los encuestados en la que se registra los siguientes resultados acerca de la dimensión “Contenido”, 10,11% de los encuestados seleccionó siempre, el 69,31% eligió la opción casi siempre, mientras que, el 20,58% escogió la opción de a veces.

Objetivo específico 3: Conocer cómo se relaciona la opinión pública y las fuentes de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Tabla 10 *Tabla de frecuencias de fuentes*

Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado	Porcentaje Válidos	Porcentaje A veces
35,0	35,0			97	35,0
	Casi siempre	180	65,0	65,0	100,0
		277	100,0		Total

100,0

Interpretación: Según el gráfico, los datos obtenidos de la muestra total de 277 barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, el 100 % de los encuestados en la que se registra los siguientes resultados con relación a la dimensión “Fuentes”, donde el 64,98% de los encuestados seleccionó casi siempre, mientras que, el 35,02% eligió la opción de a veces.

Tablas cruzadas

Tabla 11 *Tabla cruzada de opinión pública e información periodística*

A veces		Información periodística			Total		
		Casi siempre	Siempre				
Opinión pública	Nunca	Recuento	0	0	1	1	
		% del total	,0%	,0%	,4%	,4%	
	A veces	Recuento	49	8	0	57	
		% del total	17,7%	2,9%	,0%	20,6%	
	Casi siempre	Recuento	63	36	113	212	
		% del total	22,7%	13,0%	40,8%	76,5%	
	Siempre	Recuento	0	7	0	7	
		% del total	,0%	2,5%	,0%	2,5%	
	Total		Recuento	112	51	114	277
			% del total	40,4%	18,4%	41,2%	100,0%

Interpretación: De acuerdo con la tabla cruzada, el 40,8% (113) de los barristas de San Juan de Lurigancho, tomaron en cuenta a la opinión pública con la opción casi siempre y por la información periodística con la opción siempre; mientras que el 17,7% (49) coinciden que la opinión pública e información periodística optaron por la alternativa a veces. Por otro lado, el 2,5% (7) de los barristas se inclinan por la alternativa siempre en la opinión pública, mientras que por información periodística optan por la opción casi siempre. Además, el 0,4% (1) escogieron por la variable opinión pública por la opción nunca y por información periodística la opción siempre.

Tala 12

Tabla cruzada de opinión pública y los principales géneros periodísticos

		Los principales géneros periodísticos			Total	
			A veces	Casi siempre		
Opinión pública	Nunca	Recuento	0	1	1	
		% del total	,0%	,4%	,4%	
	A veces	Recuento	49	8	57	
		% del total	17,7%	2,9%	20,6%	
	Casi siempre	Recuento	48	164	212	
		% del total	17,3%	59,2%	76,5%	
	Siempre	Recuento	0	7	7	
		% del total	,0%	2,5%	2,5%	
	Total		Recuento	97	180	277
			% del total	35,0%	65,0%	100,0%

Interpretación: En relación a la tabla cruzada sobre la dimensión clasificación de los principales géneros periodísticos en información periodísticas y la variable opinión pública el 59,2% (164) de los barristas de San Juan de Lurigancho concuerdan que casi siempre se correlaciona la clasificación de los principales géneros periodísticos y la opinión pública. Así mismo el 17,7% (49) coinciden con la opción a veces en la dimensión clasificación de los principales géneros periodísticos y opinión pública. Mientras que el 2,5% (7) escogió por clasificación de los principales géneros periodísticos la opción casi siempre y por opinión pública la opción siempre. Además, el 0,4% (1) optó por clasificación de los principales géneros periodísticos con la alternativa casi siempre y por opinión pública la alternativa nunca.

Tabla 13 *Tabla cruzada de opinión pública y contenido*

		Contenido			Total	
		A veces	Casi siempre	Siempre		
Opinión pública	Nunca	Recuento	0	1	0	1
		% del total	,0%	,4%	,0%	,4%
	A veces	Recuento	57	0	0	57
		% del total	20,6%	,0%	,0%	20,6%
	Casi siempre	Recuento	0	191	21	212
		% del total	,0%	69,0%	7,6%	76,5%
	Siempre	Recuento	0	0	7	7
		% del total	,0%	,0%	2,5%	2,5%
Total		Recuento	57	192	28	277
		% del total	20,6%	69,3%	10,1%	100,0%

Interpretación: De acuerdo a la tabla cruzada sobre la dimensión contenido y la variable opinión pública el 69% (191) de los barristas de San Juan de Lurigancho concuerdan que casi siempre se correlaciona los contenidos y la opinión pública. Así mismo el 20,6% (57) coinciden con la opción a veces en la dimensión contenido y opinión pública. Mientras que el 2,5% (7) coincidió con la opción de siempre entre la dimensión contenido y la variable opinión pública. Además, el 0,4% (1) escogió por contenido la opción casi siempre y por opinión pública la opción nunca.

Tabla 14 *Tabla cruzada de opinión pública y fuentes*

		Fuentes		Total	
		A veces	Casi siempre		
Opinión pública	Nunca	Recuento	0	1	1
		% del total	,0%	,4%	,4%
	A veces	Recuento	49	8	57
		% del total	17,7%	2,9%	20,6%
	Casi siempre	Recuento	48	164	212
		% del total	17,3%	59,2%	76,5%
	Siempre	Recuento	0	7	7
		% del total	,0%	2,5%	2,5%
Total		Recuento	97	180	277
		% del total	35,0%	65,0%	100,0%

Interpretación: En relación a la tabla cruzada sobre la dimensión fuentes y la variable opinión pública el 59,2% (164) de los barristas de San Juan de Lurigancho concuerdan que casi siempre se correlaciona las fuentes y la opinión pública. Así mismo el 17,7% (49) coinciden con la opción a veces en la dimensión fuentes y opinión pública. Mientras que el 2,5% (7) escogió por fuentes la opción casi siempre y por opinión pública la opción siempre. Además, el 0,4% (1) optó por fuentes con la alternativa casi siempre y por opinión pública la alternativa nunca.

