

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Tecnológicas Sociales y Humanidades
Escuela Profesional de Comunicación Social



**INFLUENCIA DEL CONSUMO DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA EN LA
OPINIÓN PÚBLICA DE LOS RESIDENTES DEL DISTRITO DE YANAHUARA
ACERCA DE LOS INMIGRANTES VENEZOLANOS, AREQUIPA 2022**

Tesis presentada por las Bachilleres:

Carhuachin Carranza, Andrea Zoila

Garate Herrera, Estefani Fiorella

Para optar el Título de Profesional de:

Licenciadas en Comunicación Social

con mención en Periodismo

Asesor:

Mg. Ramos Apaza, Franco Daniel

Arequipa- Perú

2024

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

COMUNICACION SOCIAL

CON MENCIÓN EN PERIODISMO

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 06 de Noviembre del 2023

Dictamen: 008777-C-EPCS-2023

Visto el borrador del expediente 008777, presentado por:

2017200162 - GARATE HERRERA ESTEFANI FIORELLA

2017204802 - CARHUACHIN CARRANZA ANDREA ZOILA

Titulado:

**INFLUENCIA DEL CONSUMO DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE
LOS RESIDENTES DEL DISTRITO DE YANAHUARA ACERCA DE LOS INMIGRANTES
VENEZOLANOS, AREQUIPA 2022**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

**29477766 - CORNEJO PAREDES DORIS
DICTAMINADOR**



**45460900 - VERA REVILLA CINTYA YADIRA
DICTAMINADOR**



**29573119 - BARRIGA ZEGARRA CARLOS MARTIN
DICTAMINADOR**



INFLUENCIA DEL CONSUMO DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS RESIDENTES DEL DISTRITO DE YANAHUARA ACERCA DE LOS INMIGRANTES VENEZOLANOS, AREQUIPA 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	github.com Fuente de Internet	1%
2	Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador Trabajo del estudiante	1%
3	dspace.casagrande.edu.ec:8080 Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Anahuac México Sur Trabajo del estudiante	1%
5	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	1%
6	repository.usta.edu.co Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	1%

DEDICATORIA

A mis familiares, quienes me apoyan en cada decisión
y me demuestran su amor incondicional todos los días.

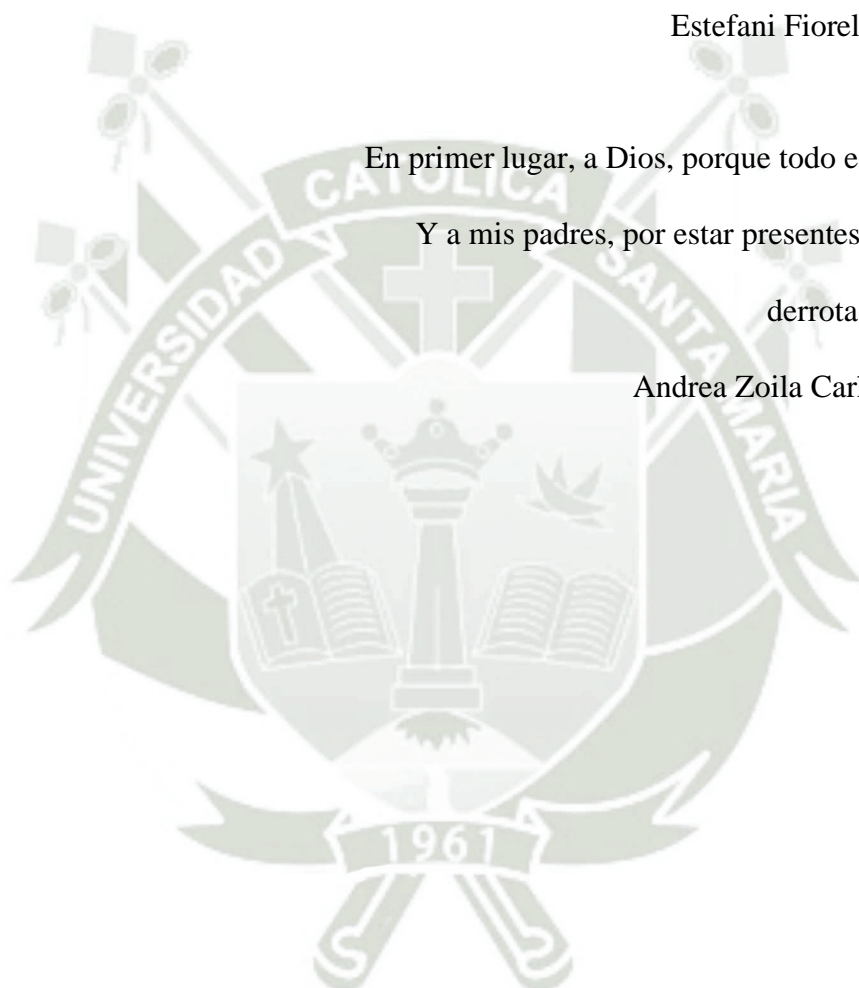
A mis ángeles Delia, Lily y Francisco, aunque siento su ausencia
puedo sentir lo orgullosos que estarían.

Estefani Fiorella Gárate Herrera

En primer lugar, a Dios, porque todo es para Él y por Él

Y a mis padres, por estar presentes en cada proceso,
derrota y logro, los amo.

Andrea Zoila Carhuachin Carranza



AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios, por ser mi luz y guía durante toda la vida.

A mis padres, Darwin y Aracelly, por enseñarme con su ejemplo

la importancia de la perseverancia para alcanzar mis metas,

A mis hermanas, Hillary y Alejandra, no habría llegado hasta aquí

sin sus consejos, cariño y apoyo incondicional.

A la coautora de esta investigación y una de mis mejores amigas,

empezamos y terminamos juntas la etapa universitaria,

pero nuestra hermandad no tendrá fin.

Estefani Fiorella Gárate Herrera

Quiero agradecer a Dios, primeramente, por ayudarme a permanecer,

todo lo que soy depende de Él.

A mis padres, familia y amigos que me animaron

con su cariño, amor y comida.

Y a mi compañera de tesis, Tefi, agradezco que estés aquí desde el primer día

hasta hoy y para siempre, sin ti no hubiera podido.

Andrea Zoila Carhuachin Carranza

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO.....	
ÍNDICE	
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I	
PLANTEAMIENTO TEÓRICO	
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
1.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	5
1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	5
1.2.1. Campo, área y línea de acción	5
1.2.2. Operacionalización de variables incluyendo	6
1.3. INTERROGANTES	7
1.3.1. INTERROGANTE PRINCIPAL.....	7
1.3.2. INTERROGANTES SECUNDARIAS	7
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	7
1.5. OBJETIVOS.....	9
1.5.1. Objetivo general	9
1.5.2. Objetivos específicos	9
1.6. HIPÓTESIS	10
2. MARCO REFERENCIAL.....	11
2.1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS	11
2.1.1. CONSUMO DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA	11
2.1.1.1. Interés de consumo	11

2.1.1.2.	Frecuencia de consumo.....	12
2.1.1.3.	Medios De Comunicación.....	16
2.1.1.4.	OPINIÓN PÚBLICA	19
3.	ANTECEDENTES	21

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	24
2.	CAMPO DE VERIFICACIÓN.....	24
2.1.	Ubicación espacial:.....	24
2.2.	Ubicación temporal:.....	24
2.3.	Unidades de estudio.....	24
2.3.1.	Universo/corpus	24
2.3.2.	Muestra/subcorpus	24
3.	ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	25
3.1.	Criterios	25
3.2.	Procedimientos	25
3.3.	Recursos.....	26

CAPÍTULO III

RESULTADOS.....	27
CONCLUSIONES	86
SUGERENCIAS	87
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	88
ANEXOS.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Rango de edad	28
Tabla 2 Género	29
Tabla 3 Situación laboral actual	30
Tabla 4 Frecuencia de encuentro con los inmigrantes venezolanos en el distrito de Yanahuara	31
Tabla 5 Confío en todo lo que veo o escucho en las noticias.....	33
Tabla 6 Puedo diferenciar entre una noticia informativa y una opinión personal de algún periodista.....	35
Tabla 7 Desde la llegada de los inmigrantes venezolanos al Perú los actos delictivos incrementaron.....	37
Tabla 8 Mi opinión cambio de manera positiva cuando interactué personalmente con algún venezolano.....	39
Tabla 9 Está bien recibir a inmigrantes venezolanos en nuestro país	40
Tabla 10 Interés cuando lee o escucha las noticias	41
Tabla 11 Cantidad de veces que ha leído/ escuchado noticias sobre los inmigrantes venezolanos	42
Tabla 12 Las noticias acerca de la comunidad venezolana son objetivas	44
Tabla 13 Me interesa más la opinión personal de un periodista con el que simpatizo, que el hecho en sí mismo	45
Tabla 14 Los inmigrantes venezolanos están presentes en la farándula peruana.....	46
Tabla 15 Sección de noticias que consumen con más frecuencia	47
Tabla 16 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están vinculados en actos delictivos	49
Tabla 17 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos participan en el cuidado del medio ambiente	50
Tabla 18 En las noticias sobre política se encuentra presencia de los inmigrantes venezolanos	51
Tabla 19 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están presentes en el deporte	52
Tabla 20 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están presentes en el espectáculo o entretenimiento	53
Tabla 21 Medio de comunicación que más utiliza para informarse.....	55

Tabla 22 He escuchado información acerca de los migrantes venezolanos en emisoras radiales	57
Tabla 23 He visto información acerca de los migrantes venezolanos en canales de televisión	58
Tabla 24 He leído información acerca de los migrantes venezolanos en periódicos	60
Tabla 25 He leído información acerca de los migrantes venezolanos en páginas web	62
Tabla 26 He leído información acerca de los migrantes venezolanos en redes sociales	63
Tabla 27 La información que recibo de los medios de comunicación influye en mi opinión acerca de los migrantes venezolanos	65
Tabla 28 Las opiniones de las personas que me rodean influyen en mi opinión acerca de los migrantes venezolanos	67
Tabla 29 Me siento conforme con las acciones que el Estado peruano implementó sobre los inmigrantes venezolanos	68
Tabla 30 Dimensión Frecuencia	69
Tabla 31 Dimensión Interes de consumo	71
Tabla 32 Dimensión Tematica	73
Tabla 33 Dimensión Medios de comunicación	75
Tabla 34 Variable Consumo de la Información Periodística	77
Tabla 35 Variable Opinión publica	79
Tabla 36 Hipótesis especifica 1	81
Tabla 37 Hipótesis especifica 2	82
Tabla 38 Hipótesis especifica 3	83
Tabla 39 Hipótesis especifica 4	84
Tabla 40 Hipótesis general	85

ÍNDICE GRÁFICAS

Grafico 1 Rango de edad.....	28
Grafico 2 Género.....	29
Grafico 3 Situación laboral actual.....	30
Grafico 4 Frecuencia de encuentro con los inmigrantes venezolanos en el distrito de Yanahuara.....	31
Grafico 5 Confío en todo lo que veo o escucho en las noticias	33
Grafico 6 Puedo diferenciar entre una noticia informativa y una opinión personal de algún periodista	35
Grafico 7 Desde la llegada de los inmigrantes venezolanos al Perú los actos delictivos incrementaron.....	37
Grafico 8 Mi opinión cambio de manera positiva cuando interactué personalmente con algún venezolano.....	39
Grafico 9 Está bien recibir a inmigrantes venezolanos en nuestro país	40
Grafico 10 Interés cuando lee o escucha las noticias	41
Grafico 11 Cantidad de veces que ha leído/ escuchado noticias sobre los inmigrantes venezolanos	42
Grafico 12 Las noticias acerca de la comunidad venezolana son objetivas.....	44
Grafico 13 Me interesa más la opinión personal de un periodista con el que simpatizo, que el hecho en sí mismo	45
Grafico 14 Los inmigrantes venezolanos están presentes en la farándula peruana.....	46
Grafico 15 Sección de noticias que consumen con más frecuencia.....	47
Grafico 16 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están vinculados en actos delictivos.....	49
Grafico 17 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos participan en el cuidado del medio ambiente	50
Grafico 18 En las noticias sobre política se encuentra presencia de los inmigrantes venezolanos	51
Grafico 19 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están presentes en el deporte	52
Grafico 20 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están presentes en el espectáculo o entretenimiento	53
Grafico 21 Medio de comunicación que más utiliza para informarse.....	55

Grafico 22 He escuchado información acerca de los migrantes venezolanos en emisoras radiales.....	57
Grafico 23 He visto información acerca de los migrantes venezolanos en canales de televisión	58
Grafico 24 He leído información acerca de los migrantes venezolanos en periódicos...60	
Grafico 25 He leído información acerca de los migrantes venezolanos en páginas web	62
Grafico 26 He leído información acerca de los migrantes venezolanos en redes sociales	63
Grafico 27 La información que recibo de los medios de comunicación influye en mi opinión acerca de los migrantes venezolanos	65
Grafico 28 Las opiniones de las personas que me rodean influyen en mi opinión acerca de los migrantes venezolanos.....	67
Grafico 29 Me siento conforme con las acciones que el Estado peruano implementó sobre los inmigrantes venezolanos	68
Grafico 30 Dimensión Frecuencia.....	69
Grafico 31 Dimensión Interes de consumo	71
Grafico 32 Dimensión Tematica	73
Grafico 33 Dimensión Medios de comunicación.....	75
Grafico 34 Variable Consumo de la Información Periodística	77
Grafico 35 Variable Opinión publica	79

RESUMEN

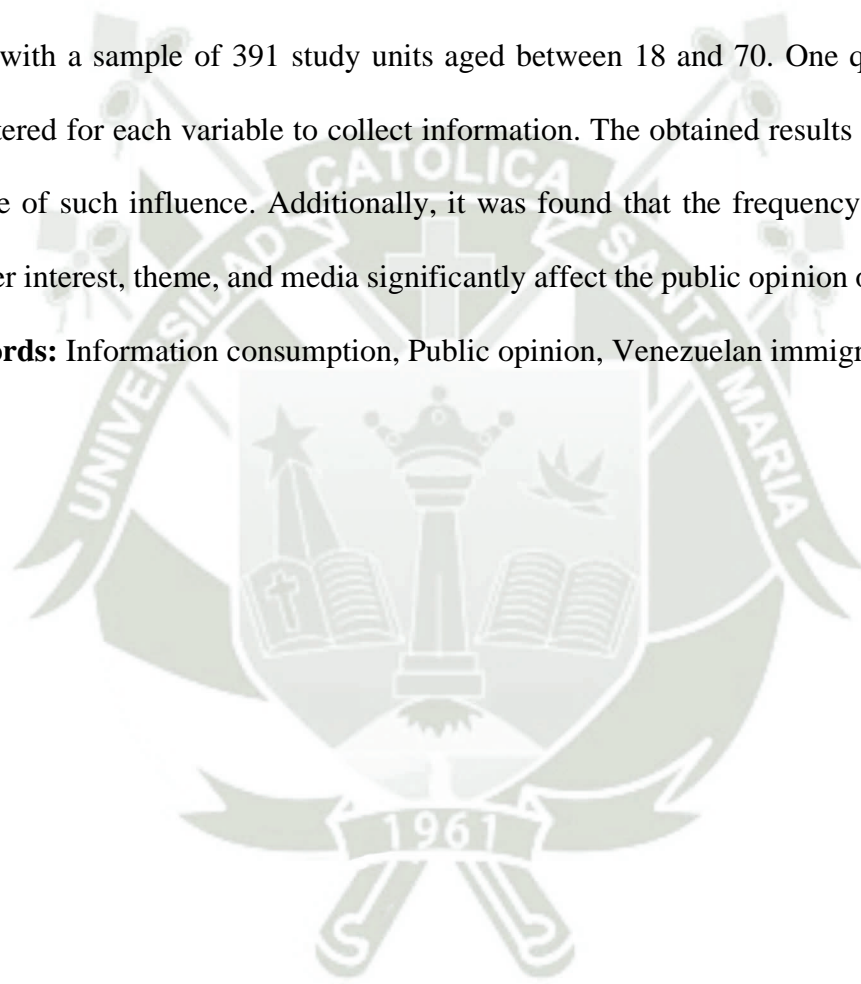
La presente investigación tiene como objetivo general determinar la influencia del consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos. La metodología aplicada fue la investigación básica con enfoque cuantitativo de nivel correlacional. Este trabajo se realizó en el distrito de Yanahuara, con una muestra de 391 unidades de estudio entre los 18 hasta los 70 años, a quienes se les aplicó 1 cuestionario por cada variable para levantar información, obteniendo como resultados que existe influencia en el consumo de información periodística sobre la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara, así como la frecuencia, interés de consumo, temática y medios de comunicación mantienen una influencia significativa en la opinión pública de las unidades de estudio.

Palabras clave: Consumo de información periodística, Opinión pública, inmigrantes venezolanos.

ABSTRACT

The general objective of this research is to determine the influence that the consumption of journalistic information has on the public opinion of the residents in the Yanahuara district regarding Venezuelan immigrants. The applied methodology involved basic research with a quantitative approach at a correlational level. This study was conducted in the Yanahuara district, with a sample of 391 study units aged between 18 and 70. One questionnaire was administered for each variable to collect information. The obtained results demonstrated the existence of such influence. Additionally, it was found that the frequency of consumption, consumer interest, theme, and media significantly affect the public opinion of the study units.

Key Words: Information consumption, Public opinion, Venezuelan immigrants.



INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación titulado: “Influencia del consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022” pretende averiguar si la opinión generalizada de los habitantes de dicho distrito es influenciada directamente por la información que ellos consumen.

Asimismo, la investigación tiene como fin llamar la atención del público acerca de como los medios de comunicación han tratado la inmigración venezolana y si su opinión frente a este problema migratorio fue influenciada por los medios.

El primer capítulo de la investigación contiene el Planteamiento Teórico, encontramos el enunciado, las variables, indicadores, subindicadores; las interrogantes de investigación, las justificaciones, objetivos, hipótesis y fundamentos teóricos

El segundo capítulo contiene el Planteamiento Operacional, presentando la metodología de la presente investigación donde se desarrolla la técnica, instrumento, se presenta el campo de verificación, la ubicación espacial y temporal, además de las unidades de estudio compuesto por el universo y muestra y finalmente, por la estrategia de recolección de datos, cronograma y método de trabajo.

El tercer capítulo contiene los Resultados de la Investigación, compuesto el análisis de tablas y gráficos, resultados finales, conclusiones y sugerencias. Finalmente, podemos encontrar las fuentes de referencias y consultas, además de anexos.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Influencia del consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022

1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Campo, área y línea de acción

- Campo: Comunicación Social
- Área: Periodismo
- Líneas: Consumo de información periodística y opinión pública

1.2.2. Operacionalización de variables incluyendo

Dimensiones, indicadores y subindicadores.

Variable	Indicador	Subindicadores
Consumo de Información Periodística	Frecuencia	Diario
		Inter diario
		Eventual
		Nunca
	Interés de consumo	Informativo
		Opinión
		Entretenimiento
	Temática	Sociedad
		Medio Ambiente
		Política
		Deportes
		Espectáculo
	Medio de comunicación	Periódico
		Canal de televisión
		Emisoras radiales
Redes Sociales		
Páginas web		
Opinión pública	Proceso tridimensional (3-D) de Crespi	Transacciones
		Comunicación
		Legitimización

Fuente: Adaptación propia en base a la información obtenida de Chero, J (2019) y Crespi, I. (2000).

1.3.INTERROGANTES

1.3.1. INTERROGANTE PRINCIPAL

- ¿Cuál es la influencia del consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022?

1.3.2. INTERROGANTES SECUNDARIAS

- ¿Cuál es la influencia de la frecuencia de consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022?
- ¿Cuál es la influencia del interés de consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022?
- ¿Cuál es la influencia de la temática del consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022?
- ¿Cuál es la influencia de los medios de comunicación periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022?

1.4.JUSTIFICACIÓN

Alrededor del mundo la segunda nacionalidad con el mayor número de solicitudes de asilo son los venezolanos, según el ACNUR (Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados), solo en el Perú los venezolanos conforman el 35% de la población inmigrante, particularmente en Arequipa el porcentaje de migrantes es del 4%.

A su primera llegada, la política migratoria estuvo enfocada en la inclusión, lo cual se reflejó en los medios de comunicación que informaban las diásporas venezolanas y la importancia de ayudar a este país vecino. Sin embargo, conforme ingresaban más migrantes y el gobierno no pudo con las exigencias, al ser un país receptor, vemos como la narrativa de los medios cambió, la representación de la comunidad está relacionada a aquellos que vienen a robarnos nuestros puestos de trabajo, asaltar a nuestras esposas y matar a nuestros compatriotas, en conjunto a gentilicios como “venecos”, “venezolanos” y “caribeños”, en donde su identidad cultural se vio ligada, en su mayoría, a características negativas.

Los medios no estuvieron preparados para enfrentar de manera correcta esta crisis migratoria y olvidaron su función de control social y podemos ver como resultado que el 60% de migrantes venezolanos, según la encuesta IPSOS, afirman haberse sentido discriminados en el territorio peruano.

La ACNUR manifiesta que la causa por la que se genera esta xenofobia es por la vinculación de prejuicios en estigmas que aumentan el temor en la sociedad, que al ser afirmada por los medios crea en el imaginario de las masas un rechazo inmediato.

La importancia del estudio se enfoca en la responsabilidad que tiene el periodismo en cualquier medio, de informar a las masas y responder a su función de control social al saber que ésta forma la opinión pública que puede ser cierta o no pero que influye y crea la sociedad del mañana.

La relevancia de esta investigación es analizar como el consumo de información en los diferentes medios influencia en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los migrantes venezolanos en esta crisis social migratoria que enfrenta nuestro país. Además de procurar convertirse en un aporte intelectual para la Escuela

Profesional de Comunicación Social. Asimismo, obtener el grado de licenciadas en comunicación social.

El estudio fue factible ya que, contamos con los recursos humanos, materiales y financieros necesarios para desarrollarlo.

La presente tesis se realizó de manera metodológica, siguiendo los pasos del método científico y los resultados serán un precedente para futuros estudios.

1.5.OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo general

Determinar la influencia del consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

1.5.2. Objetivos específicos

- Determinar la influencia de la frecuencia de consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.
- Determinar la influencia del interés de consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.
- Determinar la influencia de la temática del consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

- Determinar la influencia de los medios de comunicación periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022

1.6.HIPÓTESIS

- H0: Es probable que el consumo de la información periodística no influya en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.
- H1: Dado que, el consumo de la información periodística es la acción de buscar y recuperar datos e información con la finalidad de dar respuesta a una necesidad o interés informativo; y la opinión pública se define como las diversas formas de expresión que una sociedad tiene con respecto a temas de carácter público. Es probable que, el consumo de la información periodística influya en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.
- H2: Es probable que, la frecuencia del consumo de información periodística influya en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.
- H3: Es probable que, el interés de consumo de información periodística influya en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.
- H4: Es probable que, la temática del consumo de información periodística influya en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

- H5: Es probable que, los medios de comunicación influyan en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1.1. CONSUMO DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA

2.1.1.1. Interés de consumo

2.1.1.1.1. Informativa

Según Atorresi (1995), el periodismo informativo da a conocer un hecho, de acuerdo a patrones o recursos para informar con fidelidad la verdad, siendo el trasmisor el que prepara el enunciado.

Asimismo, García (2015) nos recuerda que la función principal del periodismo, por sobre todas las cosas, es el de informar los sucesos que acontecen en el mundo tal y como ocurrieron, utilizando las herramientas discursivas, así se crea un enunciado que es socialmente importante para los lectores, el cuál deben reflejar la sociedad sin recurrir a una narrativa que no se adhiera a los hechos reales.

2.1.1.1.2. Opinión

En cuanto al género de opinión, Saldías (2017) cree que la principal función de los periodistas es persuadir la opinión del lector haciendo uso de la argumentación. Es imperativo mencionar la especialización del campo de la opinión ya que podría ser contrario a la función misma del periodismo de informar sin persuadir.

Por otra parte Ortiz (2018), nos habla de la inherente acción del ser humano al emitir un juicio de valor, sobre todo al momento de hacer periodismo, en donde la subjetividad al crear la noticias no siempre está en el enunciado sino en el espectador con su particular

cosmovisión y forma de la realidad, lo cual el periodista aún lleva a su tarea de informar, por lo cual en el género específico de la opinión, no se aparta al proceso natural que todos hacemos al oír información, solo que está tiene el objetivo principal de argumentar un punto de vista específico para que lector pueda juzgar su propia manera de interpretar la realidad o persuadir a adherirse a la del columnista.

2.1.1.1.3. *Entretenimiento*

El negocio del espectáculo, como lo dice Acuña (2018), es aquel periodismo centrado en personajes de la farándula en la sociedad, el enfoque diverso de estos personajes, mezcla humor y tragedia, convirtiéndolo en una crónica basada en hechos reales y que a veces puede o no ser periodística.

2.1.1.2. *Frecuencia de consumo*

Según la RAE, es la repetición mayor o menor de un acto o un suceso, el número de veces que se repite un proceso periódico por unidad o el número de elementos comprendido dentro de un intervalo en una distribución determinada

Mientras que consumo, es la acción o efecto de consumir comestibles o bienes en un determinado tiempo.

En valor de la investigación la frecuencia de consumo nos referimos a la cantidad de veces que el lector consume la información. Considerando en intervalos de diario, inter diario, eventual y nunca

2.1.1.2.1. *Temática de consumo*

Según la RAE, su significado es relativo a un tema, que se dispone o ejecuta de una manera, usualmente a una colección en los que se utiliza únicamente un tema o motivo, es el conjunto de temas parciales contenidos en un asunto general

Para Acosta (2021) las temáticas de consumo, va por encima sobre qué opinión tenga de cada segmento, sino más bien qué temáticas escogidas por el público que ordenan la famosa “agenda”, que no es más que las problemáticas priorizadas. Con ello entendemos que la temática de consumo son catálogos que el medio da a escoger al público con el fin de conocer su interés y con ello, formar la programación o contenidos.

Asimismo, Crespo mencionando a Bravo, recuerda que las temáticas de consumo no solamente cumplen una función de interés para el público sino también integra la función social, es decir que contenidos son socialmente importantes y relevantes para el contexto, he ahí la razón por la cual ciertas noticias tienen más relevancia en estelares o portadas según sea el medio.

2.1.1.2.2. *Sociedad*

Hablando de contenido social, Llobet (2006) nos menciona que son “temas de exclusión social, pobreza, desempleo, acceso desigual a la salud y la educación” (2006, pg 3), podríamos mencionar que son noticias que afectan a cualquier parte de la sociedad, por ello, los segmentos de sociedad componen diferentes temas y suelen ser tan variados como un robo a una anciana o la apertura de un nuevo museo.

Adorno y Horkheimer, por ello mencionan que la característica humana es tan grande y se divide en tantos grupos que no podríamos delimitarlo solamente a un término. Lo que complementa que la temática sociedad pueda ser un menú donde cada lector, televidente y oyente puede ser complacido

2.1.1.2.3. *Medio Ambiente*

Mercado-Sáez y Monedero-Morales citando Joaquín Fernández (1995) habla de la temática Medio Ambiental como aquellas que por su característica propia abarcan temas relacionados con la naturaleza y el medio ambiente, en especial aquellos aspectos que afectan directa o indirectamente y que el público debería interesarle.

Guijarro (2008) señala que no solo son asuntos del medio ambiente, sino que trascienden al futuro que la sociedad vivirá y que viene a ser relevante para la política y la economía, que es de igual manera, local, nacional e internacional. De hecho, Aránzazu (2020) expone que las noticias como derrames de petróleo, casa ilegal, etc, son temas que afectan directamente la economía del país y que nos recuerdan lo mal informado que el público está en cuanto a políticas medio ambientales y que, en realidad, debería de ser importante.

2.1.1.2.4. *Política*

En cuanto al periodismo político, Enguix (2015) nos habla que es la práctica de acontecimientos en secciones que requieren un análisis especializado y que por ende tienen una sección referente al acontecer político o hecho político que afectan a la sociedad de manera directa o indirecta.

Gomez y Mellano (2019) ponen énfasis en el rol del profesional en el segmento político para tener un enfoque más detallado y cuidadoso al ser este de interés público y controlando la perspectiva de la masa con respecto al quehacer político.

Por la misma razón, entendemos que el periodismo especializado en política responde a la demanda histórica, tecnológica y social que en sí misma representa a lo político de la sociedad, como lo dice Rodríguez y Augusto (2016) y que difiere a la praxis en solo contar el hecho político sino en un análisis que el público demanda para poder entender lo que acontece en la esfera política.

2.1.1.2.5. *Deportes*

Lázaro (2020), afirma que el periodismo deportivo es aquel que exclusivamente trata del acontecer alrededor del deporte. Molina (2009) añade que esta red no solo incluye a lo deportivo sino el monopolio que rodea este comercio, el factor social, económico y cultural, que incluye mucho más que solo un espectáculo y que espera una

evolución constante y sostenible en el mundo actual. Por lo cual, se ve como gana el partido dentro de la agenda del interés público y desarrolla el interés social.

Morales (2012) nota unas características en el periodismo deportivo y es que no se adhiere a la función normal del periodismo ya que se considera agresivo, torna una actuación en gritos, frases y connotaciones específicas dentro del deporte. En comparación al periodismo centrado en lo elegante y correcto. Morales, hace hincapié en la dramatización que se usa y las frases que ocasionalmente, como menciona, en un campo no especializado, llevaría a la confusión.

Por último, Saona (2022) recuerda su poder que rompe barreras, su internacionalidad creo el segmento más amplio que el periodismo especializado puede tener, su interés sobre pasa el espectáculo en los diferentes medios.

2.1.1.2.6. *Espectáculo*

El periodismo de espectáculo, tal vez el periodismo especializado con mayor número de nombres, Morales y Villalobos (2010) nos mencionan la ambigüedad del mismo termino en el periodismo especializado, en cuestione de arte espectáculo o farándula también, es porque ello que más que un concepto es la actividad de informar al público acerca de los sucesos en la vida artística, pero con la característica de ser contando como una crónica, un suceso relevante en la historia del contexto social tratando de crear un criterio o un juicio de valor como lo menciona Cabrera (2011)

La información cultural, involucra no solamente un a campo del entretenimiento, sino también a protagonista de las secciones de política, deportes, etc. Mientras que Carballo (2015), nos menciona que el periodismo especializado en espectáculos o cultura es el de transmitir sucesos de la sociedad y manifestaciones culturales que entretienen al público o que genera conciencia pública.

2.1.1.3. Medios De Comunicación

2.1.1.3.1. Periódico

Koszyk y Pruys nos dice que referido a la actividad profesional es aquel que se “ocupan de la reunión, el análisis, la selección, la preparación y la difusión de noticias y comentarios, así como de material de entretenimiento que se distribuyen mediante los medios masivos”(1981: 96) La actividad periodística para ser denominada como tal necesito un canal, que, según la RAE, entendemos el concepto de periódico como dicho de un impreso: que se publica con determinados intervalos de tiempo.

Podríamos entonces deducir que, el periódico es un medio físico e impreso, donde los periodistas tiene el deber de preparar la información dependiendo de la función que está ejerza, siendo informativa, educativa o de entretenimiento en donde el público de manera masiva puede enterarse de temas de relevancia social. Cabe resaltar el hecho que sin la aparición del medio esta labor no tendría un apelativo propio.

Las principales características que componen los diarios, como nos dicen Krtaliz y Hasenay (2012) es el periodo de tiempo, el valor pasajero de sucesos que se ve resumidos en las primeras planas, asimismo, nos dice que el periódico tiene una función sociológica, política y cultural frente a la sociedad, es más una función de responsabilidad de proveer a la masa una fuente de información verídica.

Es por ello que como dice Peralta (2020) su función principal, tanto del periodista como del periódico se encuentra en el acceso a la información en conjunto a los flujos informativos, las temáticas, medio, lenguaje, géneros, planos de emisión, etc.

2.1.1.3.2. Canales de Televisión

Cebrian (2008) habla de la televisión como una expresión audiovisual, en donde los gráficos son el centro de la atención y envuelven los sentidos de la vista y el oído.

Asimismo, Luengo (2008) menciona la función de entretenimiento que posee la televisión y por ello la necesidad de más factores que puedan llamar la atención, por esta razón el carácter discursivo está centrado en distraer y complacer al televidente. Por ello, resalta la función social y cultural que cumple no solamente informando sino también ofreciendo contenidos variados de consumo.

Además, Hernández-Bermúde (1995) enfatiza la rapidez de este medio, a diferencia del periódico o radio, con programas con ritmos e imágenes a alta velocidad que llenen y cautiven al televidente, siendo está la peculiaridad del medio.

2.1.1.3.3. *Emisoras Radiales*

Sabemos que la radio es un medio de comunicación basado en envío de señales de audios a través de ondas, pero Fenández (1994) nos habla de un problema al reconocer a la radio como fenómeno y como se ha adherido en nuestra sociedad, más que un dispositivo técnico, a veces podemos mencionarla para identificar una emisora, otras veces para identificar programas o para especificar una actividad “voy a escuchar la radio”.

Consideramos la radio como un medio especializado de audio, un fenómeno cultural que involucra, efectos de sonido, silencios, diálogos, promociones, música y elementos que interrelacionan componente culturales, sociales, estéticos y diferentes técnicas como lo menciona Buendía y Pino (2008)

Cabe resalta de igual manera el componente masivo, que a diferencia de otros medios pudo llegar a lugares alejados y desiertos en donde se convirtió en la única fuente de comunicación con el mundo, convirtiéndose, en muchos casos, en un medio de educación, de debate político y un arma para aquellos que la escritura no les fue enseñada, así que, por esta razón se resalta su función social.

2.1.1.3.4. *Redes Sociales*

Según la RAE, las redes sociales se consideran un servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o vídeos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo.

Según Flores Cueto et. all (2009) una red social es un servicio que permite construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, formar una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión.

Conociendo la definición de las redes sociales, podemos decir que son plataformas formadas por individuos u organizaciones que comparten intereses o actividades en común, éstas permiten que usuarios de diferentes partes del mundo puedan mantenerse conectados e intercambien información. Actualmente las redes sociales son los canales de comunicación más utilizados por las personas, además de tener fácil acceso y permitir el envío de mensajes instantáneos o la difusión de información.

2.1.1.3.5. *Páginas web*

La RAE lo define como, la abreviación de la expresión inglesa World Wide Web, el servicio de Internet que permite acceder a la información que ofrece esta red mundial de comunicaciones: La Web constituye el mercado más grande del mundo.

Pancherres (2018) menciona su importancia y señala que es el proceso de lectura que permite visualizar información en formatos diferentes, es decir, en imágenes,

videos, texto, etc. La plataforma mundial que conecta con otras da la posibilidad de acceder a páginas en diferentes servidores, lo que se denomina la navegación web. La presencia de páginas web nos da un orden fácil y sencillo, disponible en cualquier dispositivo.

La característica principal es, la sistematización y orden que nos genera las páginas web permitiéndonos encontrar todo tipo de información en un buscador que limita la cantidad masiva de información que llega a nuestras pantallas y de la misma manera nos da la posibilidad de acceder a información sin límites fronterizos. La implementación del sistema permite encontrar información en segundos por su orden de relevancia.

2.1.1.4. OPINIÓN PÚBLICA

Proceso tridimensional (3-D) de Crespi:

La opinión pública, como nos menciona Crespi (2000) son formaciones imaginarias acerca de un tema específico que pueden aparecer y desaparecer, que se forman y van cambiando.

Su característica principal es la expresión colectiva sobre un juicio de valor en el sistema rector de un pueblo. Para entender cómo se forman las opiniones debemos comprender que los medios de comunicación no son los únicos responsables. Las personas somos seres activos y creativos, cuyas experiencias personales y directas influyen sobre lo que pensamos y sentimos.

Por esto, Crespi plantea un subproceso para cada dimensión:

- a) transacciones entre los individuos y sus ambientes,
- b) comunicación entre los individuos y las colectividades que les acogen
- c) la legitimación política de la fuerza colectiva emergente.

Crespi aclara, de igual manera que son aspectos que deben ser entendidos como un todo y como está relación entre ellos da como resultado una acción específica

2.1.1.4.1. *Transacciones*

Crespi (2000), menciona que es un subproceso inconsciente que se da en la persona, definiéndolos como sistemas actitudinales que incluyen creencias, estados afectivos, valores o intereses, además del contexto en donde creció y como este concibe la realidad o el universo creando así una opinión individual.

2.1.1.4.2.

Comunicación

La segunda dimensión para Crespi (2000) es un subproceso, de igual manera, pero que incluye a la masa, es la opinión colectiva y como la influencia de la sociedad contrasta con el conocimiento propio, esta es dada en las interacciones, es por ello que se utiliza recursos del lenguaje y que es más común en contextos grupales, discursos públicos o roles relaciones con discursos en donde se involucre más de dos personas.

2.1.1.4.3. *Legitimización*

Por último, el tercer subproceso de acuerdo a Crespi (2000) es el rol político de la opinión pública que se establece de manera colectiva, está involucra factores externos y los prioriza para entender la información y procesarla, con el fin de crear, con estos factores, un juicio de valor acerca de un tema políticamente relevante.

3. ANTECEDENTES

De acuerdo a Vásquez(2021), la propuesta de su tesis fue investigar las temáticas, formas, finalidad, frecuencia e instrumento en el consumo de periodismo digital de los estudiantes universitarios en los medios sociales en la Provincia de Arequipa. La metodología en esta investigación es descriptiva, utilizaron la herramienta de la encuesta comprendida de 372 unidades. En las principales conclusiones se encontró que los medios más utilizados fueron Facebook, Instagram, YouTube y WhatsApp; los periódicos más consumidos fueron La República, El Comercio y El Correo. Las temáticas más consumidas fueron de Sociedad, Informativo, Entretenimientos, Culturales, Ambientales y Políticos; los géneros más consumidos fueron reportajes y entrevistas, en artículos de opinión, comentarios y críticas. Y en cuanto a la frecuencia de consumo el informativo es consumido a diario, inter diario y eventual, mientras el investigativo es eventual o inter diario donde diariamente se toman entre 16 a 20 minutos. El software más utilizado fueron Android, Windows y aplicaciones, en cuanto a hardware, los Celulares Smartphones fueron los más utilizados, luego, las computadoras personales y laptops.

Según Tintaya y Monzon(2019) Se propuso como objetivo investigar la relación entre el tratamiento periodístico de la información de los diarios El Comercio y Sin Fronteras y la xenofobia de los lectores. Los sacaron 37 notas informativas en agosto de 2019, además de encuestas de 397 unidades del distrito de Arequipa en setiembre. Los principales resultados indicaron que los diarios El Correo y Sin Fronteras, en cuanto al tratamiento de la información referentes a la comunidad venezolana, presentan información “de manera frívola en la mayoría de las ocasiones en espacios mínimos, no generando así concientización alguna en el público sobre la situación de los migrantes.”.

Joyo(2020) en su investigación menciona que el objetivo de la tesis fue determinar si existe una relación entre la prensa denominada sensacionalista y como está afecta en la opinión pública de los inmigrantes venezolanos. La investigación se realizó a 30 individuos de San Juan de Lurigancho, el instrumento utilizado fue el cuestionario, que resultó en una correlación entre la variable presa sensacionalista y opinión pública, y la opinión pública afecta a la opinión pública de los inmigrantes venezolanos.



CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Técnica:

La técnica aplicada para la recolección de datos de ambas variables fue la encuesta.

Instrumento:

En el presente estudio de investigación se aplicaron dos cuestionarios compuestos por un total de 20 preguntas.

2. CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.1. Ubicación espacial:

La presente investigación se llevó a cabo en el distrito de Yanahuara, Arequipa.

2.2. Ubicación temporal:

La técnica utilizada en esta investigación se realizó entre los meses de diciembre del 2022 hasta enero del año 2023.

2.3. Unidades de estudio

2.3.1. Universo/corpus

Las unidades de estudio fueron los habitantes del distrito de Yanahuara entre los 18 hasta los 70 años conformando 17 714 personas con estas características según resultados del Censo Nacional 2017 realizado por la INEI.

Fuente: INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática).

2.3.2. Muestra/subcorpus

Se utilizaron restricciones geográficas enfocándonos en puntos de alta concurrencia, como centros comerciales y la municipalidad de Yanahuara. Cabe resaltar que no se consideró al pueblo de Sumbay por la precariedad de los medios de comunicación importantes para esta investigación.