Hipótesis general: Existe relación directa y significativa entre la opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

H0: No existe relación directa y significativa entre la opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

H1: Si existe relación directa y significativa entre la opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Valor de significancia (Sig. i) = 0,05

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 15 *Tabla de contrastación de hipótesis general*

			Opinión pública	Información periodística
Rho de Spearman	Opinión pública	Coeficiente de correlación	1,000	,439**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	277	277
	Información periodística	Coeficiente de correlación	439	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	277	277

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

Interpretación: La tabla evidencia que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es de 0,439, lo cual señala que la correlación es positiva moderada. De igual manera, se muestra que, la significancia es de 0,000, siendo menor a 0,05, es por ello que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir que, si existe relación directa y significativa entre la opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Hipótesis específica 1: Existe relación directa y significativa entre la opinión pública y la clasificación de los principales géneros periodísticos de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

H0: No existe relación directa y significativa entre la opinión pública y la clasificación de los principales géneros periodísticos de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

H1: Si existe relación directa y significativa entre la opinión pública y la clasificación de los principales géneros periodísticos de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Valor de significancia (Sig. i) = 0,05

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 *Tabla de contrastación de hipótesis específica 1*

		Opinión pública		Principales géneros periodísticos	
Rho de correlación	Opinión pública	Coeficiente de	1,000	,529**	Spearman
		Sig. (bilateral)		.	,000
		N	277	277	
	Principales géneros periodísticos	Coeficiente de correlación		,529**	1,000
		Sig. (bilateral)		,000	
		N	277	277	

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

Interpretación: La tabla refleja que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es de 0,529, lo cual señala que la correlación es positiva moderada. De igual forma, se muestra que, la significancia es de 0,000, siendo menor a 0,05, por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir que, si existe relación directa y significativa entre la opinión pública y la clasificación de los principales géneros periodísticos de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Hipótesis específica 2: Existe relación directa y significativa entre la opinión pública y el contenido de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

H0: No existe relación directa y significativa entre la opinión pública y el contenido de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

H1: Si existe relación directa y significativa entre la opinión pública y el contenido de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Valor de significancia (Sig. i) = 0.05

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 *Tabla de contrastación de hipótesis específica 2*

			Opinión pública	Contenido
Rho de Spearman	Opinión pública	Coeficiente de correlación	1,000	,885**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	277	277
	Contenido	Coeficiente de correlación	,885**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	277	277

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

Interpretación: La tabla refleja que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es de 0,885, lo cual señala que la correlación es correlación positiva alta.

De igual forma, se muestra que, la significancia es de 0,000, siendo menor a 0,05, por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir que, si existe relación directa y significativa entre la opinión pública y el contenido de

Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Hipótesis específica 2: Existe relación directa y significativa entre la opinión pública y las fuentes de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

H0: No existe relación directa y significativa entre la opinión pública y las fuentes de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

H1: Si existe relación directa y significativa entre la opinión pública y las fuentes de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Valor de significancia (Sig. i) = 0.05

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 *Tabla de contrastación de hipótesis específica 3*

			Opinión pública	Fuentes
Rho de Spearman	Opinión pública	Coeficiente de correlación	1,000	,417**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	277	277
	Fuentes	Coeficiente de correlación	,417**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	277	277

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

Interpretación: La tabla refleja que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es de 0,417, lo cual señala que la correlación es positiva moderada. De igual manera, se muestra que, la significancia es de 0,000, siendo menor a 0,05, es

por ello que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir que, si existe relación directa y significativa entre la opinión pública y las fuentes de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

V. DISCUSIÓN

En el presente estudio de investigación se tuvo como objetivo general determinar la relación entre la opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Según observado en la tabla 6, podemos decir que el 76,5% de nuestra población optan por la opción casi siempre, mientras que un 20,6% se van por la opción a veces, un 2,5% por la alternativa siempre y un 0,4% por la opción nunca. Estos resultados nos permiten decir que la gran mayoría los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima concuerdan con la opinión pública. En cuanto a estos resultados podemos mencionar el aporte de Robles (2016) quien menciona que las personas interaccionan a través de publicaciones en redes sociales, el fan page es una herramienta fundamental para interactuar con los jóvenes, corroborando así que el fan page genera opinión pública en los jóvenes.

En cuanto a los que nos refleja la tabla 7 acerca de la información periodística, resaltamos que el 41,2% de nuestra población optan por la opción siempre, mientras que el 40,4% opto por la opción a veces y el 18,4% optan por la opción casi siempre, esto nos quiere decir que los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima se inclinan más por la opción siempre para la variable información periodística. En cuanto a esto podemos mencionar a Mendoza (2016) que recomienda al periodista repensar el discurso que va a compartir a la audiencia, que se trate de emitir una información basándose en la reflexión, con fundamentos teóricos que respalden a la información y una práctica ética que logre identificarlo.

Por otro lado, mencionamos a Gonzales (2020) que se antepone a lo ya mencionado de la información periodística, resaltando que el periodismo informa, educa y entretiene, pero en algunas ocasiones brindan datos distintos o diferentes a lo sucedido, generando así pensamientos distintos o confusos en la audiencia.

En cuanto a los resultados que refleja la tabla 15 se pudo constatar que existe una correlación positiva moderada con un $Rho=0,439$ y significancia estadística de $p=0,000$, menor a $<0,05$, por lo tanto, esto significa que la opinión pública se relaciona

con la información periodística. Ante los hallazgos se procede a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de nuestra investigación, la cual afirma que existe una relación entre la opinión pública y la información periodística en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

En cuanto a estos resultados podemos mencionar el aporte de Vigo (2017) quien señaló que hay una relación entre información periodística y la opinión pública a través de los diversos medios, teniendo como parte esencial la información que se difunde y la interacción que los usuarios y audiencia en general pueda tener en base a estos contenidos, influyendo en el modo de pensar o actuar. Por otro lado, tenemos Baldeón (2016) donde menciona que hay una relación positiva entre la variable opinión pública e información periodística, también, que los medios de comunicación, aunque estén acostumbrados a los dimes y diretes, son importantes como herramienta para la difusión de información principalmente en momentos críticos manteniendo a la audiencia activa e informada.