Se utilizó una muestra no probabilística por cuotas que seguirá la fórmula de Arkin y Colton con un nivel de confiabilidad de 95% y 5% de margen de error para determinar la cantidad de la misma.

La muestra fue conformada por 391 habitantes del distrito de Yanahuara entre los 18 a los 70 años.

Fórmula utilizada:

$$n = (N \times 400) / (N + 399)$$

$$n = (17\,714 \times 400) / (17\,714 + 399)$$

$$n = 7,085,600 / 18,113$$

$$n = 391$$

3. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.1. Criterios

- Elaboración de los instrumentos.
- Se realizó una prueba piloto con 9 unidades de estudio al azar.
- Corrección del instrumento según las respuestas de la prueba piloto
- Aplicación del cuestionario a las 391 unidades de estudio

3.2. Procedimientos

- Se tabularon los resultados del cuestionario en Microsoft Excel
- Se plasmaron las tablas y gráficos de acuerdo a los datos obtenidos.
- Análisis e interpretación de los resultados.
- Elaboración de conclusiones y recomendaciones finales

3.3. Recursos

Recursos humanos

Para esta investigación se consideró a las bachilleres, Andrea Carhuachin Carranza y Estefani Gárate Herrera, además de las 391 unidades de estudio que fueron encuestadas.

Recursos financieros

Debido a que el levantamiento de datos se realizó en forma presencial y por las mismas autoras de la investigación, no se presentan gastos financieros.





CAPÍTULO III

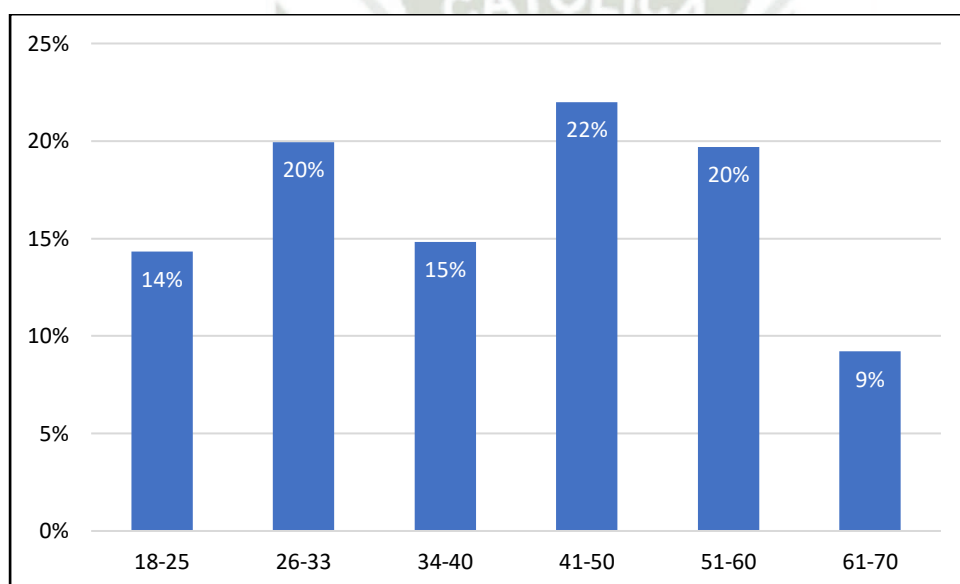
RESULTADOS

Tabla 1 **Rango de edad**

EDAD	Frecuencia	Porcentaje (%)
18-25	56	14
26-33	78	20
34-40	58	15
41-50	86	22
51-60	77	20
61-70	36	9
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 1 **Rango de edad**



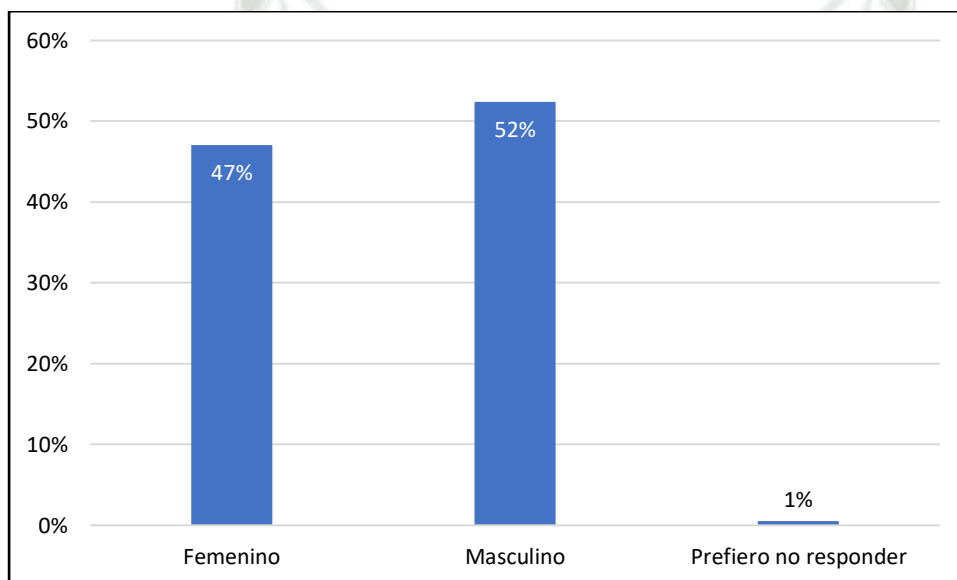
Fuente: Elaboración propia 2023

Se observa que el mayor rango de edad que participó en la investigación fue entre los 41 hasta los 50 años representando un 22%, seguido por los integrantes que tienen entre 26 a 33 años con un 20% y por los de 51 hasta 60 años conformando también un 20%, después se encuentran los de 34 hasta los 40 años con un 15%, seguido por los de 18 hasta 25 años con el 14%, finalmente las personas mayores entre 61 hasta los 70 años con un 9%.

Tabla 2 **Género**

GÉNERO	Frecuencia	Porcentaje (%)
Femenino	184	47
Masculino	205	52
Prefiero no responder	2	1
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 2 **Género**

Fuente: Elaboración propia 2023

Como se aprecia en la tabla el mayor porcentaje de unidades de estudio fue masculino, representando un 52% y el porcentaje femenino fue del 47%, finalmente solo el 1% prefirió no especificar su género.

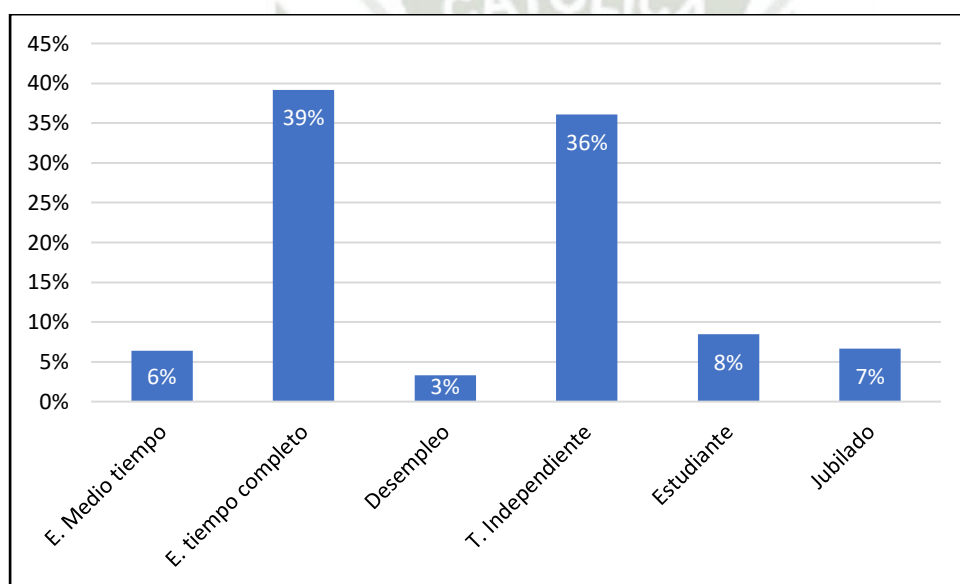
Podemos inferir que debido a que la participación de género masculino y femenino fue parcialmente equilibrada obtuvimos casi la misma cantidad de respuestas desde la perspectiva masculina como femenina.

Tabla 3 **Situación laboral actual**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
E. Medio tiempo	25	6
E. tiempo completo	153	39
Desempleo	13	3
T. Independiente	141	36
Estudiante	33	8
Jubilado	26	7
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 3 **Situación laboral actual**



Fuente: Elaboración propia 2023

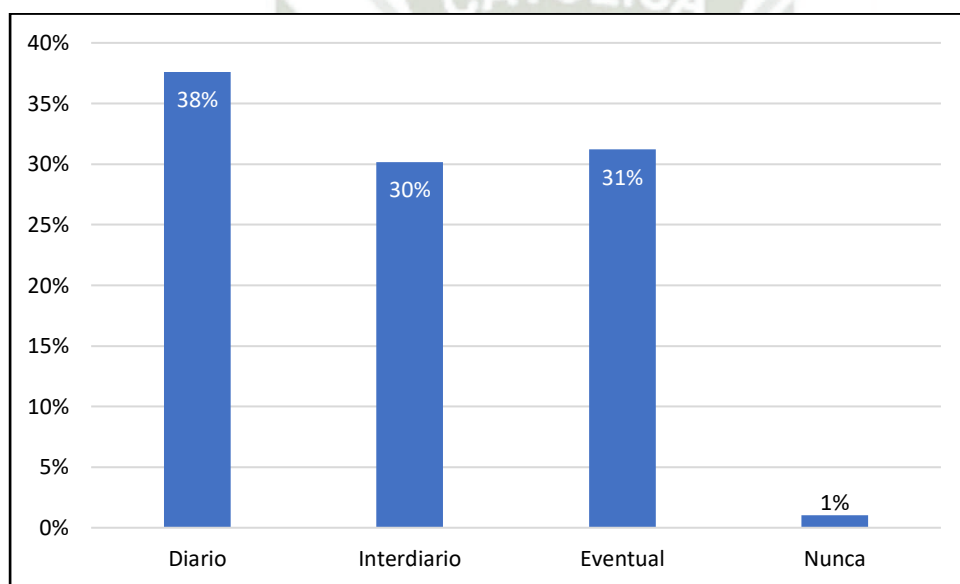
De acuerdo a la tabla notamos que el 39% de encuestados son empleados de tiempo completo, siendo el porcentaje con mayores unidades de estudio, seguidamente se encuentran los trabajadores independientes con un 36%, los estudiantes representan el 8%, jubilados el 7%, los empleados de medio tiempo conforman el 6% y en el 3% se encuentran las unidades de estudio que están desempleados.

Tabla 4 Frecuencia de encuentro con los inmigrantes venezolanos en el distrito de Yanahuara

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Diario	147	38
Inter diario	118	30
Eventual	122	31
Nunca	4	1
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 4 Frecuencia de encuentro con los inmigrantes venezolanos en el distrito de Yanahuara



Fuente: Elaboración propia 2023

Ante el enunciado: con qué frecuencia me encuentro con inmigrantes venezolanos en mi distrito, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 38% de respondió que los ve a diario, el 31% respondió que se encuentran con ellos eventualmente, el 30% se cruza con ellos inter diario y 1% nunca se ha cruzado con un venezolano en el distrito de Yanahuara.

Podemos concluir que en el distrito de Yanahuara existe una presencia mayoritaria de inmigrantes venezolanos, con interacciones diarias. Al analizar el enunciado número 11, se evidencia cómo el contacto directo con individuos venezolanos ha cambiado las opiniones de los encuestados. La importancia de este factor radica en comprender la interacción de los encuestados con los inmigrantes y cómo esto influye en sus respuestas a la encuesta.

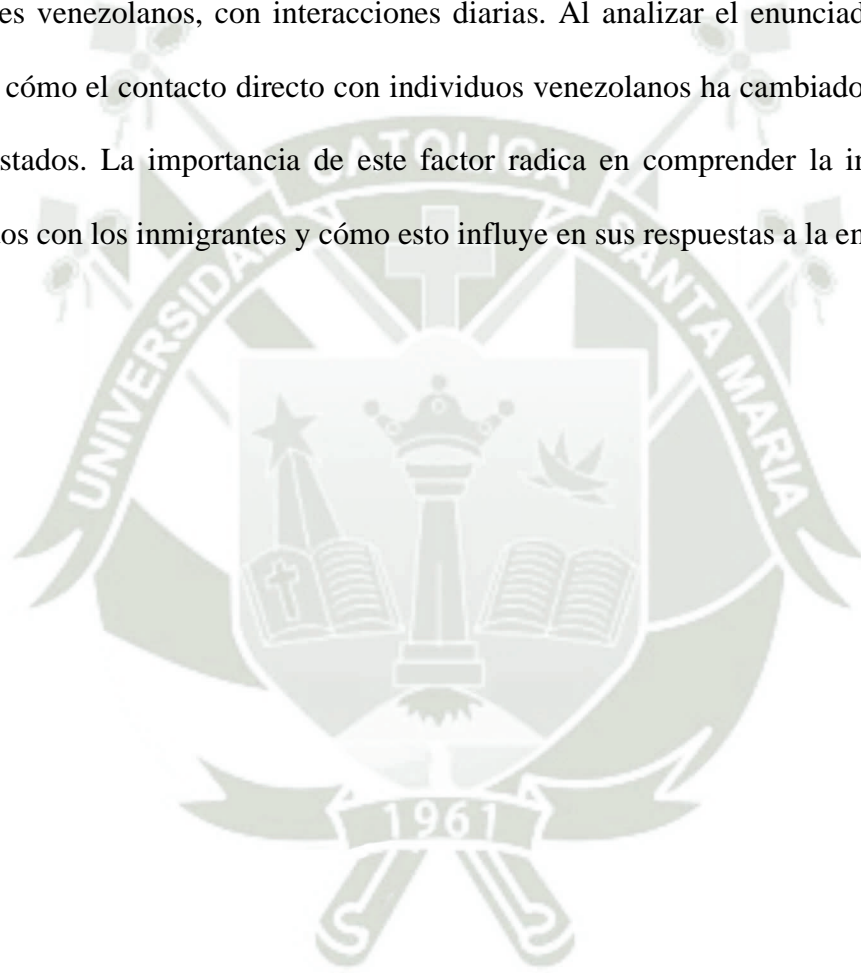
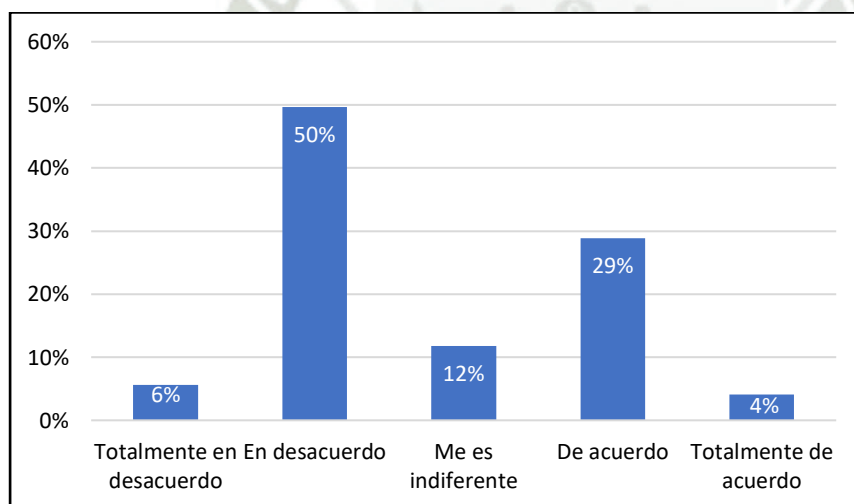


Tabla 5 **Confío en todo lo que veo o escucho en las noticias**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	22	6
En desacuerdo	194	50
Me es indiferente	46	12
De acuerdo	113	29
Totalmente de acuerdo	16	4
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 5 **Confío en todo lo que veo o escucho en las noticias**



Fuente: Elaboración propia 2023

Ante el enunciado, confió en todo lo que veo o escucho en las noticias, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 50% está en desacuerdo, el 29% está de acuerdo, el 12% manifiesta su indiferencia, el 6% está totalmente en desacuerdo y el 4% está totalmente de acuerdo.

Con respecto a esta afirmación, se observa que el mayor porcentaje, un 56%, no confía en la información de las noticias, siendo además un número considerable el que manifiesta indiferencia. Solo un 33% de los encuestados muestra confianza en lo difundido por los medios de comunicación. Estos datos revelan una preocupante falta de credibilidad de los medios ante sus consumidores en la actualidad, lo cual resulta alarmante.

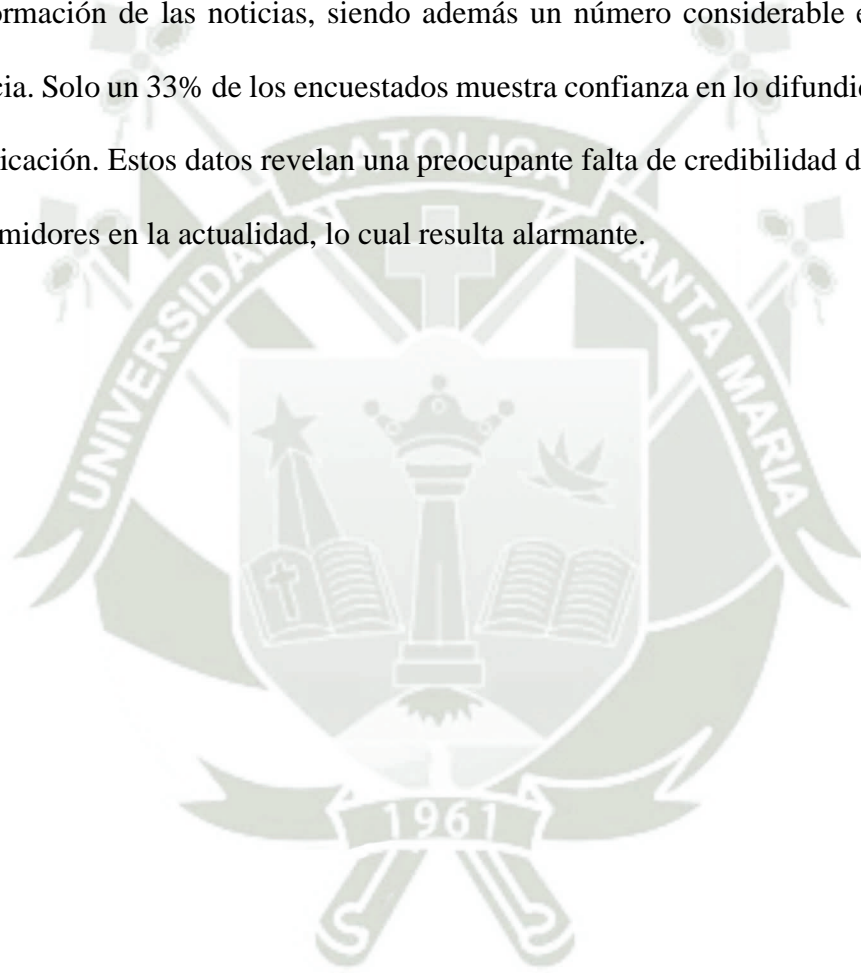
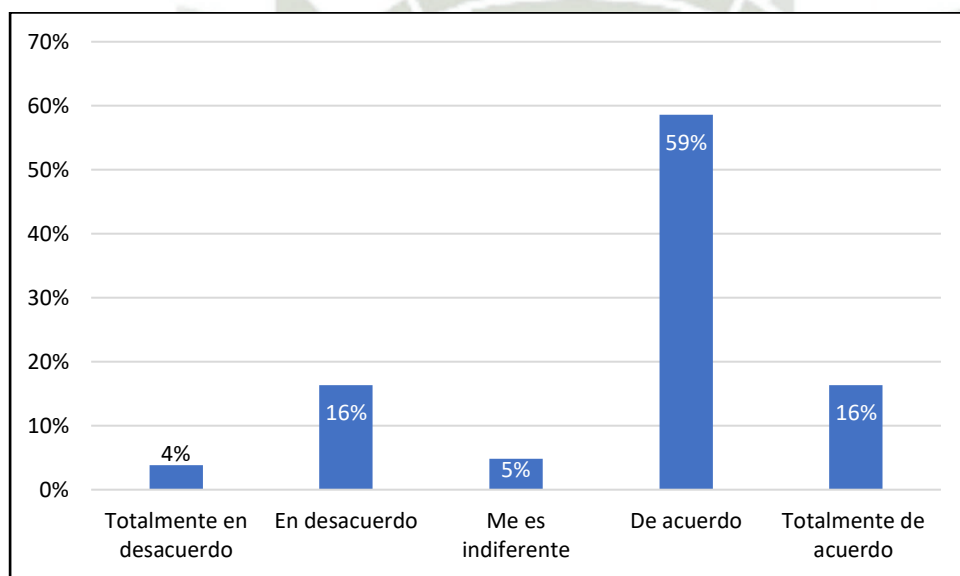


Tabla 6 **Puedo diferenciar entre una noticia informativa y una opinión personal de algún periodista**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	15	4
En desacuerdo	64	16
Me es indiferente	19	5
De acuerdo	229	59
Totalmente de acuerdo	64	16
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 6 **Puedo diferenciar entre una noticia informativa y una opinión personal de algún periodista**



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, puedo diferenciar entre una noticia informativa y una opinión personal de algún periodista, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara el 59% está de acuerdo, un 16% está totalmente de acuerdo, por otro lado, el 16% está en desacuerdo, 5% es indiferente y el 4% está totalmente en desacuerdo.

Según el enunciado, se observa que la mayoría, representando un 75%, muestra confianza en su habilidad para distinguir entre una noticia informativa y una opinión personal de un periodista. A pesar de ello, existe una minoría significativa con un 20% que duda o no está segura de poder realizar esta distinción claramente

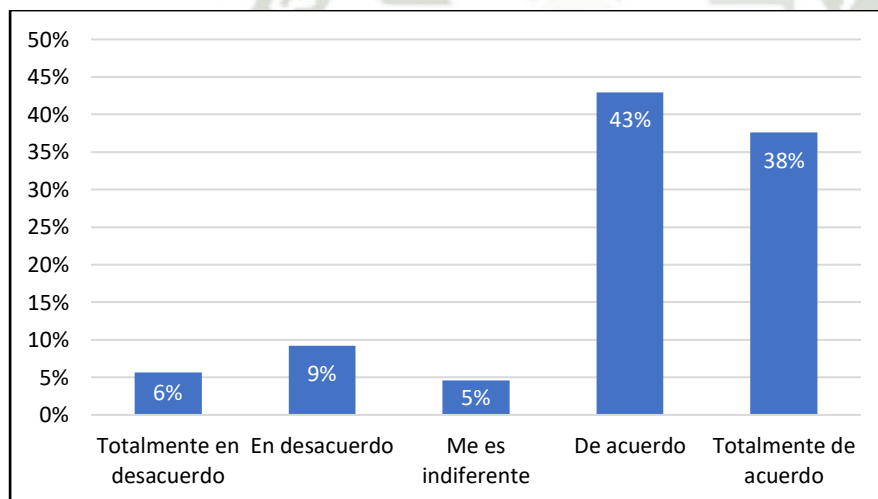


Tabla 7 Desde la llegada de los inmigrantes venezolanos al Perú los actos delictivos incrementaron.

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	22	6
En desacuerdo	36	9
Me es indiferente	18	5
De acuerdo	168	43
Totalmente de acuerdo	147	38
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 7 Desde la llegada de los inmigrantes venezolanos al Perú los actos delictivos incrementaron.



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, desde la llegada de los inmigrantes venezolanos al Perú los actos delictivos incrementaron, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara el 43% está de acuerdo, el 38% está totalmente de acuerdo, el 9% está en desacuerdo, el 6% está totalmente en desacuerdo y el 5% es indiferente.

la mayoría abrumadora de los encuestados percibe una correlación directa entre la llegada de inmigrantes venezolanos y el incremento de actos delictivos representando un 81%, mientras que el 15% no comparte esta percepción o no percibe dicha relación.

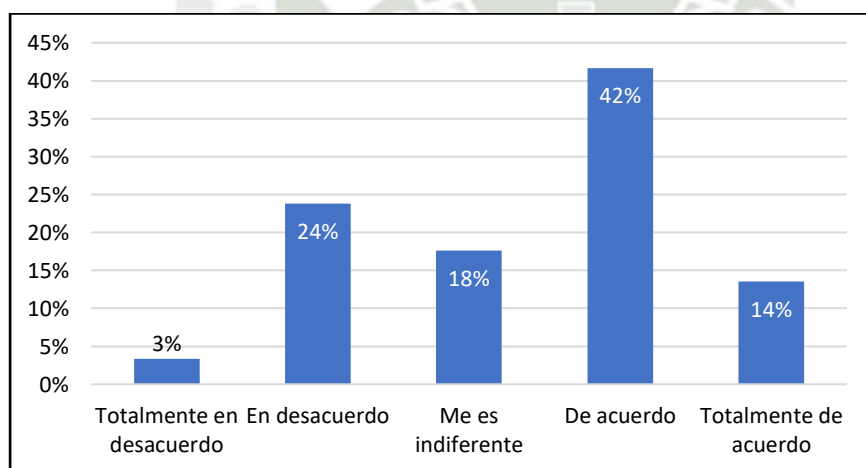


Tabla 8 Mi opinión cambio de manera positiva cuando interactué personalmente con algún venezolano

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	13	3
En desacuerdo	93	24
Me es indiferente	69	18
De acuerdo	163	42
Totalmente de acuerdo	53	14
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 8 Mi opinión cambio de manera positiva cuando interactué personalmente con algún venezolano



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, mi opinión cambio de manera positiva cuando interactué personalmente con algún venezolano, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 42% está de acuerdo, el 24% está en desacuerdo, el 18% es indiferente, el 14% está totalmente de acuerdo y solo el 3% está en desacuerdo.

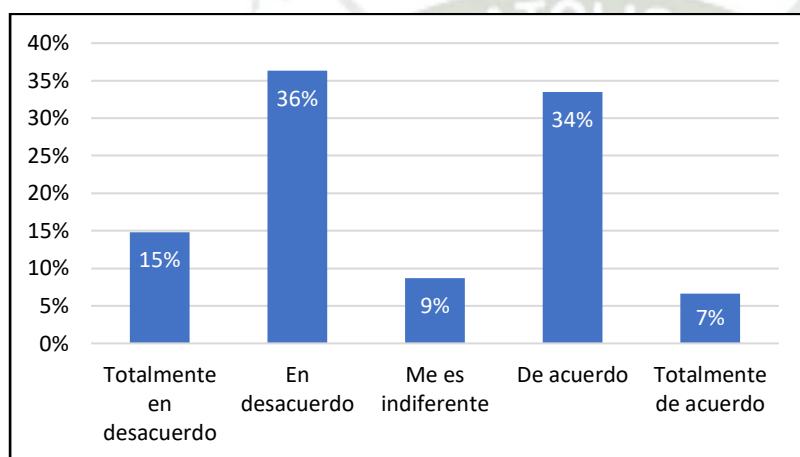
Del enunciado podemos ver que, la mayoría de los encuestados representando un 56% reporta un cambio positivo en sus opiniones después de interactuar con ciudadanos venezolanos, mientras que un 27% no experimentó este cambio o no lo consideró positivo.

Tabla 9 **Está bien recibir a inmigrantes venezolanos en nuestro país**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	58	15
En desacuerdo	142	36
Me es indiferente	34	9
De acuerdo	131	34
Totalmente de acuerdo	26	7
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 9 **Está bien recibir a inmigrantes venezolanos en nuestro país**



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, está bien recibir a inmigrantes venezolanos en nuestro país, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 36% está en desacuerdo, el 34% está de acuerdo, 15% totalmente desacuerdo, el 9% es indiferente y el 7% está totalmente de acuerdo.

Del enunciado podemos concluir que, las opiniones están divididas entre los que consideran que es adecuado recibir inmigrantes y los que no. La percepción general muestra una división mayoritaria, con un porcentaje mayor del 51% de encuestados que se oponen a la idea de recibir a inmigrantes venezolanos en comparación con aquellos que están a favor conformando un 41%.

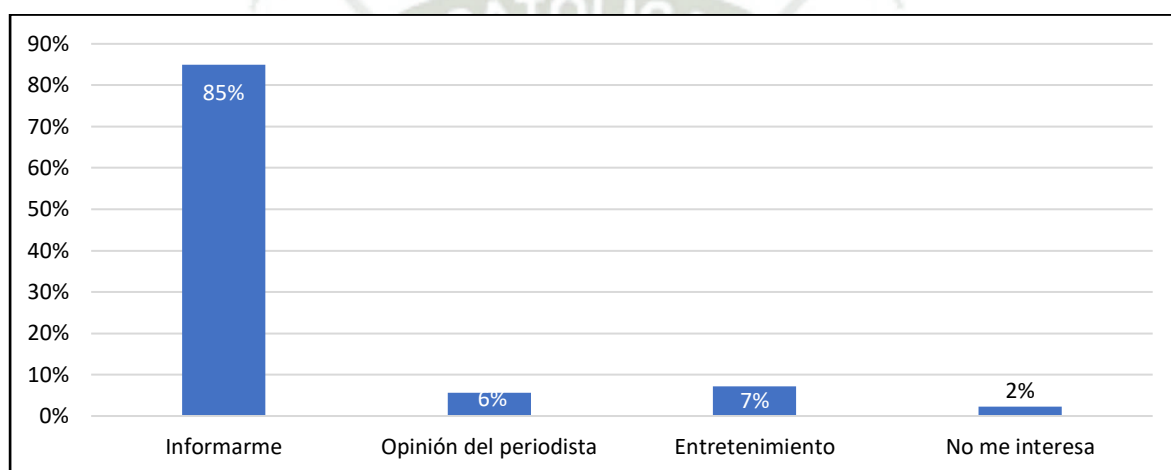
CONSUMO DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA

Tabla 10 **Interés cuando lee o escucha las noticias**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Informarme	332	85
Opinión del periodista	22	6
Entretenimiento	28	7
No me interesa	9	2
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 10 **Interés cuando lee o escucha las noticias**



Fuente: Elaboración propia 2023

Ante el enunciado, cuál es su interés cuando lee o escucha las noticias, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 85% tiene interés en informarse, el 7% tiene interés en entretenerse, a un 6% le interesa escuchar la opinión de algún periodista o líder de opinión y finalmente a el 2% no le interesa en absoluto escuchar o leer noticias.

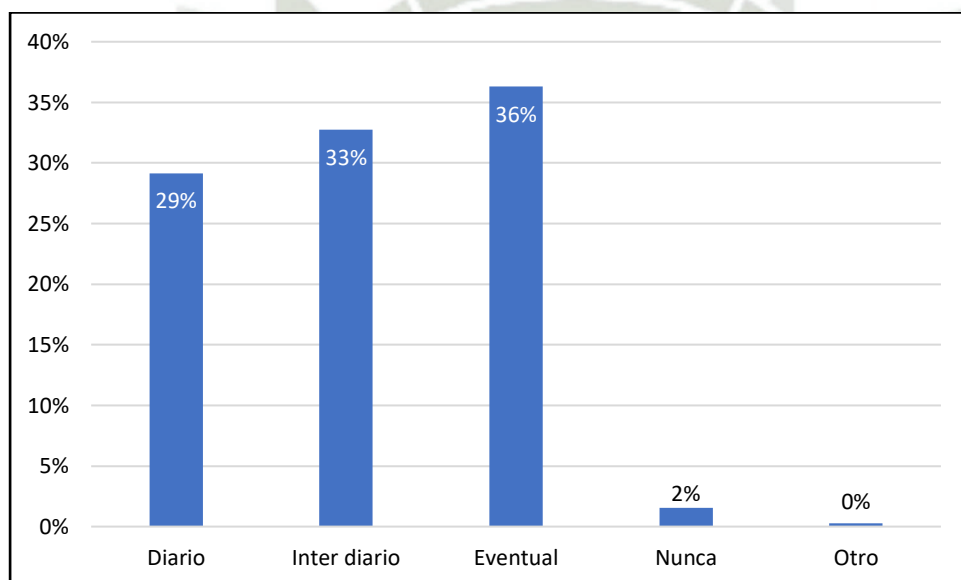
Del enunciado podemos concluir que, En la mayor parte de los encuestados su principal interés cuando leen o escuchan noticias, sin importar el medio de comunicación que escojan es informarse sobre lo que está sucediendo, podríamos inferir que esto también se debe a que nuestros encuestados consumen más noticias sobre política y sociedad, aunque los resultados también podrían deberse a que los individuos desconocen las funciones del periodismo, y solo piensan que es para informar.

Tabla 11 Cantidad de veces que ha leído/ escuchado noticias sobre los inmigrantes venezolanos

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Diario	114	29
Inter diario	128	33
Eventual	142	36
Nunca	6	2
Otro	1	0
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 11 Cantidad de veces que ha leído/ escuchado noticias sobre los inmigrantes venezolanos



Fuente: Elaboración propia 2023

Ante el enunciado, con qué frecuencia ha leído o escuchado las noticias sobre los inmigrantes venezolanos, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 36% respondió que las encuentra eventualmente, el 33% los ve inter diario, el 29% encuentra noticias a diario, solo el 2% nunca se ha enterado de noticias sobre venezolanos.

Del enunciado podemos concluir que la frecuencia que aparecen noticias de inmigrantes venezolanos en los medios de comunicación es eventual, y a pesar de que las noticias no se publican se de manera constante, basta con que las que sí se difunden sean negativas para que las personas formen una opinión sobre los venezolanos.

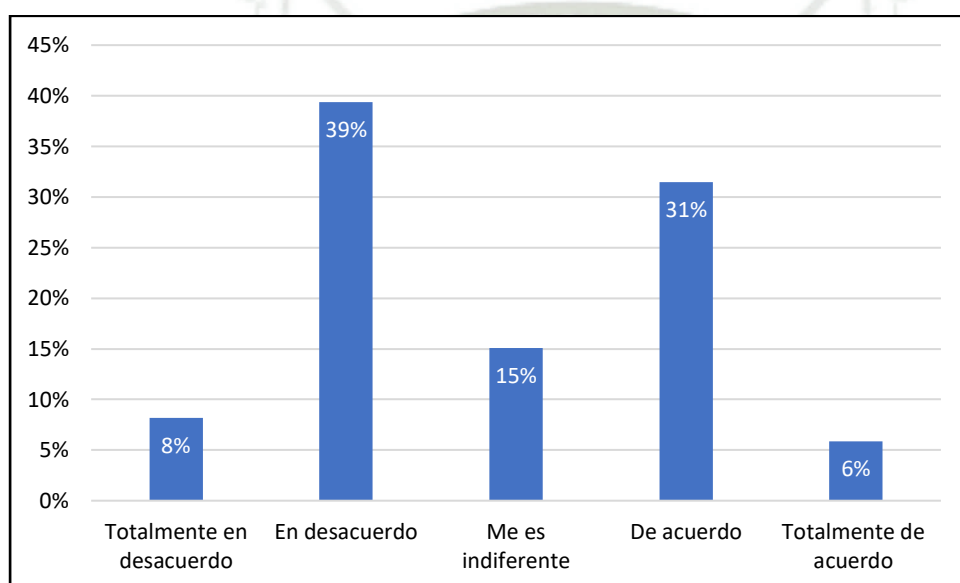


Tabla 12 Las noticias acerca de la comunidad venezolana son objetivas

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	32	8
En desacuerdo	154	39
Me es indiferente	59	15
De acuerdo	123	31
Totalmente de acuerdo	23	6
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 12 Las noticias acerca de la comunidad venezolana son objetivas



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, las noticias acerca de la comunidad venezolana son objetivas, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 39% en está en desacuerdo, el 31% se encuentra de acuerdo, el 15% es indiferente, el 8% está totalmente en desacuerdo y el 6% se encuentra totalmente de acuerdo.

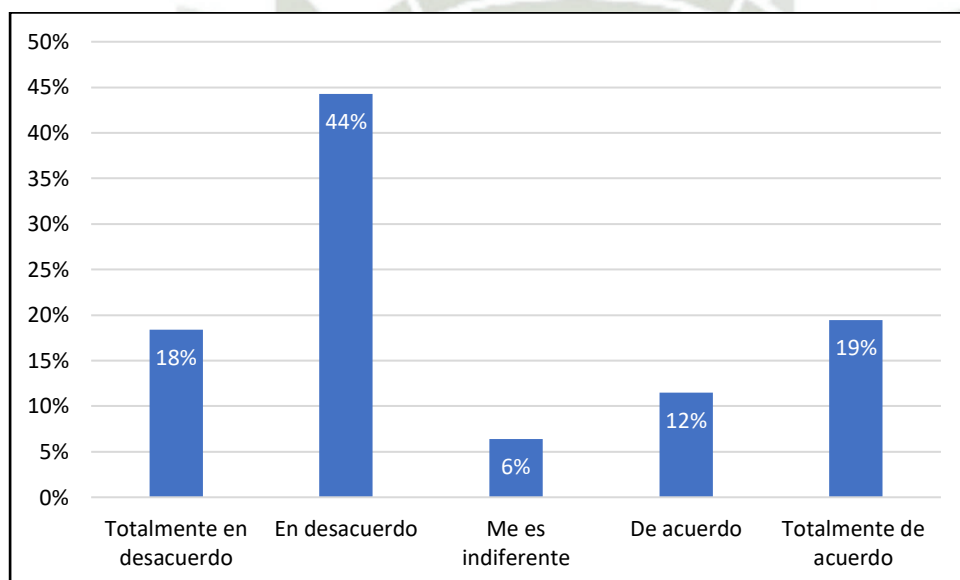
Del enunciado podemos concluir que, hay una división de opiniones entre los encuestados del distrito de Yanahuara respecto a la objetividad de las noticias sobre la comunidad venezolana. Casi la mitad de los encuestados conformando un 47% muestra escepticismo o desacuerdo con la objetividad de estas noticias, mientras que solamente 37% está de acuerdo con su objetividad percibida.

Tabla 13 **Me interesa más la opinión personal de un periodista con el que simpatizo, que el hecho en sí mismo**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	72	18
En desacuerdo	173	44
Me es indiferente	25	6
De acuerdo	45	12
Totalmente de acuerdo	76	19
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 13 **Me interesa más la opinión personal de un periodista con el que simpatizo, que el hecho en sí mismo**



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, me interesa más la opinión personal de un periodista con el que simpatizo que el hecho en sí mismo, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara el 44% está en desacuerdo, el 19% está totalmente de acuerdo, el 18% está totalmente en desacuerdo, el 12% está de acuerdo y el 6% es indiferente.

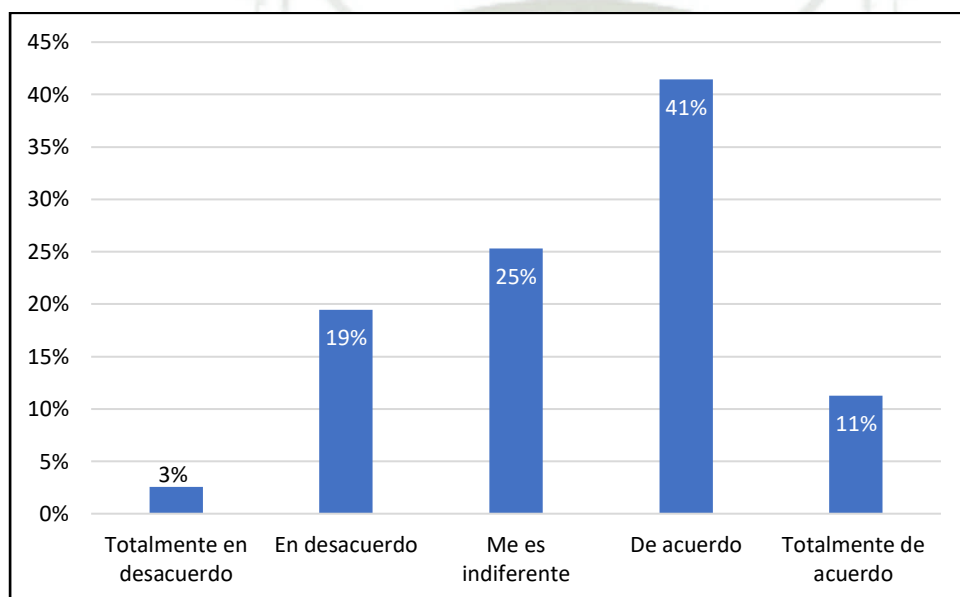
Del enunciado, podemos concluir que, al consumir información la mayor parte de los encuestados le dan más interés a la noticia que a la opinión de los periodistas representando un 62%, mientras que el 31% está más interesado en la opinión del periodista que en el hecho en cuestión.