Teniendo en cuenta aspectos importantes podemos citar a Rubio (2014) en donde nos menciona la teoría de la agenda setting, resaltando el poder que tiene los medios de comunicación para captar la atención hacia diversos temas, ante esto, mencionamos el caso de Walter Oyarce, que fue un caso polémico y con mucha controversia, puesto que, es muy común ver noticias diversas en las que los barristas son involucrados, con actos violentos y muchas veces estos sucesos llevan a la muerte. Los medios de comunicación se encargan de difundir la información a la audiencia, información que no siempre es verdadera, lo que genera pensamientos positivos o negativos en la población.

En cuanto a la hipótesis específica una con relación de la variable opinión pública y la clasificación de los principales géneros periodísticos de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019, se determinó una correlación positiva moderada con un $Rho=529$ bilateral, con un p valor de 0,000. De acuerdo a estos resultados podemos mencionar a Tumbillo (2015) donde señaló que la investigación consiguió determinar la relación significativa entre las diversas

opiniones de la audiencia, generadas por las noticias e información brindada en los principales géneros periodísticos como el informativo y de opinión.

En cuanto al objetivo específico 2, evaluar cómo se relaciona la opinión pública y el contenido de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019. Conforme a los resultados obtenidos por medio de la prueba Rho de Spearman hallaron que existe relación entre la variable y dimensión dicho resultado se relaciona con lo que sostuvo Osorio (2017) donde señaló que la investigación logro determinar la relación significativa en como el contenido de una noticia, puede generar muchas reacciones en el público, todo ello también tiene que ver con la estructura y sentido que le dan en dicho contenido, para llegar a impactar y hacer de interés el suceso que acontece.

Ante esto, podemos mencionar a Coello (2020) que nos dice que los medios de comunicación fueron elementos sumamente esenciales e imprescindibles, donde garantizaron que el contenido noticioso fue el fiel de reflejo libre de prejuicios, presentando opiniones implicadas de modo imparcial y neutral. Por otro lado, se puede decir también que ofreció a la audiencia informaciones precisas, conforme a cómo sucedieron los hechos y con gran certeza. También, se encuentra Collantes (2020) donde menciona la falta de credibilidad que tiene algunos medios con los contenidos periodísticos, resaltando la ausencia de credibilidad que maneja y observando de esta manera el sensacionalismo como técnica empleada por los medios para sacar el lado más llamativo de las noticias, creando de esta manera el morbo y escandalo a la audiencia.

De igual forma lo obtenido se sustenta con lo expresado por el teórico citado en la presente investigación. Banda (2017) quien señaló que se debe y tiene que tener un uso responsable a los contenidos, alejado del sensacionalismo, lenguaje vulgar, todo ello con la finalidad de generar valores y diversas reacciones en la audiencia, llevando a un debate o discusión respecto al tema difundido.

En el objetivo específico 3 plantea; Conocer cómo se relaciona la opinión pública y las fuentes de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club

Alianza Lima, 2019. Acorde a los resultados obtenidos por medio de la prueba Rho de Spearman encontraron que existe relación entre la variable y dimensión dicho resultado se relaciona con lo que sostuvo Cardón, Restrepo y Vargas (2015), donde indicó que la investigación logro determinar la relación significativa entre la opinión pública y las fuentes, los cuales son datos importantes y primordiales para armar, construir, dar sentido y a su vez establecer esa confianza en lo que se mostrará.

Por otro lado, también podemos citar a Espinoza (2018) donde menciona que para las notas informativas recurren a fuentes netamente confiables, en algunas ocasiones recurren a fuentes expertas para realizar sus notas informativas para la audiencia, mediante el cual se explican temas adicionales a la noticia como las entrevistas. También adiciona, que es bueno investigar a profundidad los temas del cual quieres tener información, puesto que, es bueno constatar que la información que en algún momento brindes sea de una fuente confiable. Por otra parte, Aznaran (2017) que nos menciona en su trabajo sobre el uso de las redes sociales y sus beneficios que brindan como fuente de información, mediante el cual resalta que a pesar de que la información sea rápida e inmediata, se tiene un pequeño problema, que es, en algunos casos fuentes poco confiables, pero para esto siempre es bueno corroborar la información en fuentes confiables.

También, mencionamos a Evangelista (2019) donde resalta la participación del periodista en esta era digital, teniendo una labor enriquecedora en información a la audiencia, dándole así un terreno amplio y múltiples herramientas para poder desenvolverse. La incursión del periodista en el mundo digital debe responder a lo que quiere la audiencia, a brindarle noticias tanto novedosas como interesantes para el lector y sobre todo siendo fuente confiable, no perdiendo la labor esencial que tienen que es la investigación, la tarea informativa y la transparencia.

Y, por último, Bocardo (2018) donde menciona el uso masivo de las redes sociales como una fuente de información o herramienta para los periodistas, mayormente, los que laboran en diarios impresos, las redes sociales ayudan y facilitan la recolección de datos para las redacciones de las noticias. A su vez se tiene que confirmar la veracidad de la información publicada, mostrando así que, si bien las

redes sociales son de gran apoyo para el periodista, aun no remplaza los principios básicos del periodismo y los métodos tradicionales que ellos tienen. Es por ello que sugiere a todos los medios de comunicación elaborar una base de datos con fuentes que son netamente confiables dentro de las redes sociales.

VI. CONCLUSIONES

1. Después de concluir el presente trabajo de investigación se determina lo siguiente: en esta tesis se establece la relación entre la opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019. Por intermedio de la correlación de Rho de Spearman de 0,439, lo cual señaló una correlación positiva moderada.
2. Respecto al primer objetivo específico de la investigación, concluimos que existe relación positiva moderada con un valor de Rho de Spearman de 0,529, entre la opinión pública y la clasificación de los principales géneros periodísticos de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.
3. El segundo objetivo específico de la investigación, concluimos que existe una relación positiva moderada con un valor de Rho de Spearman de 0,885, entre la opinión pública y el contenido de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.
4. Para terminar, el último objetivo específico de la investigación realizada, se obtuvo que, existe relación entre la opinión pública y las fuentes de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019. Con un grado de correlación de Rho de Spearman de 0,529, lo cual señaló una correlación positiva moderada.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los diversos medios de comunicación contrastar la información, antes de difundirla a masas influyentes en la actualidad, pues este contenido se propaga tan rápidamente que cada vez llegara a más personas, generando en ellos diversas actitudes en base a lo que consumen o lo que se muestre realmente.
2. Respecto a la influencia que tienen los medios en las actitudes y reacciones de audiencia, se recomiendo acceder a medios y paginas confiables, donde puedas obtener una información verdadera de los hechos, mediante pruebas y no solo en simple publicaciones o rumores que a raíz que esto se va expandiendo más genera confusión y problemas finalmente.
3. En cuanto a las reacciones que son generadas por un hecho o acontecimiento que afecta a un grupo influyente, como es el caso de las barras, se recomienda no caer en el juego de respuestas agresivas, violentas o amenazas, pues al realizar esto, el individuo estará generando a una perspectiva o imagen que el resto de la sociedad adoptará como real y no identificará o analizará que quizá fue el contexto o el momento.
4. Por último, recomiendo a los jóvenes de las barras generar conciencia de los diversos actos que se han difundido al largo de este tiempo, por reacciones erróneas que han tenido algunos integrantes, y que modifiquen esas actitudes y comportamientos, teniendo como gran arma, los medios de comunicación, las diversas plataformas y la tecnología que día a día avanza increíblemente y llega a todo el mundo, para que, de este modo, no solo se muestre actos negativos, sino actos dignos de imitar y finalmente generar una buena visión por parte de la opinión pública.

REFERENCIAS

- Adalmoli, M., Farias, M. y Flachslan, C. (2015). Educación y memoria. La historia de una política pública. *Historia de la Educación. Anuario*, 16(2).
- Adervol, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 423 – 450. <https://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053>.
- Amado, A. (2014) Calidad periodística y fuentes presidenciales: el periodismo argentino frente a la comunicación de gobierno. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 63 – 84. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50656.
- Banda, X. (2017). *Análisis del rol de la estación radial dibilu en el comportamiento de las barras bravas de Guayaquil* [Tesis de licenciatura, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil]. http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2034/1/T_ULVR1835.pdf
- Bedoya, A. (2014). ¿Qué es interactividad?. *Revista Electrónica sinpapel.com*. <http://penta3.ufrgs.br/midiasedu/modulo6/etapa1/biblioteca/interactividad.pdf>
- Bundio, J. (2013). El hinchismo como ideología radical. *KULA. Antropólogos del Atlántico Sur*, (8), 60 – 68. https://www.academia.edu/32647218/El_hinchismo_como_ideologia_radical
- Carrillo, A. (2015). Población y muestra (Diapositiva de PowerPoint). <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Darío, J. (2017). *El futuro del periodismo*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/622211>

- Díaz, J. (2014). ¿De qué hablan los medios cuando hablan de propiedad intelectual? Un análisis comparativo de contenido en la prensa de calidad. *Societat Catalana de Comunicació*. (16), 91 – 107. <https://dx.doi.org/10.2436/20.3008.02.39>
- Girón, W. (2018). *Tratamiento noticioso de la participación del Perú en el mundial de Rusia 2018 en el medio deportivo digital Depor.com* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/625056>
- Gonzales, L y Pérez, P. (2017). *La importancia del Diseño Periodístico en una comunicación de calidad*. UCM Publicaciones. https://www.researchgate.net/publication/271740830_La_importancia_del_Disenio_Periodistico_en_una_comunicacion_de_calidad.
- Gonzales, L y Pérez, P. (2017). *Principios básicos sobre diseño periodístico*. Editorial Universitat, S.A. https://www.researchgate.net/publication/31761347_Principios_basicos_sobre_diseno_periodistico.
- Gonzales, D., Puebla, B, y Pérez, P. (2017). De la maquetación a la narrativa transmedia: una revisión del concepto de 'diseño de la información periodística'. *Palabra clave*, 21(2), 445-468. <https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.2.8>
- González, R. (2018). *Estudio comunicacional y social sobre el comportamiento e identidad de las barras bravas de los equipos de fútbol de Guayaquil* [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27123>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw- Hill.
- Herrera Hernández. W. (2017). *Barras futboleras: más allá de una pasión por el fútbol estudio de caso barra Comandos Azules - la banda azurra* [Tesis de

maestría, Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá].
<http://hdl.handle.net/10554/21857>

Lippmann, W. (2017). *Public opinion*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315127736>

Lannes, B. y Lasswell, H. (2015). *Propaganda, Communication and Public Opinion*. Princeton University Press.
<https://books.google.es/books?id=9ULWCgAAQBAJ>

Marquéz, J. (2016). *Política y propaganda: Medios de comunicación y opinión pública*. Editorial UOC.
<https://books.google.com.pe/books?id=xXjqDQAAQBAJ>

Osorio, E. (2017). *Análisis de contenido de las publicaciones noticiosas sobre asesinatos de líderes sociales en los medios nativos digitales la Silla Vacía, razón pública y verdad abierta, a la luz de la teoría del encuadre y del valor agregado periodístico* [Tesis de licenciatura, Universidad de Cartagena].
<http://hdl.handle.net/11227/6151>

Rodríguez Ospina, J. A., & Valencia Ospina, A. F. (2016). *Producción del contenido de dos programas radiales deportivos de Manizales* [Tesis de grado, Universidad de Manizales].
<https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/2573>

Rubio, J. (2014). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología*, 25(1). <http://hdl.handle.net/10481/6843>

Sabater, F. (2018). *Ética y periodismo. Alegría y responsabilidad. El valor de educar*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
<http://hdl.handle.net/10757/624744>

Senja, P. (2014) Scientific objectivity in journalism? How journalists and academics define objectivity, assess its attainability, and rate its desirability. *Journalism*, 16(6), 730-749. <https://doi.org/10.1177/1464884914541067>