Tabla 14 Los inmigrantes venezolanos están presentes en la farándula peruana

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	10	3
En desacuerdo	76	19
Me es indiferente	99	25
De acuerdo	162	41
Totalmente de acuerdo	44	11
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 14 Los inmigrantes venezolanos están presentes en la farándula peruana



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, los inmigrantes venezolanos están presentes en la farándula peruana de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 41% está de acuerdo, el 25% es indiferente, el 19% está en desacuerdo, 11% está totalmente en de acuerdo y 3% está totalmente en desacuerdo

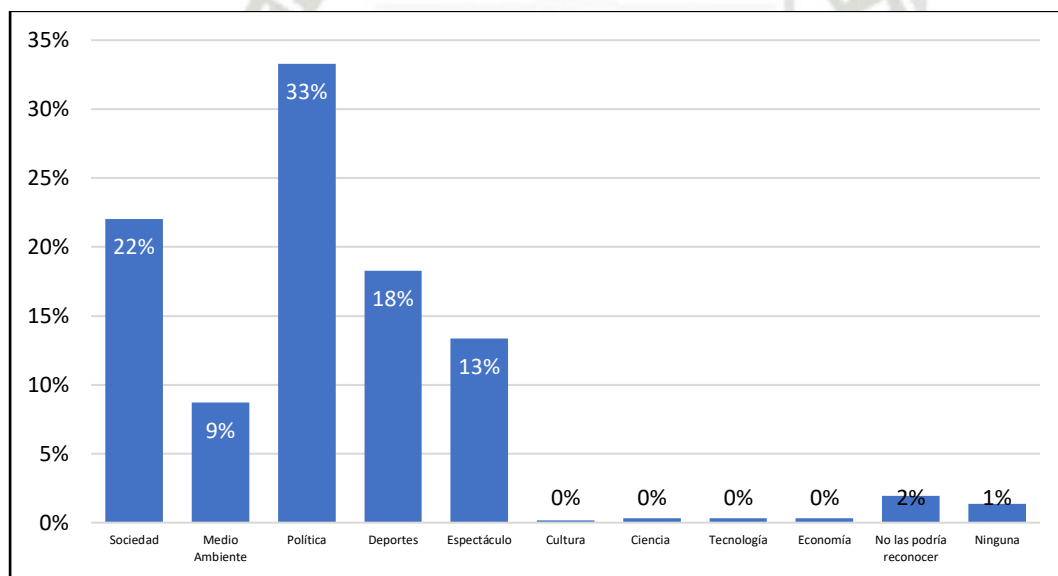
En resumen, una mayoría ligeramente mayor conformando el 52% de los encuestados está a favor de la presencia de inmigrantes venezolanos en la farándula peruana, mientras que un 22% se opone a esta idea. Sin embargo, un cuarto de los encuestados siendo el 25% muestra indiferencia ante esta premisa.

Tabla 15 Sección de noticias que consumen con más frecuencia

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sociedad	147	22
Medio Ambiente	58	9
Política	222	33
Deportes	122	18
Espectáculo	89	13
Cultura	1	0
Ciencia	2	0
Tecnología	2	0
Economía	2	0
No las podría reconocer	13	2
Ninguna	9	1
TOTAL	667	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 15 Sección de noticias que consumen con más frecuencia



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, cuál es la sección de noticia que consume con más frecuencia, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, donde se podía marcar más de una opción, el 33% escogió la sección de política, el 22% escogió la sección de sociedad, el 18% escogió la sección de deportes, el 13% espectáculo, el 9% escogió las noticias referidas al medio ambiente, el 2% no podría reconocer las diferentes secciones, un 1% menciona que no consume ninguna sección, en las respuestas agregadas por los encuestados, también se menciona la sección de economía, tecnología, ciencia y cultura.

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados pueden distinguir las diversas secciones dentro de las noticias, lo que refleja sus preferencias al informarse. Las secciones de política, sociedad y deportes emergen como líderes en términos de interés, seguidas de cerca por entretenimiento, medio ambiente y otras áreas específicas de noticias.

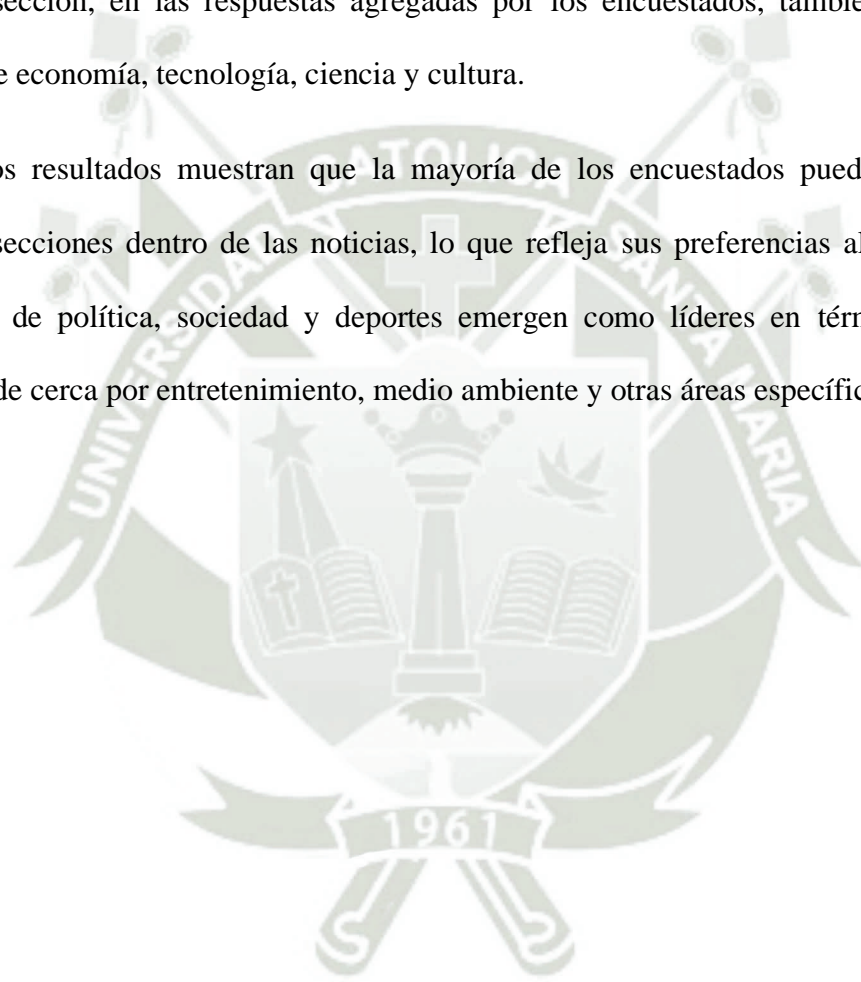
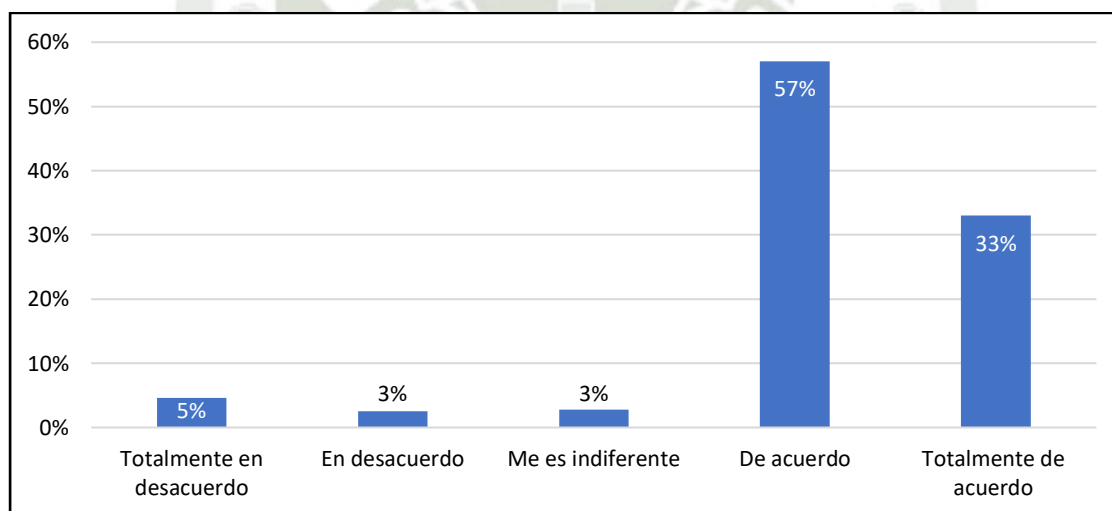


Tabla 16 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están vinculados en actos delictivos

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	18	5
En desacuerdo	10	3
Me es indiferente	11	3
De acuerdo	223	57
Totalmente de acuerdo	129	33
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 16 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están vinculados en actos delictivos



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, según las noticias, los inmigrantes venezolanos están vinculados en actos delictivos, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 57% está de acuerdo, el 33% está totalmente de acuerdo, el 5% está totalmente en desacuerdo, 3% cree que es indiferente y el 3% está en desacuerdo.

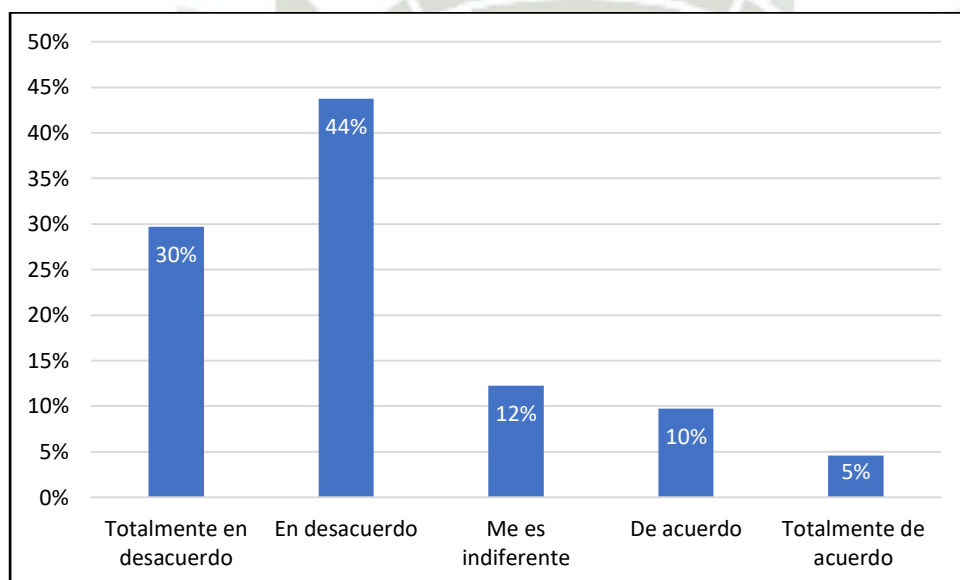
Con relación al enunciado observamos que la mayoría de los encuestados representando un 90% percibe una relación entre los inmigrantes venezolanos y los actos delictivos según las noticias, en contraste con 8% siendo este un porcentaje menor que no concuerda con esta asociación.

Tabla 17 **De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos participan en el cuidado del medio ambiente**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	116	30
En desacuerdo	171	44
Me es indiferente	48	12
De acuerdo	38	10
Totalmente de acuerdo	18	5
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 17 **De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos participan en el cuidado del medio ambiente**



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, según las noticias, los inmigrantes venezolanos participan en el cuidado del medio ambiente, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 44% está en desacuerdo, el 30% está en total desacuerdo, el 12% es indiferente, el 10% está de acuerdo y el 5% está totalmente de acuerdo.

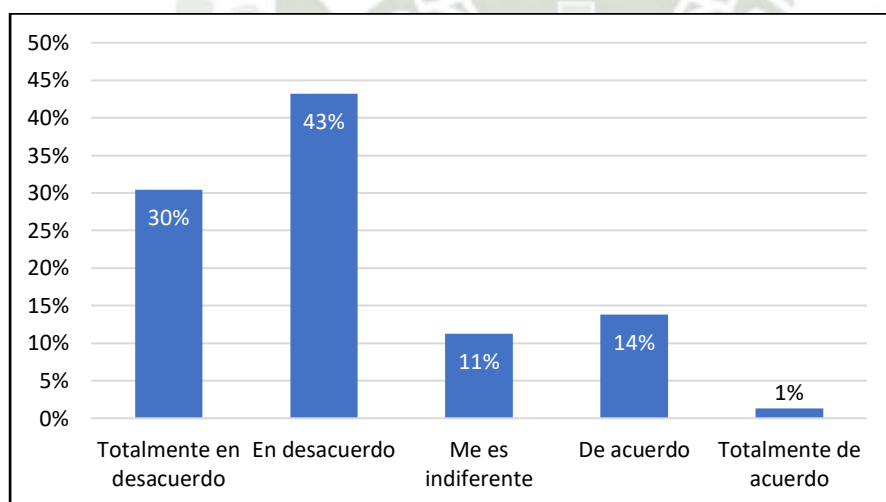
Con relación al enunciado, podemos ver el 74% de los encuestados no encuentran presencia de inmigrante venezolanos en las noticias referentes al medio ambiente, al punto que solamente el 15% se encuentra de acuerdo.

Tabla 18 **En las noticias sobre política se encuentra presencia de los inmigrantes venezolanos**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	119	30
En desacuerdo	169	43
Me es indiferente	44	11
De acuerdo	54	14
Totalmente de acuerdo	5	1
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 18 **En las noticias sobre política se encuentra presencia de los inmigrantes venezolanos**



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, en las noticias sobre política se encuentra presencia de inmigrantes venezolanos, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 43% está en desacuerdo, el 30% está totalmente en desacuerdo, el 14% está de acuerdo, el 11% es indiferente y el 1% está totalmente de acuerdo.

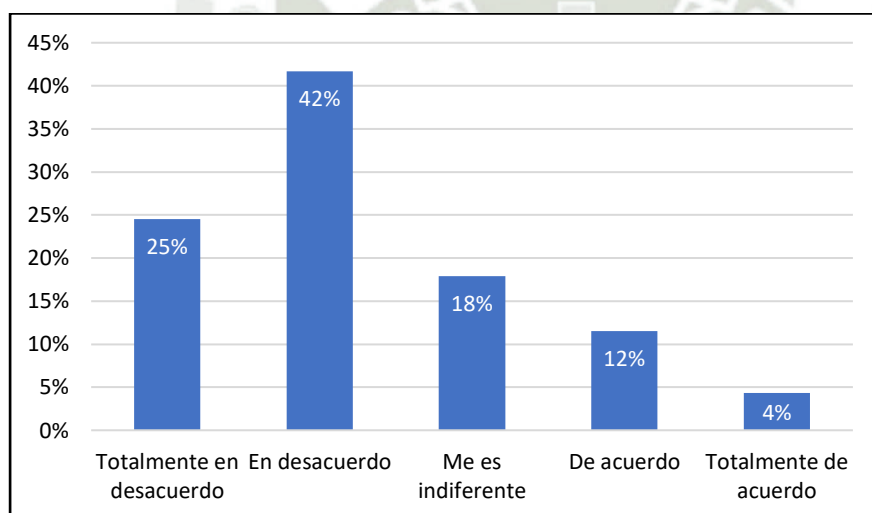
Con referencia al enunciado, podemos concluir que la presencia de los inmigrantes venezolanos en las noticias de política es mínima, siendo el 73% de los encuestados, mientras que el 12% afirma la premisa. Además de destacar que a los pobladores no les interesa encontrar a un venezolano en actividades políticas en nuestro país.

Tabla 19 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están presentes en el deporte

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	96	25
En desacuerdo	163	42
Me es indiferente	70	18
De acuerdo	45	12
Totalmente de acuerdo	17	4
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 19 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están presentes en el deporte



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, en las noticias sobre deporte se encuentra presencia de inmigrantes venezolanos, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 42% está en desacuerdo, el 25% está totalmente en desacuerdo, el 18% es indiferente, el 12% está de acuerdo y el 4% está totalmente de acuerdo.

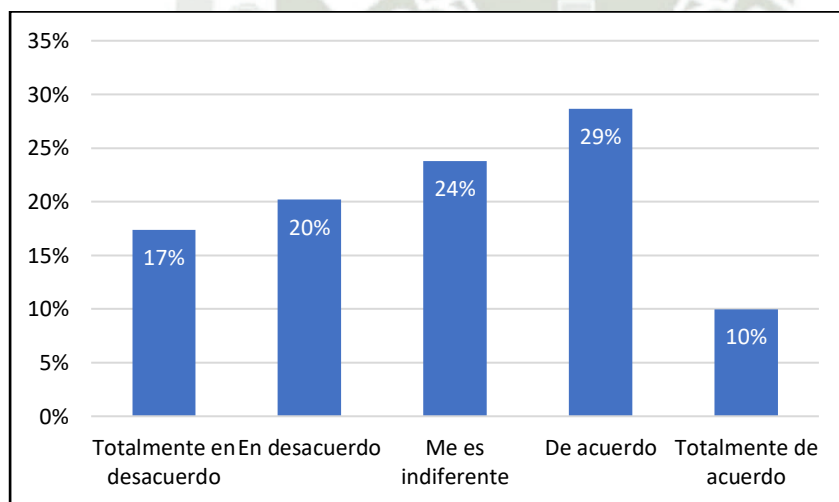
Con relación al enunciado, la presencia de inmigrantes venezolanos en los deportes es mínima esto con el 67% de los encuestados que niegan la premisa y el 18% que le es indiferente la presencia de los venezolanos en el deporte.

Tabla 20 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están presentes en el espectáculo o entretenimiento

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	68	17
En desacuerdo	79	20
Me es indiferente	93	24
De acuerdo	112	29
Totalmente de acuerdo	39	10
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 20 De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están presentes en el espectáculo o entretenimiento



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, en las noticias sobre espectáculos o entretenimientos se encuentra presencia de inmigrantes venezolanos, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, 29% está de acuerdo, el 24% es indiferente, el 20% está en desacuerdo, 17% está totalmente en desacuerdo y el 10% está totalmente de acuerdo.

Del enunciado podemos ver que el 39% de los individuos puede reconocer a algún migrante en el espectáculo, sin embargo, agregando también que el 37% no puede ver la presencia de los mismos en dicho segmento, asimismo, podemos ver que el siguiente segmento preponderante que conforma el 24% le es indiferente la presencia de los venezolanos en este segmento en específico, esto también se debe a que pocas personas se interesan en la sección de espectáculos.