- Steven, M (2013). *Objectivity in Journalism*. John Wiley & Sons.
https://books.google.com.pe/books/about/Objectivity_in_Journalism.html?id=cM06xJcroOUC&redir_esc=y
- Stimson, J. (2018). *Public opinión in America*.
Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429494796>
- Tamayo y Tamayo, M. (2014). *El proceso de la investigación científica*. (4ta ed).
Editorial Limusa.
- Tumbillo, J. (2015). *Tratamiento de la información deportiva en las portadas de los diarios: libero y Depor y su influencia en el comportamiento de los estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación – UNAS Arequipa* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional San Agustín de Arequipa].
<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/2170>
- Morales, L. (2017). *Banalización en el periodismo deportivo en el Perú: responsabilidad e influencia de los centros de formación para periodistas* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú].
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/9603>
- 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, Universidad César Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/11146>
- Vinueza, S. y Simbaña, P (2017) Impacto de las TIC en la Educación Superior en el Ecuador. *Revista Publicando*, 4(11), 355-368.
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/530>
- Weber, P., Prochazka, F., y Schweiger, W. (2019). Why user comments affect perceived news quality of journalistic content: The role of judgment processes. *Journal of Media Psychology. Journal of Media Psychology Theories Methods and Applications*, 31, 24-34.
<https://doi.org/10.1027/18641105/a000217>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de las variables

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Opinión pública	Para Adamoli, Farías y Flachsland (2015) ante diversos temas, pero en especial los políticos y sociales la opinión pública, se genera con mayor frecuencia por la repercusión que todo ello traerá en la comunidad en general, ya sea buena o mala, con el fin de abrir discusiones y habilitar diversas voces y formas de pensar. (p.11)	Son las diversas formas de expresión que una persona emite en una sociedad, respecto a temas públicos, comentando ante la comunidad su forma de pensar ante diversos temas que engloban aspectos culturales, políticos, sociales o económicos. Pero sin duda la llegada de la tecnología y estar en un mundo en constante cambio por los avances tecnológicos que día a día se da, ha facilitado y extendido las diversas formas de expresión, sobre diversos tipos de eventos o temas públicos.	La opinión del público	Unanimidad	Escala de Likert: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				Disparidad	
			Dimensiones	Individual	
				Colectivo	
				Fenómeno político	
			Funciones de los medios	La información	
Propaganda					
Información periodística	Según González, Puebla y Cuadrado (2017) es aquella que reúne diversas características de actualidad, interés, noticiabilidad y confiabilidad por los datos utilizados en cada información periodística. (p. 457).	Va mucho más de una simple información, pues esta, va conducida a espacios especializados, sustentando cada información por medio de la búsqueda, producción, la transmisión y recepción de los	La clasificación de los principales géneros periodísticos	Informativo	
				Opinión	
			Contenido	Objetividad	
				Tratamiento	

		mensajes de interés colectivo, a través de diferentes medios de comunicación.	Fuentes	Generales
				Específicas

}

Anexo 2. Matriz de consistencia de las variables

MATRIZ DE CONSISTENCIA (CUANTITATIVA CORRELACIONAL)

Título: Opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.

Autor: Valerio Torres Mavel Mireya

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
<p>Problema General ¿Cómo se relaciona la opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019?</p> <p>Problemas Específicos 1 ¿Cómo se relaciona la opinión pública y la clasificación de los principales géneros periodísticos de Walter Oyarce en las barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019?</p> <p>2 ¿Cómo se relaciona la opinión pública y el contenido de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019?</p> <p>3 ¿Cómo se relaciona la opinión pública y las fuentes de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación entre la opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.</p> <p>Objetivo Específicos 1 Analizar la relación de la opinión pública y la clasificación de los principales géneros periodísticos de Walter Oyarce en las barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.</p> <p>2 Evaluar cómo se relaciona la opinión pública y el contenido de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.</p> <p>3 Conocer cómo se relaciona la opinión pública y las fuentes de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.</p>	<p>Hipótesis General Existe relación directa y significativa entre la opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.</p> <p>Hipótesis Específicos 1 Existe relación directa y significativa entre la opinión pública la clasificación de los principales géneros periodísticos de Walter Oyarce en las barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.</p> <p>2 Existe relación directa y significativa entre la opinión pública y el contenido de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.</p> <p>3 Existe relación directa y significativa entre la opinión pública y las fuentes de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019.</p>	Variable 1: OPINIÓN PÚBLICA				
			D1: La opinión del público	- Unanimidad - Disparidad	1,2	(1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces	Bajo Intermedio Alto
			D2: Dimensiones	- Individual - Colectivo - Fenómeno político	3,6	(4) Casi siempre (5) Siempre	
			D3: Funciones de los medios	- La información - Propaganda	7,10		
			Variable 2: INFORMACION PERIODISTICA				
			D1: Clasificación de los principales géneros periodísticos	- Informativo - Opinión	11-14	(1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Bajo Intermedio Alto
			D2: Contenido	- Objetividad - Tratamiento	15-18		
			D3: Fuentes	- Generales - Especificas	19-20		

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

La presente encuesta tiene como objetivo, Determinar la relación entre la opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019, por lo que agradeceremos de antemano su colaboración.

Género: F M Edad: _____

- 1 = Siempre
 2 = Casi siempre
 3 = A veces
 4 = Casi nunca 5 = Nunca

N°	DIMENSIONES / ítems	1	2	3	4	5
		S	CS	AV	CN	N
Variable 1: Opinión pública						
Dimensión 1: La opinión del público						
1	¿Consideras que los medios de comunicación trataron con objetividad la información sobre el caso Walter Oyarce?					
2	¿Consideras que las declaraciones de los implicados en el caso Walter Oyarce te generó confusión?					
Dimensión 2: Dimensiones						
3	¿Las informaciones sobre el caso Walter Oyarce originó una opinión en ti?					
4	¿Los datos difundidos en los medios de comunicación sobre el caso Walter Oyarce ocasionaron tendencia?					
5	¿Consideras que las opiniones sobre Walter Oyarce ayudaron a los medios de comunicación para generar más información?					
6	¿Consideras que los medios de comunicación debatieron adecuadamente el caso Walter Oyarce?					
Dimensión 3: Funciones de los medios						
7	¿La información brindada por los medios sobre el caso Walter Oyarce permitió comprender la noticia?					
8	¿Consideras que los medios de comunicación brindaron información confiable sobre el caso Walter Oyarce?					
9	¿Consideras que las publicaciones sobre el caso Walter Oyarce influyeron en tu forma de pensar?					