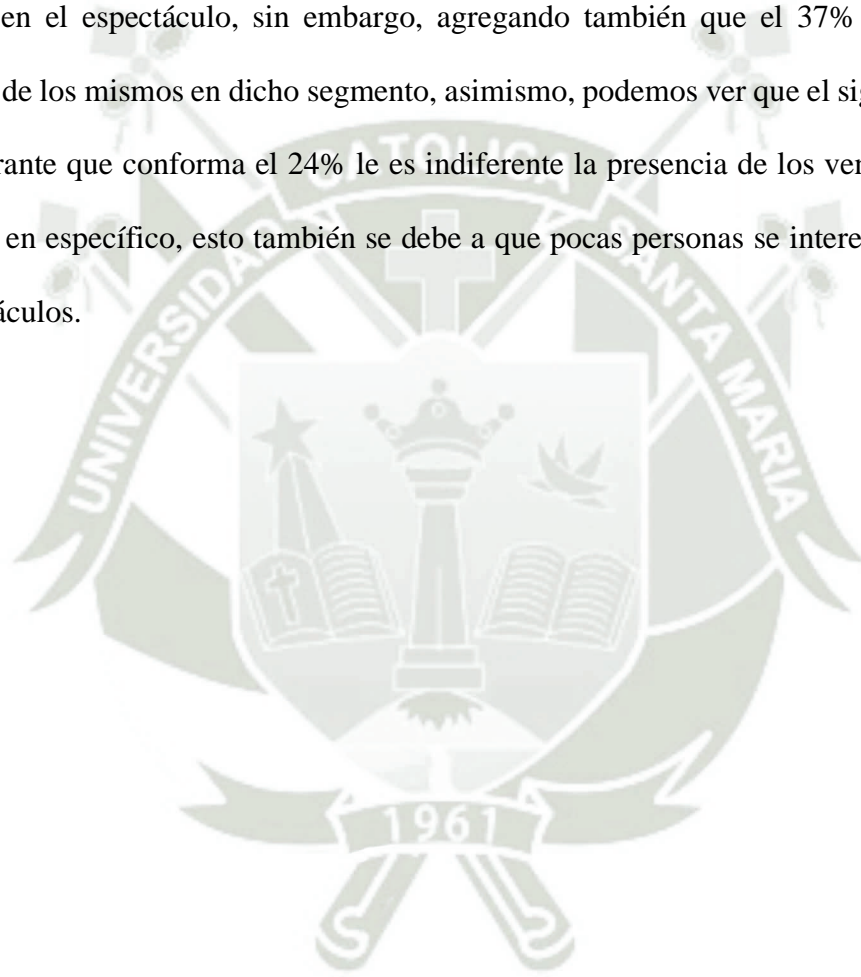
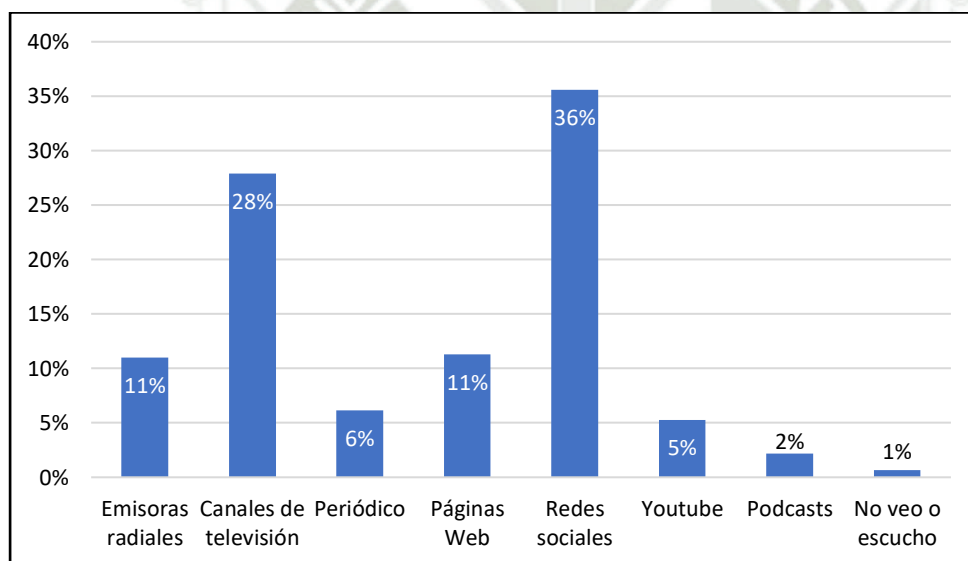


Tabla 21 Medio de comunicación que más utiliza para informarse

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Frecuencia	Porcentaje (%)
Emisoras radiales	86	11
Canales de televisión	218	28
Periódico	48	6
Páginas Web	88	11
Redes sociales	278	36
YouTube	41	5
Podcasts	17	2
No veo o escucho	5	1
TOTAL	781	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 21 Medio de comunicación que más utiliza para informarse



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, cuál es el medio de comunicación que más utiliza para informarse de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, donde se podía marcar más de una opción, el 36% utiliza las redes sociales, el 28% a través de la televisión, el 11% a través de la radio, 11% por páginas web, el 6% por medio del periódico, el 5% por YouTube, el 2% a través de podcast y el 1% escogió la opción de no escucho o veo ninguna noticia.

Del enunciado podemos concluir que, el medio por donde los encuestados consumen información es a través de las redes sociales, fuente que no suele ser confiable a menos que sea por las cuentas oficiales de los periódicos y aún allí, la información puede no ser verídica, cayendo en las fakes news.

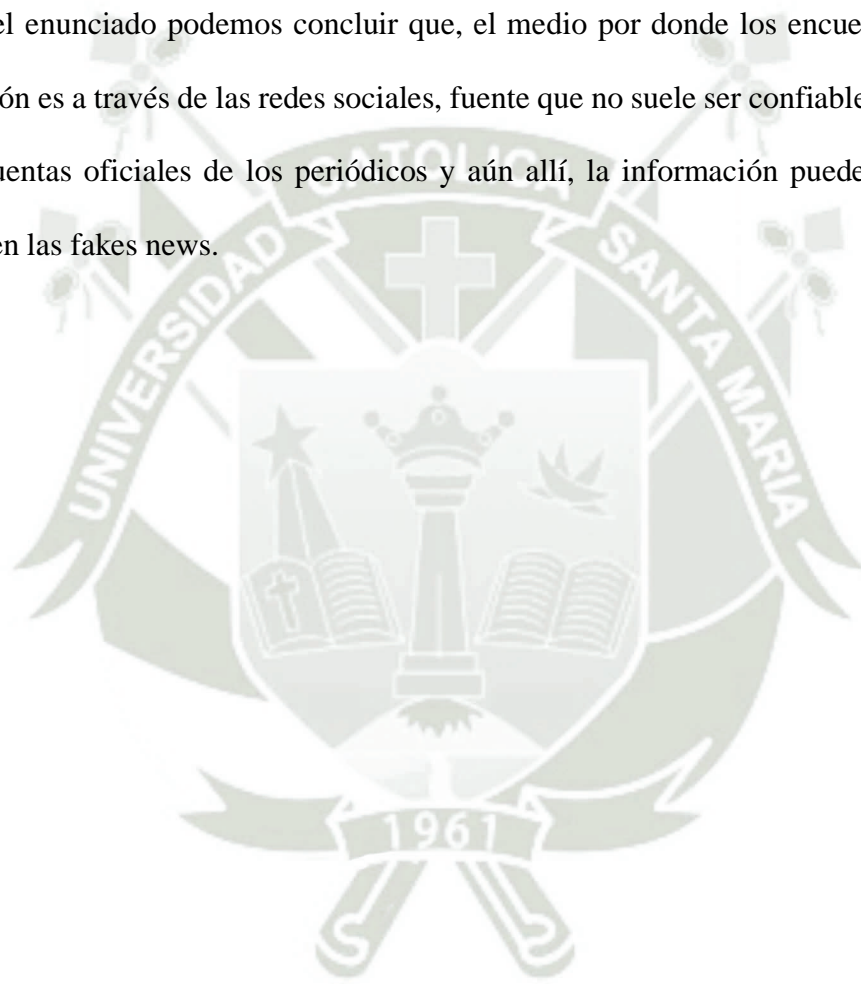
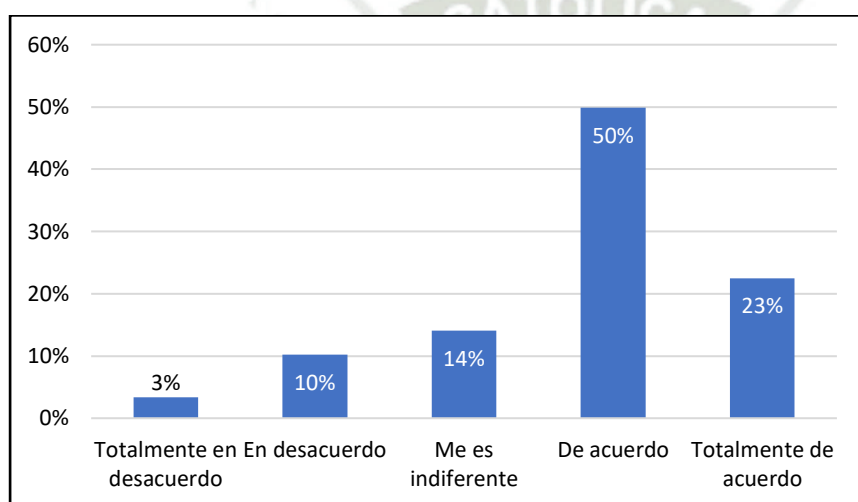


Tabla 22 **He escuchado información acerca de los migrantes venezolanos en emisoras radiales**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	13	3
En desacuerdo	40	10
Me es indiferente	55	14
De acuerdo	195	50
Totalmente de acuerdo	88	23
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 22 **He escuchado información acerca de los migrantes venezolanos en emisoras radiales**



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, he escuchado información acerca de los migrantes venezolanos en las emisoras de radios de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 50% está de acuerdo, el 23% está totalmente de acuerdo, el 14% es indiferente, el 10% está en desacuerdo y el 3% está totalmente en desacuerdo.

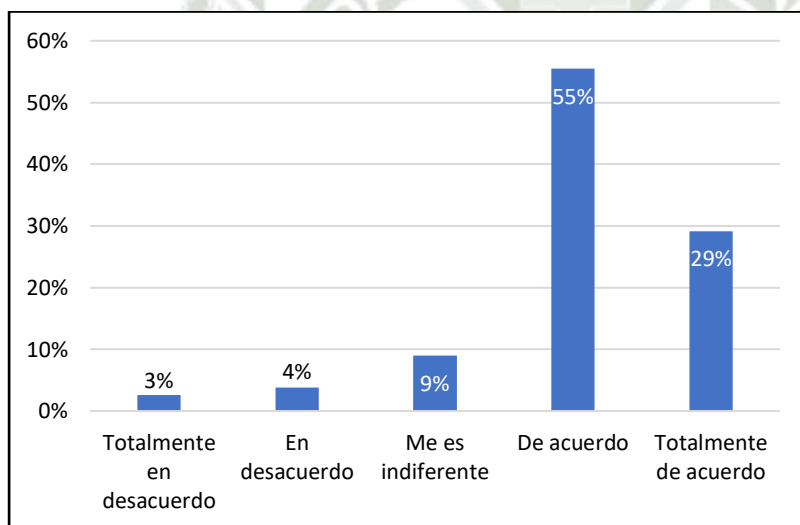
Del enunciado podemos concluir que, el 73% de los individuos recuerdan haber escuchado alguna noticia sobre los inmigrantes venezolanos, sin embargo, a diferencia de los otros medios de comunicación, en las emisoras radiales la cantidad de noticias relacionadas a los venezolanos es menor, esto también podría deberse a que son pocos los encuestados que se informan a través de la radio, seguidamente por el 13% que está en desacuerdo en cuanto a ver presencia de venezolanos en dicho medio.

Tabla 23 **He visto información acerca de los migrantes venezolanos en canales de televisión**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	10	3
En desacuerdo	15	4
Me es indiferente	35	9
De acuerdo	217	55
Totalmente de acuerdo	114	29
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 23 **He visto información acerca de los migrantes venezolanos en canales de televisión**



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, he escuchado información acerca de los migrantes venezolanos en la televisión de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 55% está de acuerdo, el 29% está totalmente de acuerdo, el 9% es indiferente, el 4% está en desacuerdo y el 3% está totalmente en desacuerdo.

Del enunciado podemos concluir que, más de la mitad de los encuestados, es decir el 84% recuerdan con claridad haber visto una noticia específicamente en este medio, a diferencia del ítem anterior podemos ver que la presencia de los inmigrantes venezolanos es mayor por la manera que está estructurado el formato televisivo, las noticias más “vendibles” mayormente son más transmitidas en horarios estelares.

Asimismo, destacar que solo el 7% no pudo ver presencia de venezolanos en este medio.

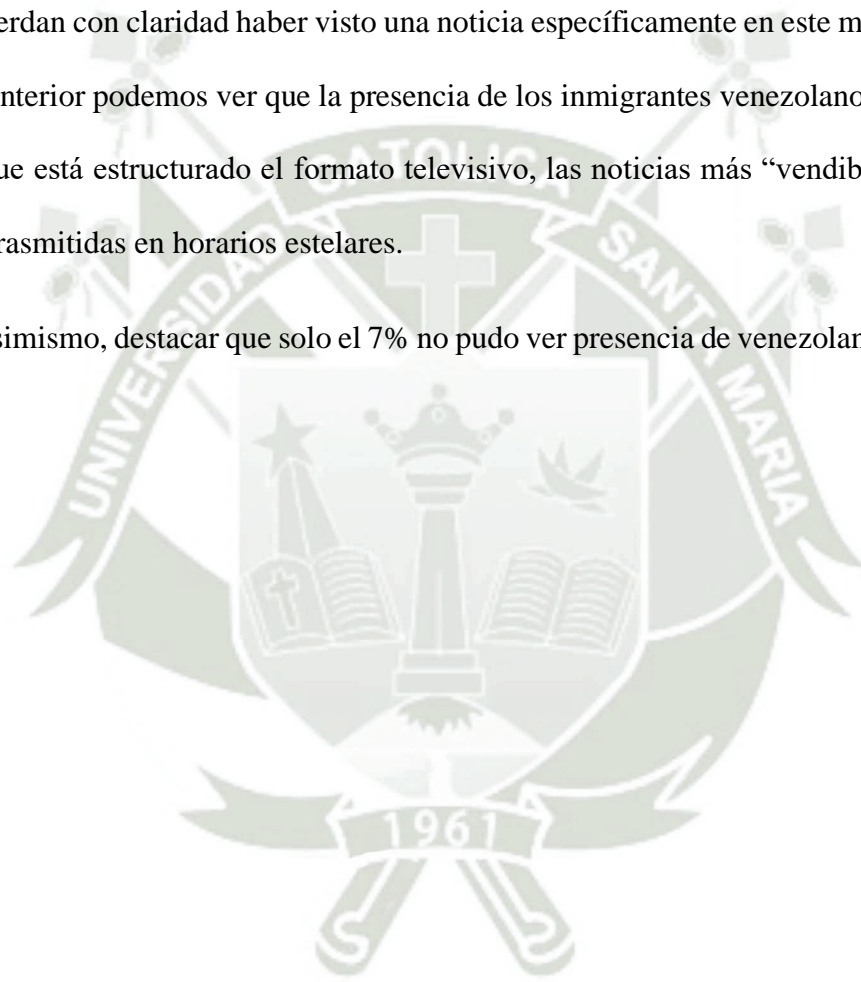
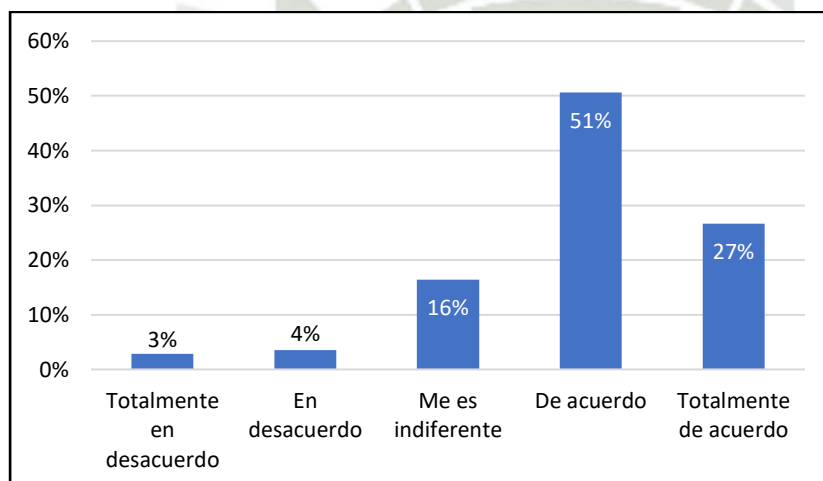


Tabla 24 **He leído información acerca de los migrantes venezolanos en periódicos**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	11	3
En desacuerdo	14	4
Me es indiferente	64	16
De acuerdo	198	51
Totalmente de acuerdo	104	27
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 24 **He leído información acerca de los migrantes venezolanos en periódicos**



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, he escuchado información acerca de los migrantes venezolanos en el periódico, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 51% está de acuerdo, el 27% está totalmente de acuerdo, el 16% es indiferente, el 4% está en desacuerdo y el 3% está en totalmente desacuerdo.

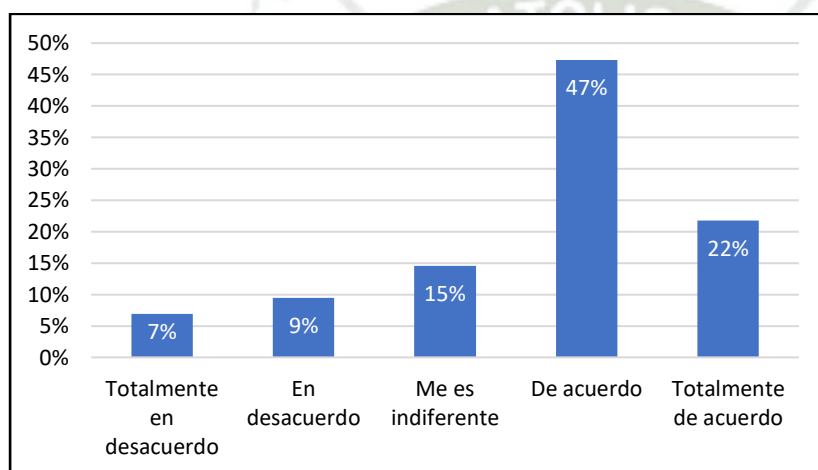
Del enunciado podemos concluir que, el 78% conformando más de la mitad de la muestra pudo ver presencia de venezolanos en los periódicos, además de destacar que solo el 7% no encuentra presencia de los inmigrantes en este medio. Si bien son pocos los encuestados que utilizan periódicos para informarse conformados por un , este medio es uno de los que presenta porcentaje más alto en cuanto a noticias sobre inmigrantes venezolanos, un dato importante es que para este ítem el grado de indiferencia es alto en comparación con los otros enunciados sobre medios de comunicación, podemos inferir entonces que esto se debe a que la cantidad de personas que leen periódicos es menor.

Tabla 25 He leído información acerca de los migrantes venezolanos en páginas web

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	27	7
En desacuerdo	37	9
Me es indiferente	57	15
De acuerdo	185	47
Totalmente de acuerdo	85	22
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 25 He leído información acerca de los migrantes venezolanos en páginas web



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, he escuchado información acerca de los migrantes venezolanos en páginas web, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 47% está de acuerdo, el 22% está totalmente de acuerdo, el 15% es indiferente, el 9% está en desacuerdo y el 7% está en desacuerdo.

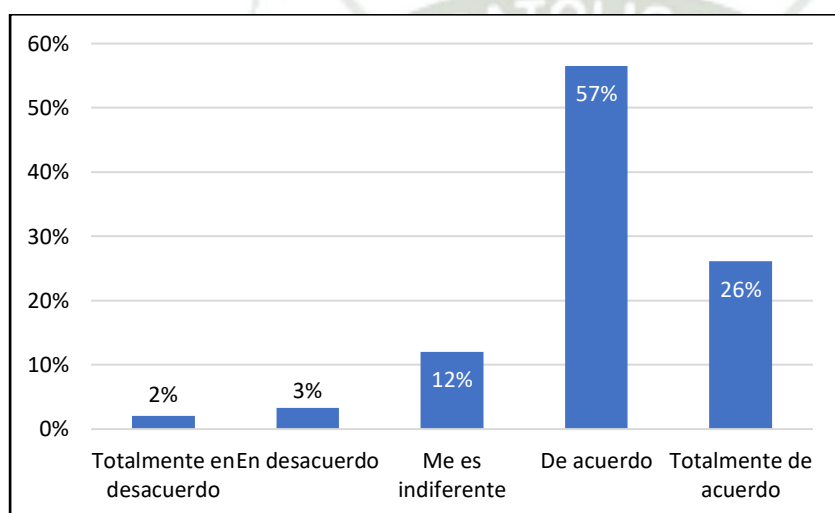
Con respecto al enunciado, podemos ver que el 69% de los encuestados han visto presencia de los venezolanos en página web, sin embargo, cabe resaltar que el porcentaje baja en comparación a ítems anteriores y solamente el 16% no ve presencia de venezolanos en dicho medio.