10	¿Consideras que las noticias difundidas sobre este hecho provocaron rumores?					
----	--	--	--	--	--	--

Variable 2: Información periodística						
Dimensión 1: Clasificación de los principales géneros periodísticos						
11	¿Los medios de comunicación mostraron una información completa sobre los hechos del caso Walter Oyarce?					
12	¿Los medios de comunicación te brindaron datos concretos sobre el caso?					
13	¿Consideras que las noticias difundidas por los medios de comunicación brindaron una explicación correcta sobre este incidente?					
14	¿Consideras que el caso Walter Oyarce influyó para mantener mayor rivalidad con los barristas cremas?					
Dimensión 2: Contenido						
15	¿Consideras que el caso Walter Oyarce fue tratado con igualdad por los medios de comunicación?					
16	¿Consideras correcto el tratamiento noticioso que los medios dieron sobre este suceso?					
17	¿Consideras que el caso Walter Oyarce relaciona a la violencia con las actitudes de los barristas?					
18	¿Consideras que el tratamiento sobre el caso Walter Oyarce tuvo como propósito informar paso a paso los hechos?					
Dimensión 3: Fuentes						
19	¿Los datos difundidos sobre el caso Walter Oyarce te ayudó a comprender la problemática?					
20	¿Los testimonios difundidos fueron de gran aporte para aclarar este suceso?					

Anexo 4. Cálculo de la muestra de la investigación

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{1000 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (1000 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{1000 \times 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.0025 \times (1000 - 1) + 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{1000 \times 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.0025 \times 999 + 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{960.4}{2.4975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{960.4}{3.4579}$$

$$n = 277.7408253564302$$

$$n = 277$$

Anexo 5. Validación del instrumento de recolección de datos

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Blanca Herrera Ramírez DNI: 09762428

Especialidad del validador: Docente - Investigador en Comunicación Social

_____ de _____ del 20__

[Firma]
Firma del Experto Informante.

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
*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.

8	¿Consideras que el tratamiento sobre el caso Walter Oyarce tuvo como propósito informar a la masa de los hechos?	X	X	X		
DIMENSIÓN 1						
9	¿Los datos difundidos sobre el caso Oyarce te ayudó a comprender problemática?		X	X		
DIMENSIÓN 2						
10	¿Los testimonios difundidos fueron de aporte para aclarar este suceso?	X	X			

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Blanca Herrera Ramírez DNI: 09762428

Especialidad del validador: Docente Investigador en Comunicación Social

_____ de _____ del 20__

[Firma]
Firma del Experto Informante.

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
*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.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Consideras que los medios de comunicación trataron con objetividad la información sobre el caso Walter Oyarce?	X		X		X		
2	¿Consideras que las declaraciones de los implicados en el caso Walter Oyarce te generó confusión?	X		X		X		
3	¿Las informaciones sobre el caso Walter Oyarce originó una opinión en ti?	X		X		X		
4	¿Los datos difundidos en los medios de comunicación sobre el caso Walter Oyarce ocasionaron tendencia?	X		X		X		
5	¿Consideras que las opiniones sobre Walter Oyarce ayudaron a los medios de comunicación para generar más información?	X		X		X		
6	¿Consideras que los medios de comunicación debatieron adecuadamente el caso Walter Oyarce?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2								
7	¿La información brindada por los medios sobre el caso Walter Oyarce permitió comprender la noticia?	X		X		X		
8	¿Consideras que los medios de comunicación brindaron información confiable sobre el caso Walter Oyarce?	X		X		X		
9	¿Consideras que las publicaciones sobre el caso Walter Oyarce influyeron en tu forma de pensar?	X		X		X		
10	¿Consideras que las noticias difundidas sobre este hecho provocaron rumores?	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1								
1	¿Los medios de comunicación mostraron una información completa sobre los hechos del caso Walter Oyarce?	X		X		X		
2	¿Los medios de comunicación te brindaron datos concretos sobre el caso?	X		X		X		
3	¿Consideras que las noticias difundidas por los medios de comunicación brindaron una explicación correcta sobre este incidente?	X		X		X		
4	¿Consideras que el caso Walter Oyarce influyó para mantener mayor rivalidad con los barristas cremas?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2								
5	¿Consideras que el caso Walter Oyarce fue tratado con igualdad por los medios de comunicación?	X		X		X		
6	¿Consideras correcto el tratamiento noticioso que los medios dieron sobre este suceso?	X		X		X		
7	¿Consideras que el caso Walter Oyarce relaciona a la violencia con las actitudes de los barristas?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador, Dr Mg: Pablo Valente Segura DNI: _____

Especialidad del validador: Estadística

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

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

_____ de _____ del 20____

Segura Pablo

Firma del Experto Informante.

1	¿Consideras que el tratamiento sobre el caso Walter Oyarce tuvo como propósito informar pero a paso los hechos?	/		/		/	
DIMENSION 2		Si	No	Si	No	Si	No
2	¿Los datos difundidos sobre el caso Walter Oyarce te ayudó a comprender la problemática?	/		/		/	
DIMENSION 3		Si	No	Si	No	Si	No
10	¿Los testimonios difundidos fueron de gran aporte para aclarar este suceso?	/		/		/	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador, Dr Mg: Pablo Valente Segura DNI: 18831714