Tabla 26 He leído información acerca de los migrantes venezolanos en redes sociales

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	8	2
En desacuerdo	13	3
Me es indiferente	47	12
De acuerdo	221	57
Totalmente de acuerdo	102	26
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

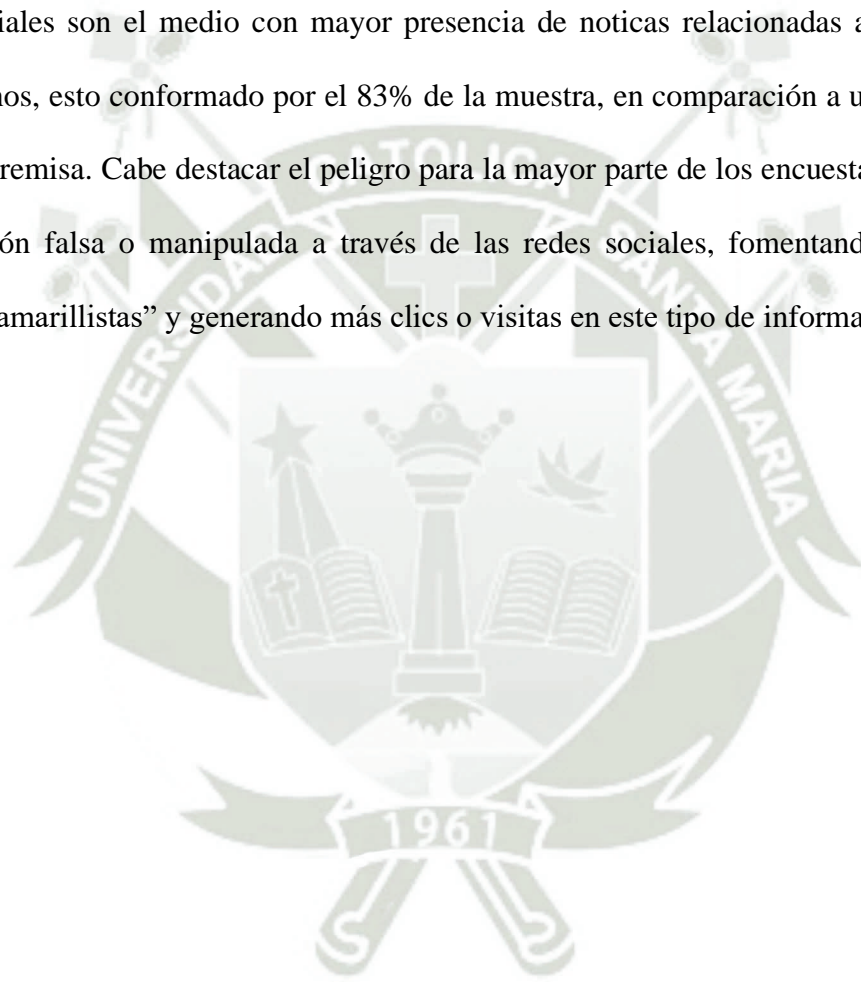
Gráfico 26 He leído información acerca de los migrantes venezolanos en redes sociales



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, he escuchado información acerca de los migrantes venezolanos en redes sociales de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 57% está de acuerdo, el 26% está totalmente de acuerdo, el 12% es indiferente, el 3% está en desacuerdo, finalmente, el 2% está totalmente en desacuerdo.

Del enunciado podemos concluir que, dentro de todos los medios mencionados, las redes sociales son el medio con mayor presencia de noticias relacionadas a los inmigrantes venezolanos, esto conformado por el 83% de la muestra, en comparación a un 5% de ella que niega la premisa. Cabe destacar el peligro para la mayor parte de los encuestados de consumir información falsa o manipulada a través de las redes sociales, fomentando la difusión de noticias “amarillistas” y generando más clics o visitas en este tipo de información.



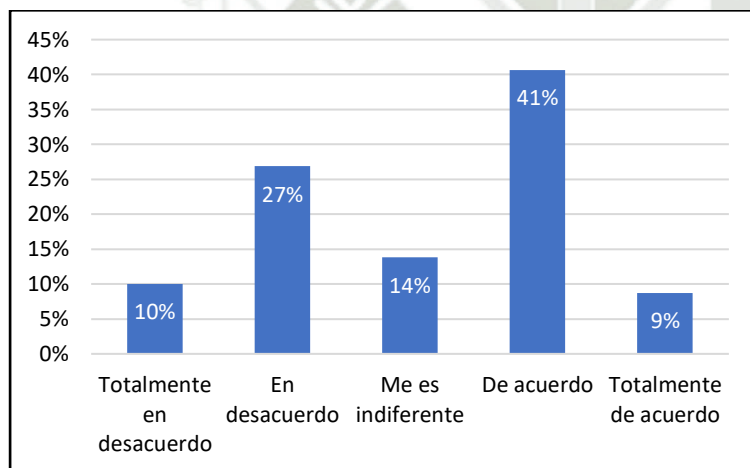
OPINIÓN PÚBLICA

Tabla 27 La información que recibo de los medios de comunicación influye en mi opinión acerca de los migrantes venezolanos

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	39	10
En desacuerdo	105	27
Me es indiferente	54	14
De acuerdo	159	41
Totalmente de acuerdo	34	9
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 27 La información que recibo de los medios de comunicación influye en mi opinión acerca de los migrantes venezolanos



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, la información que recibo de los medios de comunicación influye en mi opinión acerca de los migrantes venezolanos, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 41% está de acuerdo, el 27% está en desacuerdo, el 14% es indiferente, el 10% está totalmente en desacuerdo y el 9% está totalmente de acuerdo.

Siendo este el enunciado principal de la investigación, podemos concluir que el 50% conformando la mitad de los encuestados consideran que la información que reciben de los medios influye de en su opinión de los inmigrantes venezolanos. Es importante tomar en cuenta que, considerando resultados anteriores, podemos inferir que la influencia es desfavorable frente a los venezolanos, solo un 37% de la muestra niega esta premisa.

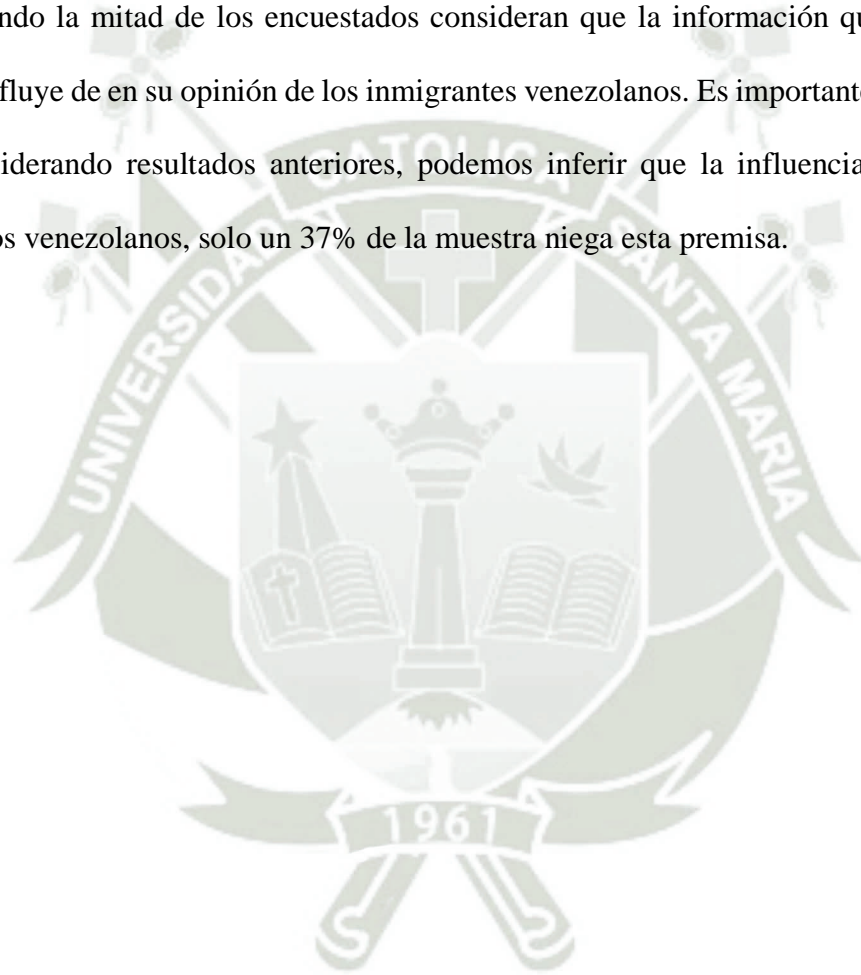
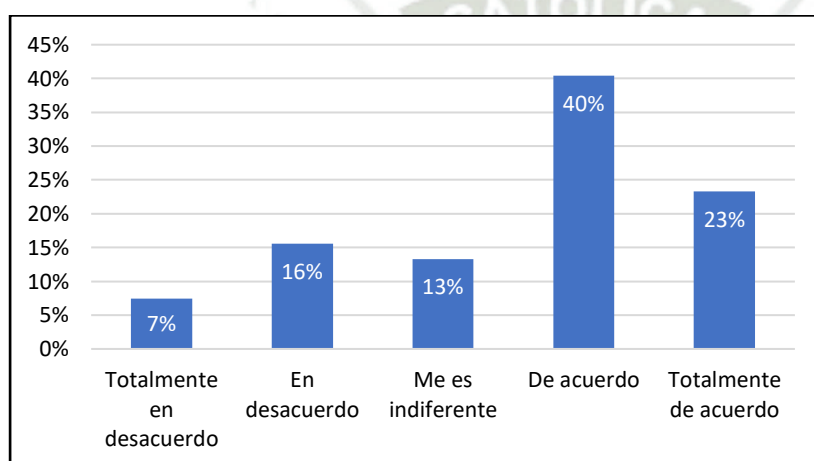


Tabla 28 Las opiniones de las personas que me rodean influyen en mi opinión acerca de los migrantes venezolanos

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	29	7
En desacuerdo	61	16
Me es indiferente	52	13
De acuerdo	158	40
Totalmente de acuerdo	91	23
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 28 Las opiniones de las personas que me rodean influyen en mi opinión acerca de los migrantes venezolanos



Fuente: Elaboración propia 2023

De acuerdo al enunciado, la opinión de las personas que me rodean influye en mi opinión acerca de los migrantes venezolanos, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 40% está de acuerdo, el 23% está totalmente de acuerdo, el 16% está en desacuerdo, 13% es indiferente y el 7% está totalmente en desacuerdo.

Con relación al enunciado podemos ver que el 63% de los encuestados afirman la premisa reconociendo que su círculo social más cercano sí influye en su manera de pensar. Esto afirma el argumento de Crespi con respecto a la influencia de las experiencias de otros sobre nosotros, destacando que el 23% no cree que las opiniones de los demás influyan en ellos.

Tabla 29 **Me siento conforme con las acciones que el estado peruano implementó sobre los inmigrantes venezolanos**

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	91	23
En desacuerdo	147	38
Me es indiferente	56	14
De acuerdo	61	16
Totalmente de acuerdo	36	9
TOTAL	391	100

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfico 29 **Me siento conforme con las acciones que el estado peruano implementó sobre los inmigrantes venezolanos**



Fuente: Elaboración propia 2023

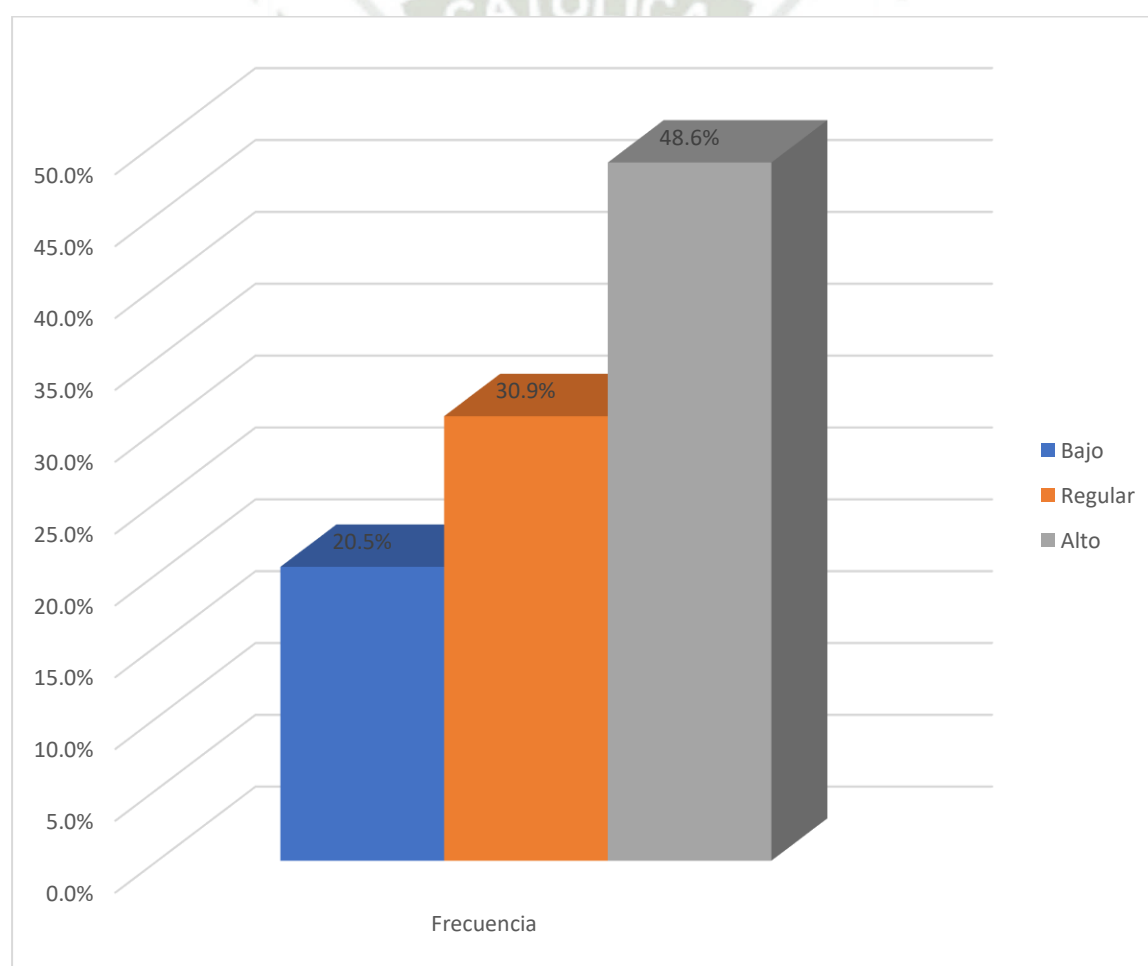
De acuerdo al enunciado, me siento conforme con las acciones que el estado peruano implemento sobre los inmigrantes venezolanos, de un total de 391 encuestados del distrito de Yanahuara, el 38% está en desacuerdo, el 23% está totalmente en desacuerdo, el 16% está de acuerdo, el 14% es indiferente y el 9% está totalmente de acuerdo.

Del 61% de los encuestados conformando más de la mitad de la muestra se encuentran disconforme e insatisfechos con las acciones del estado peruano frente a los migrantes venezolanos, observando que solamente 25% está conforme con las medidas tomadas por las autoridades.

Tabla 30 Dimensión Frecuencia

	f	%
Bajo	80	20.5
Regular	121	30.9
Alto	190	48.6
Total	391	100.0

Gráfico 30 Dimensión Frecuencia



Fuente: Elaboración propia 2023

Interpretación

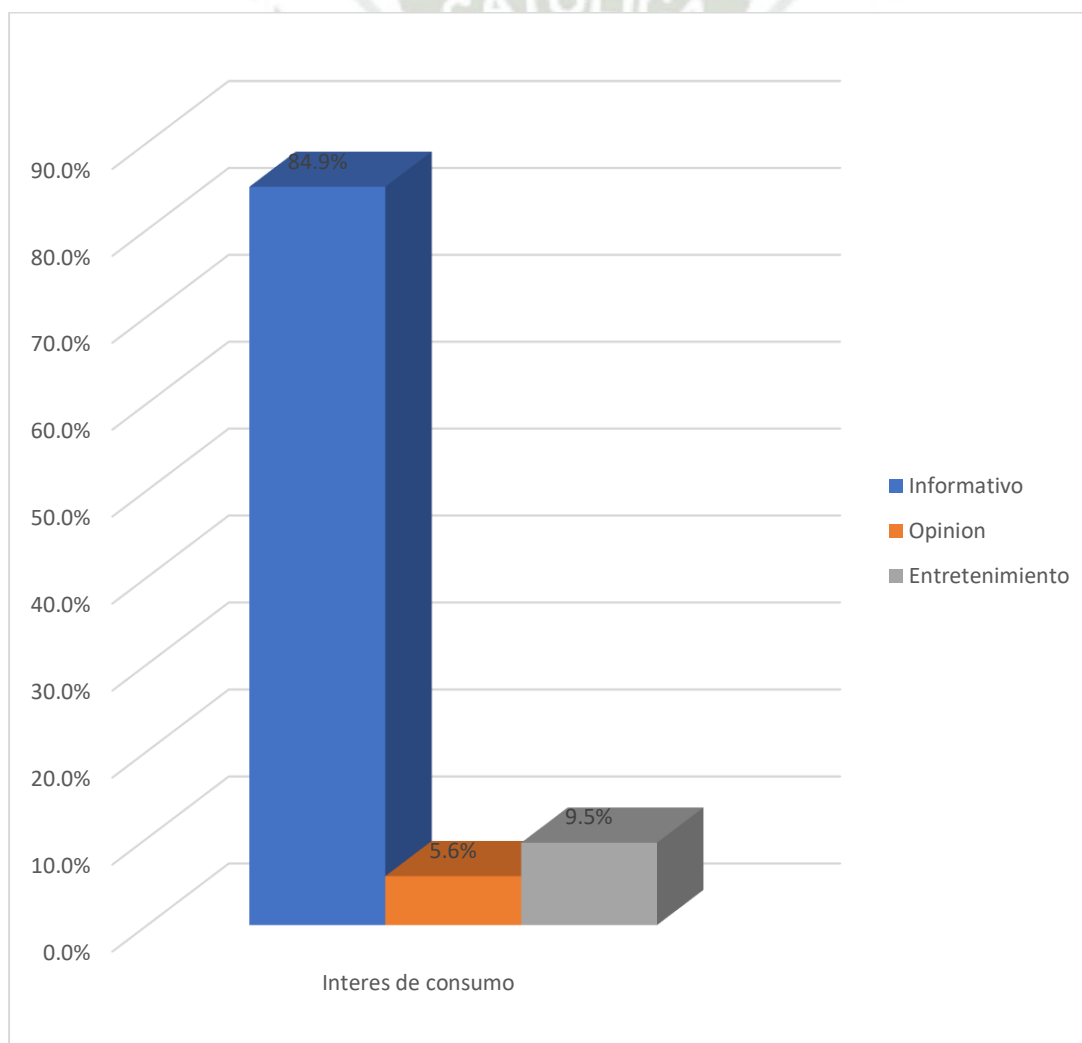
En cuanto a la frecuencia de lectura de un diario, las preferencias individuales y el estilo de vida juegan un papel importante en la determinación de la frecuencia de lectura de diarios. Sin embargo, el tiempo disponible y las ocupaciones cotidianas también influyen. Los resultados analizados muestran que proyectan una tendencia alta representada con el 48.6%, mientras que a nivel regular está representado con el 30.9% y se finaliza con el bajo representando el 20.5% de la totalidad de los encuestados.



Tabla 31 Dimensión Interés de consumo

	f	%
Informativo	332	84.9
Opinión	22	5.6
Entretenimiento	37	9.5
Total	391	100.0

Gráfico 31 Dimensión Interés de consumo



Fuente: Elaboración propia 2023

Interpretación

El interés en el consumo de diarios puede dividirse en tres categorías principales: informativo, opinión y entretenimiento.

Los diarios representan una fuente confiable y esencial para mantenerse al día con el mundo que les rodea. Es importante tener en cuenta que estos intereses no son mutuamente excluyentes y muchos lectores pueden disfrutar de una combinación de estas categorías en un mismo diario.

Además, la diversidad de enfoques y secciones en una publicación puede atraer a una audiencia amplia con diferentes intereses y necesidades informativas. Los resultados analizados muestran que proyectan una tendencia informativa representada con el 84.9%, mientras que a nivel de opinión está representado con el 5.6% y se finaliza con el entretenimiento representado con el 9.5% de la totalidad de los encuestados.