Especialidad del validador: Estadística

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

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

_____ de _____ del 20____

Segura Pablo

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Consideras que los medios de comunicación trataron con objetividad la información sobre el caso Walter Oyarce?	/		/		/		
2	¿Consideras que las declaraciones de los implicados en el caso Walter Oyarce te generó confusión?	/		/		/		
DIMENSION 2		Si	No	Si	No	Si	No	
3	¿Las informaciones sobre el caso Walter Oyarce originó una opinión en tí?	/		/		/		
4	¿Los datos difundidos en los medios de comunicación sobre el caso Walter Oyarce ocasionaron tendencia?	/		/		/		
5	¿Consideras que las opiniones sobre Walter Oyarce ayudaron a los medios de comunicación para generar más información?	/		/		/		
6	¿Consideras que los medios de comunicación debatieron adecuadamente el caso Walter Oyarce?	/		/		/		
DIMENSION 3		Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿La información brindada por los medios sobre el caso Walter Oyarce permitió comprender la noticia?	/		/		/		
8	¿Consideras que los medios de comunicación brindaron información confiable sobre el caso Walter Oyarce?	/		/		/		
9	¿Consideras que las publicaciones sobre el caso Walter Oyarce influyeron en tu forma de pensar?	/		/		/		
10	¿Consideras que las noticias difundidas sobre este hecho provocaron rumores?	/		/		/		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Los medios de comunicación mostraron una información completa sobre los hechos del caso Walter Oyarce?	/		/		/		
2	¿Los medios de comunicación te brindaron datos concretos sobre el caso?	/		/		/		
3	¿Consideras que las noticias difundidas por los medios de comunicación brindaron una explicación correcta sobre este incidente?	/		/		/		
4	¿Consideras que el caso Walter Oyarce influyó para mantener mayor rivalidad con los baristas cremas?	/		/		/		
DIMENSION 1		Si	No	Si	No	Si	No	
5	¿Consideras que el caso Walter Oyarce fue tratado con igualdad por los medios de comunicación?	/		/		/		
6	¿Consideras correcto el tratamiento noticioso que los medios dieron sobre este suceso?	/		/		/		
7	¿Consideras que el caso Walter Oyarce relaciona a la violencia con las actitudes de los baristas?	/		/		/		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSION 1								
1	¿Los medios de comunicación mostraron una información completa sobre los hechos del caso Walter Oyarce?	/		/		/		
2	¿Los medios de comunicación te brindaron datos concretos sobre el caso?	/		/		/		
3	¿Consideras que las noticias difundidas por los medios de comunicación brindaron una explicación correcta sobre este incidente?	/		/		/		
4	¿Consideras que el caso Walter Oyarce influyó para mantener mayor rivalidad con los barristas cremas?	/		/		/		
DIMENSION 2								
5	¿Consideras que el caso Walter Oyarce fue tratado con igualdad por los medios de comunicación?	/		/		/		
6	¿Consideras correcto el tratamiento noticioso que los medios dieron sobre este suceso?	/		/		/		
7	¿Consideras que el caso Walter Oyarce relaciona a la violencia con las actitudes de los barristas?	/		/		/		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSION 1								
1	¿Consideras que los medios de comunicación trataron con objetividad la información sobre el caso Walter Oyarce?	/		/		/		
2	¿Consideras que las declaraciones de los implicados en el caso Walter Oyarce te generó confusión?	/		/		/		
DIMENSION 2								
3	¿Las informaciones sobre el caso Walter Oyarce originó una opinión en ti?	/		/		/		
4	¿Los datos difundidos en los medios de comunicación sobre el caso Walter Oyarce ocasionaron tendencia?	/		/		/		
5	¿Consideras que las opiniones sobre Walter Oyarce ayudaron a los medios de comunicación para generar más información?	/		/		/		
6	¿Consideras que los medios de comunicación debatieron adecuadamente el caso Walter Oyarce?	/		/		/		
DIMENSION 3								
7	¿La información brindada por los medios sobre el caso Walter Oyarce permitió comprender la noticia?	/		/		/		
8	¿Consideras que los medios de comunicación brindaron información confiable sobre el caso Walter Oyarce?	/		/		/		
9	¿Consideras que las publicaciones sobre el caso Walter Oyarce influyeron en tu forma de pensar?	/		/		/		
10	¿Consideras que las noticias difundidas sobre este hecho provocaron rumores?	/		/		/		

8	¿Consideras que el tratamiento sobre el caso Walter Oyarte tuvo como propósito informar para a partir de los hechos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DIMENSION 3						
9	¿Los datos difundidos sobre el caso Walter Oyarte te ayudó a comprender la problemática?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	¿Los testimonios difundidos fueron de gran aporte para aclarar este suceso?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr Mg: Dña. Krisa Helady Cella Vasquez DNI: 42240092

Especialidad del validador: Ciencias de la Educación

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
 *Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
 *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.

.....de.....del 20.....

 Firma del Experto Informante.

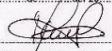
Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr Mg: Cella Vasquez Krisa Helady DNI: 42240092

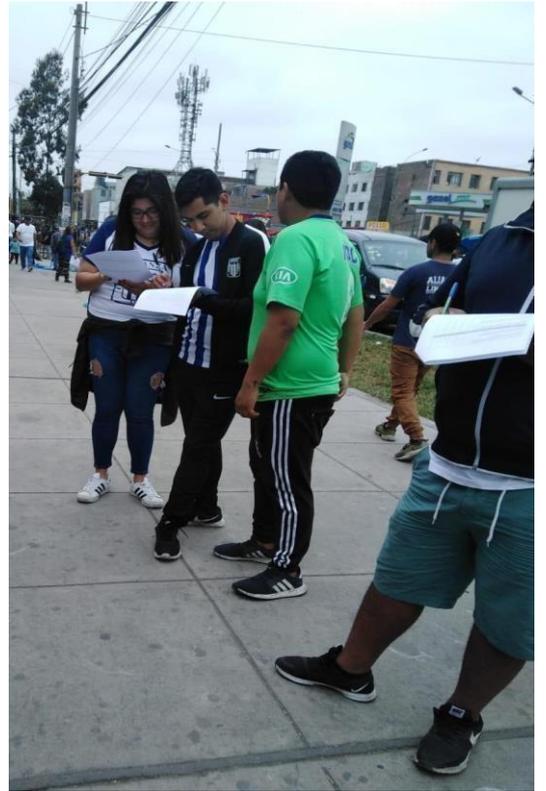
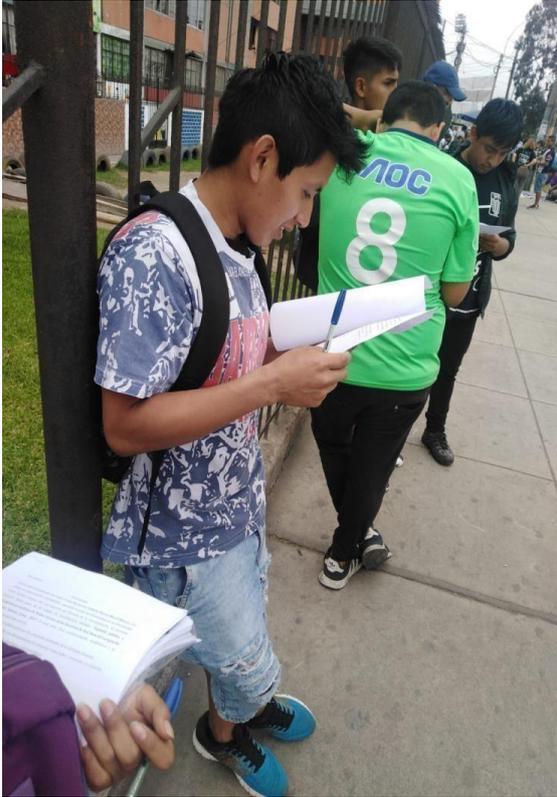
Especialidad del validador:

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
 *Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
 *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.

.....de.....del 20.....

 Firma del Experto Informante.

Anexo 7. Evidencias fotográficas





Anexo 8. Base de datos Excel

Opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barrios de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima 2019.																				SIEMPRE	CASISiempre	AVECES	CASIMUNCA	NUNCA					
VARIABLE 1 VARIABLE INDEPENDIENTE OPINIÓN PÚBLICA										VARIABLE 2 VARIABLE DEPENDIENTE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA																			
DIMENSION 1 LA OPINIÓN DE LA INDIC 1 INDIC 2					DIMENSION 2 DIMENSIONES INDIC 1 INDIC 2					DIMENSION 3 FUNCIONES DE LOS MEDIOS INDIC 1 INDIC 2					DIMENSION 1 SEÑALACIÓN DE LOS PRINCIPALES GÉNEROS PERIODÍSTICOS INDIC 1 INDIC 2					DIMENSION 2 CONTENIDO INDIC 1 INDIC 2									
Indicador de Opinión					Indicador de Información					Indicador de Señalización					Indicador de Contenido														
Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20										
16	U1	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	4	5									
17	U2	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	4	5									
18	U3	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	4	5									
19	U4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	4	5									
20	U5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	4	5									
21	U6	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4									
22	U7	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4									
23	U8	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4									
24	U9	5	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3									
25	U10	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
26	U11	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	4	3									
27	U12	5	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4									
28	U13	5	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4									
29	U14	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
30	U15	5	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3									
31	U16	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
32	U17	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3									
33	U18	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
34	U19	5	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
35	U20	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4									
36	U21	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
37	U22	5	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4									
38	U23	5	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3									
39	U24	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
40	U25	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
41	U26	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
42	U27	5	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3									
43	U28	5	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
44	U29	5	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4									
45	U30	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
46	U31	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
47	U32	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
48	U33	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3									
49	U34	5	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
50	U35	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4									
51	U36	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
52	U37	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3									
53	U38	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
54	U39	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4									
55	U40	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
56	U41	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4									
57	U42	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4									
58	U43	4	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4									
59	U44	3	5	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3									
60	U45	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
61	U46	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
62	U47	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
63	U48	3	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3									
64	U49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
65	U50	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4									
66	U51	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
67	U52	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4									
68	U53	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4									
69	U54	4	4	5	5	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	3									
70	U55	5	3	5	5	3	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	5	3	5									
71	U56	4	5	3	4	4	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	4									
72	U57	3	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3									
73	U58	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
74	U59	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4									
75	U60	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
76	U61	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
77	U62	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4									
78	U63	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4									
79	U64	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
80	U65	3	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3									
81	U66	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
82	U67	3	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3									
83	U68	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4									
84	U69	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
85	U70	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
86	U71	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
87	U72	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4									
88	U73	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3									
89	U74	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3									
90	U75	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5									
91	U76	3	3	3	3	2	3																						

	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
97	3	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
98	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
100	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	3	5
101	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
102	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
104	4	4	5	5	3	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	4	5	3	4
105	5	3	5	5	3	3	4	4	3	4	3	4	3	5	5	3	5	3	4
106	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	4	5	5	4	3	4	3	5
107	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
108	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
109	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
110	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
111	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
112	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
113	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4
114	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
115	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
116	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
117	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4
118	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
119	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
120	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
121	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
122	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	3	5
123	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
124	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
125	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
126	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
127	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
128	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5
129	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	3	5
130	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	5	4	3	5	3
131	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
132	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3

DATA

	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
133	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	4	3	4	3	5	4
134	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
135	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
136	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
137	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4
138	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
139	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
140	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
141	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
142	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
143	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
144	4	4	5	5	3	4	5	5	3	4	3	4	4	5	5	4	5	3	4
145	5	3	5	5	3	3	4	4	3	4	3	4	4	5	5	3	5	3	4
146	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
147	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
148	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
149	5	3	4	4	4	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
150	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
151	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
152	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
153	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4
154	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
155	3	3	4	4	5	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	3	3
156	5	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
157	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
158	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
159	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
160	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
161	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
162	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
163	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
164	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
165	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
166	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
167	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
168	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3

DATA

	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
169	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
170	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
171	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	3	5
172	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
173	3	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
174	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
175	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
176	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
177	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
178	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
179	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
180	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
181	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
182	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
183	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
184	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
185	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
186	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
187	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
188	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
189	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
190	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
191	3	3	3	3															

	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
205	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
206	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
207	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
208	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
209	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
210	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
211	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
212	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
213	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4
214	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3
215	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
216	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5
217	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
218	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
219	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
220	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3
221	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
222	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5
223	3	5	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3
224	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
225	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
226	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
227	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4
228	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
229	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3
230	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
231	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5
232	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	3	3	3
233	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5
234	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
235	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5
236	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
237	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	3	3	3
238	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
239	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
240	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5

DATA

	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
241	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
242	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
243	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
244	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
245	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
246	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5
247	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
248	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
249	4	4	5	5	3	4	5	5	3	4	3	4	4	5	4	5	3	4	4
250	5	3	5	5	3	3	4	4	3	4	3	4	4	5	5	3	5	3	4
251	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
252	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
253	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4
254	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3
255	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
256	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
257	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	3	3	3
258	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4
259	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
260	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5
261	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5
262	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
263	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
264	4	4	5	5	3	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	4	5	3	4
265	5	3	5	5	3	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	5	3	4
266	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	3	5	5	4	3	4	3	5
267	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
268	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	3	3	3
269	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
270	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5
271	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
272	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5
273	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
274	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
275	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
276	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
277	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
278	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
279	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
280	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
281	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
282	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
283	4	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4
284	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	3	3	3
285	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
286	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
287	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3
288	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
289	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
290	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
291	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	5
292	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4