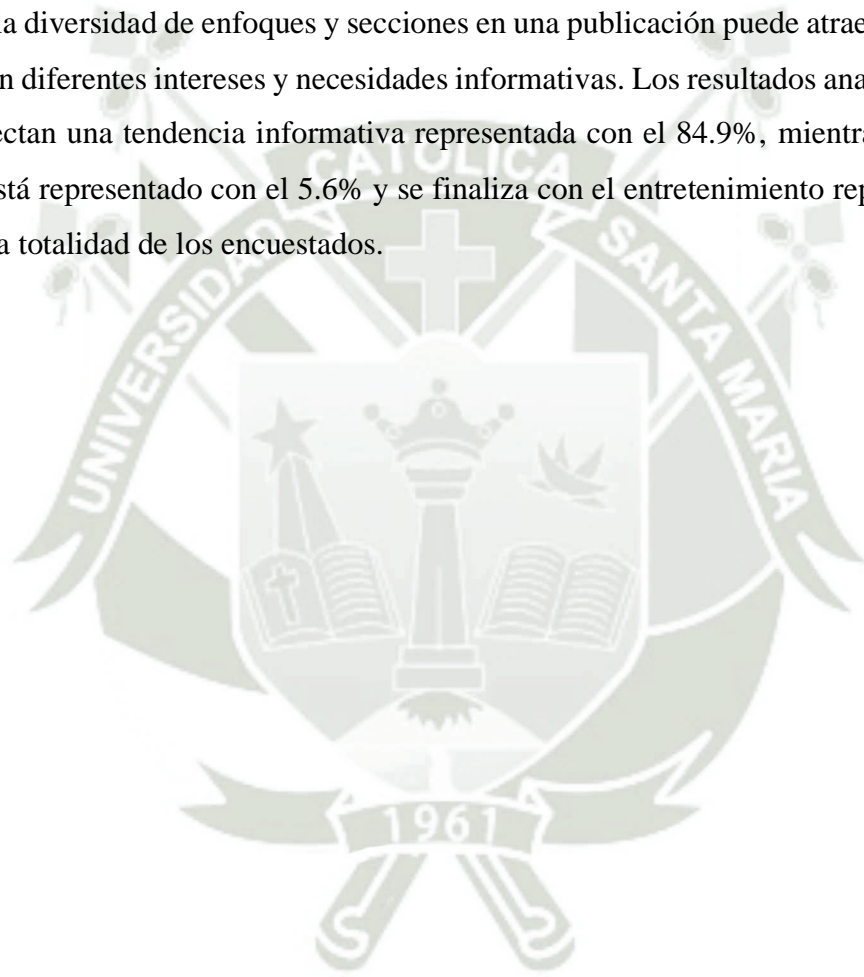
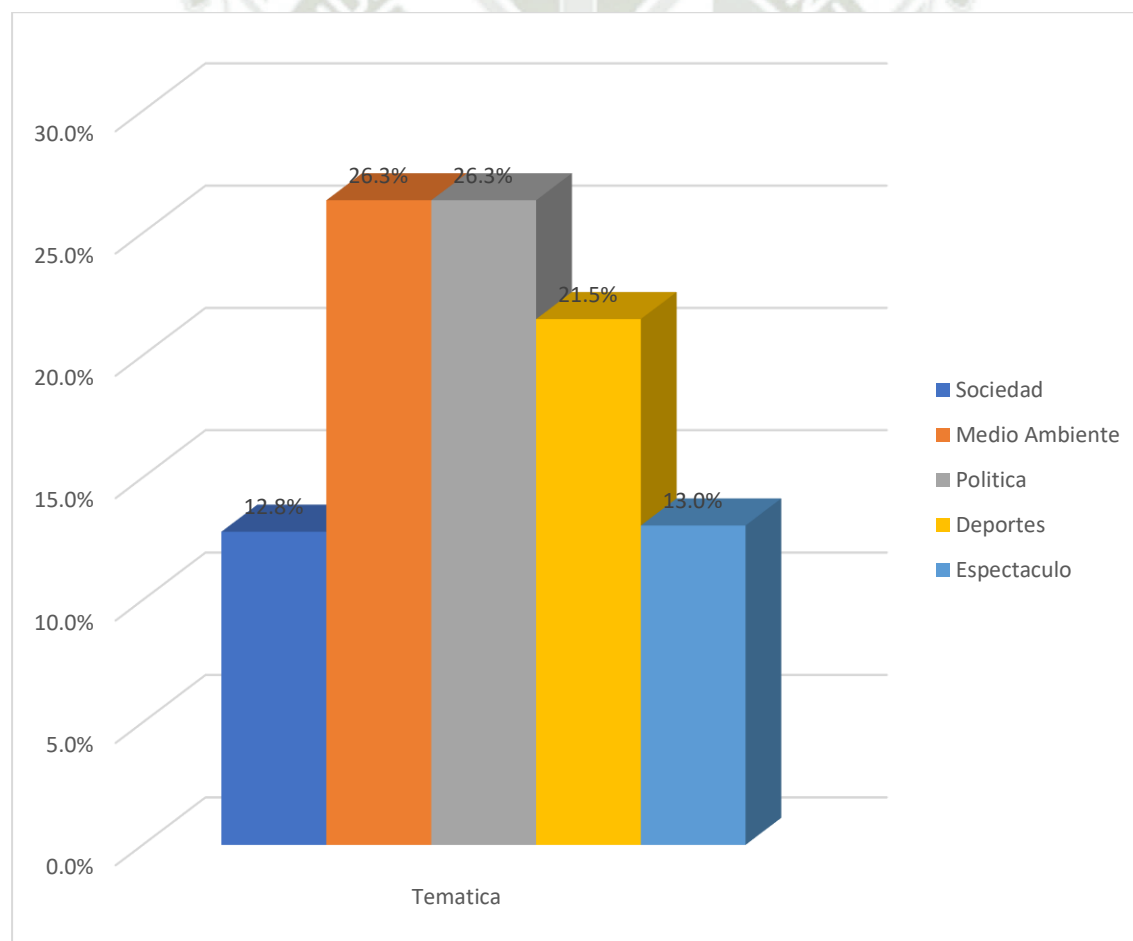


Tabla 32 Dimensión Temática

	f	%
Sociedad	50	12.8
Medio Ambiente	103	26.3
Política	103	26.3
Deportes	84	21.5
Espectáculo	51	13.0
Total	391	100.0

Gráfico 32 Dimensión Temática



Fuente: Elaboración propia 2023

Interpretación

La temática de los periódicos abarca una amplia gama de intereses, y cada una de ellas tiene un público específico con preferencias y necesidades informativas particulares. La diversidad de temas en los periódicos permite a las publicaciones llegar a una audiencia amplia y satisfacer una variedad de intereses informativos

Cada una de estas temáticas atrae a un grupo específico de lectores, pero es común que muchas personas tengan intereses variados y consuman diarios que cubran varias de estas áreas.

Los resultados analizados muestran que proyectan una tendencia medio ambiente y política con el 26.3%, mientras que a los deportes está representado con el 21.5% y espectáculo está representada con el 13% y se finaliza con el enfoque social con el 12.8% de los encuestados.

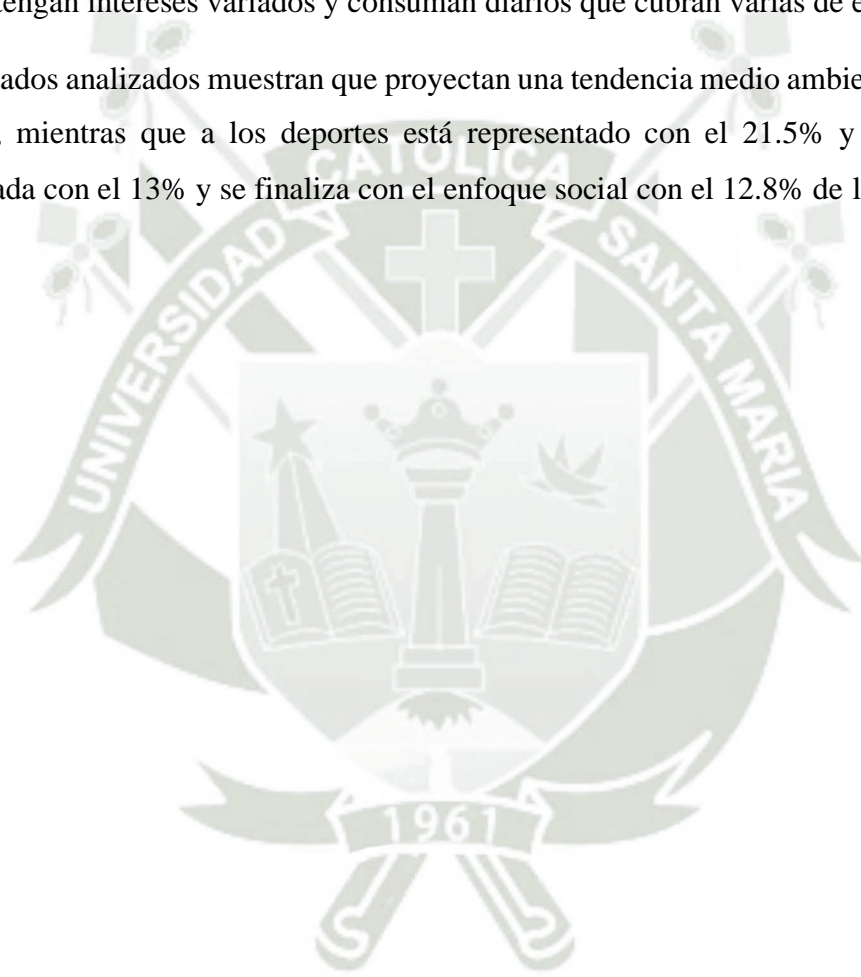
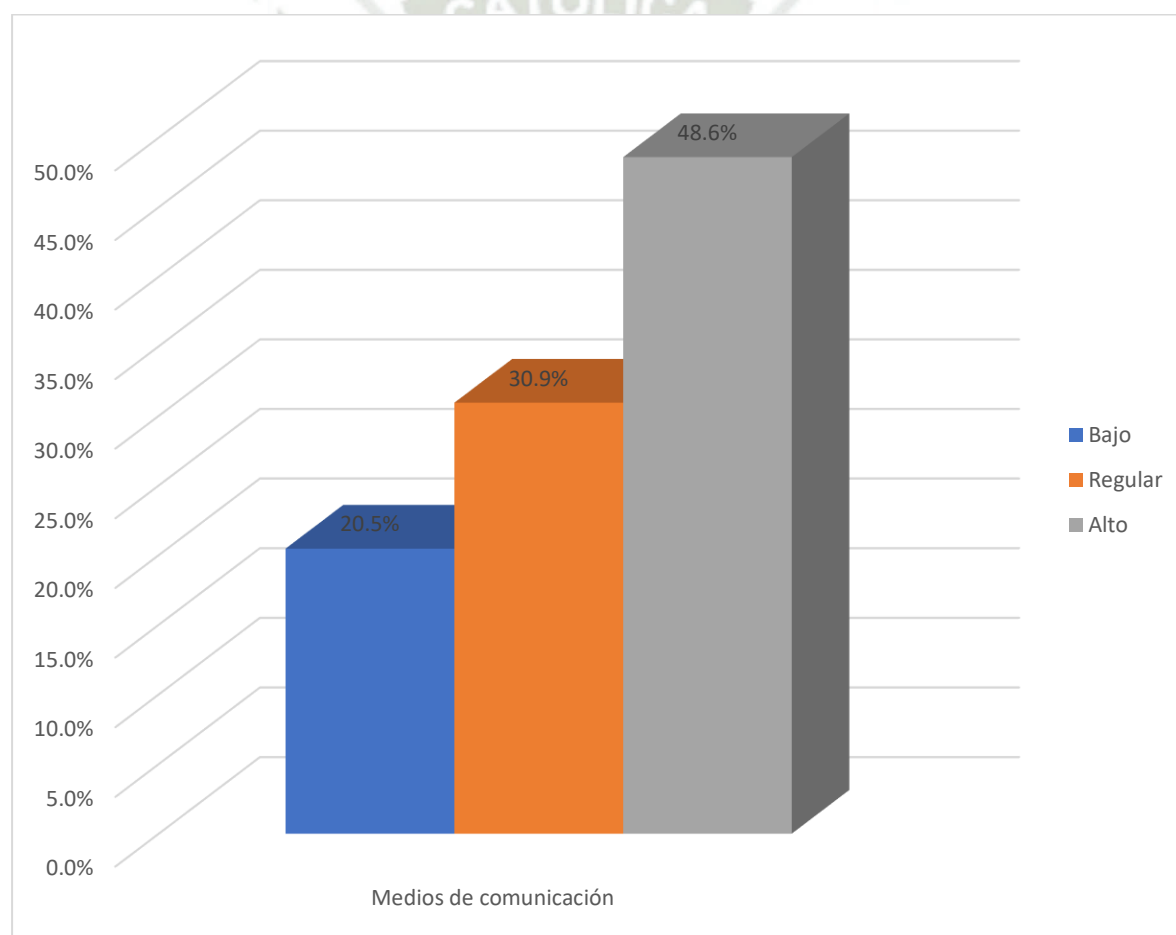


Tabla 33 Dimensión Medios de comunicación

	f	%
Bajo	80	20.5
Regular	121	30.9
Alto	190	48.6
Total	391	100.0

Gráfico 33 Dimensión Medios de comunicación



Fuente: Elaboración propia 2023

Interpretación

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la sociedad moderna al servir como canales a través de los cuales se difunde información, noticias y entretenimiento a una audiencia masiva. Desde periódicos y revistas hasta televisión, radio e internet, estos canales tienen un impacto significativo en la percepción pública, la formación de opiniones y la construcción de la cultura

Los resultados analizados muestran que proyectan una tendencia alta representada con el 20.5%, mientras que a nivel regular está representado con el 30.9% y se finaliza con el nivel alto representado con el 48.6% de la totalidad de los encuestados.

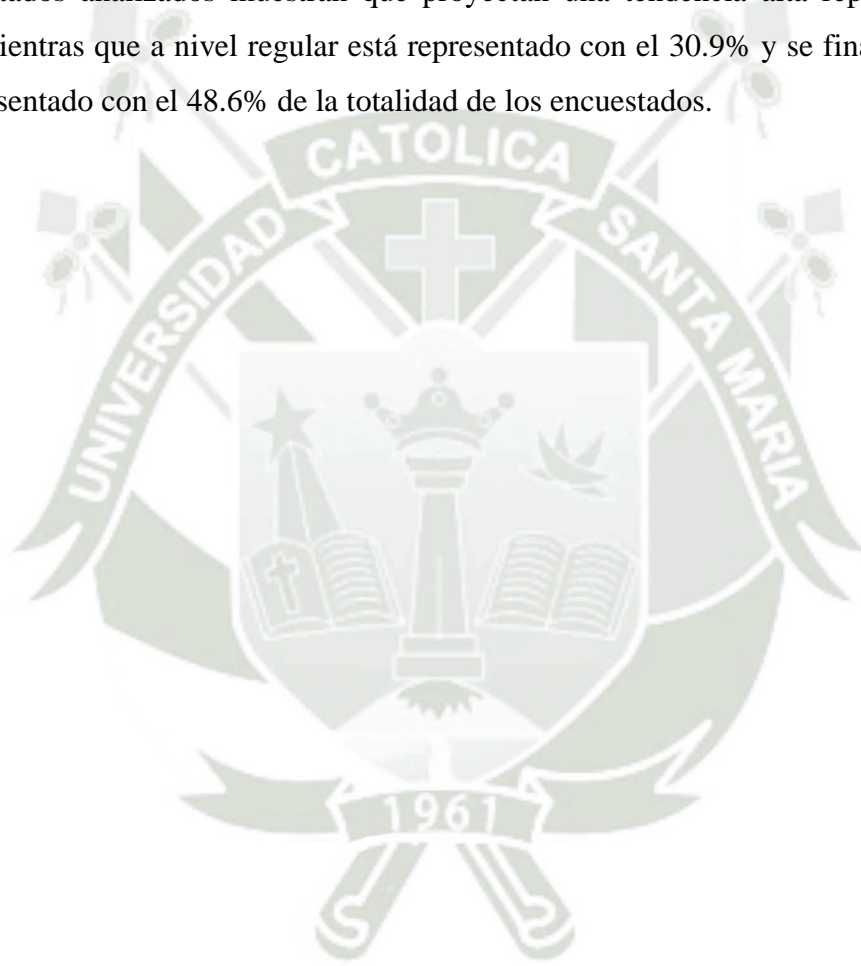
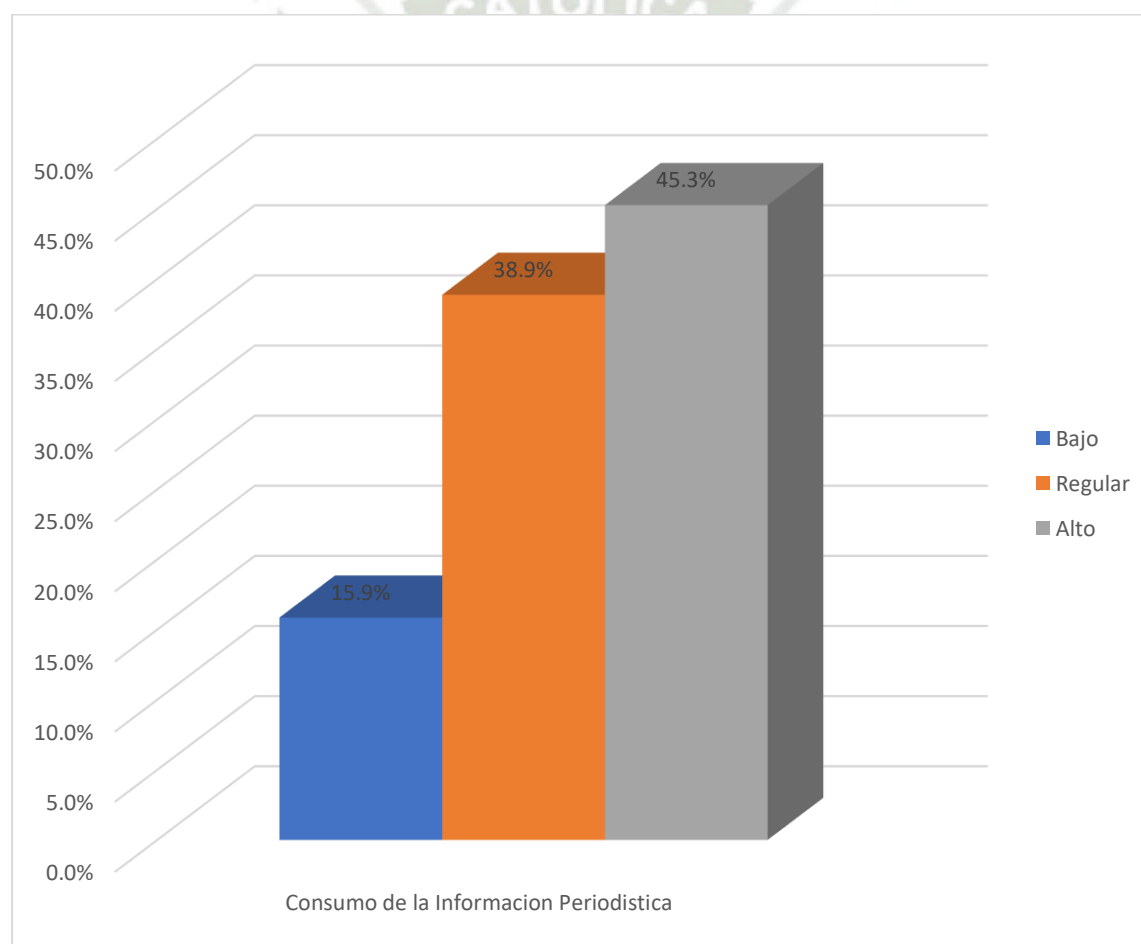


Tabla 34 Variable Consumo de la Información Periodística

	f	%
Bajo	62	15.9
Regular	152	38.9
Alto	177	45.3
Total	391	100.0

Gráfico 34 Variable Consumo de la Información Periodística



Fuente: Elaboración propia 2023

Interpretación

La variable del consumo de información periodística es un elemento crucial en la forma en que las personas interactúan con el entorno mediático. Esta variable está influenciada por una serie de factores, como la accesibilidad a fuentes de información, las preferencias individuales y la disponibilidad de tiempo. Aquellos con un alto consumo de información periodística tienden a estar bien informados sobre eventos actuales y temas relevantes, lo que puede influir en su participación cívica y toma de decisiones.

Los resultados analizados muestran que proyectan una tendencia alta en información periodística representada con el 45.3%, mientras que a nivel regular está representado con el 38.9% y se finaliza con el nivel bajo representado con el 15.9% de la totalidad de los encuestados.

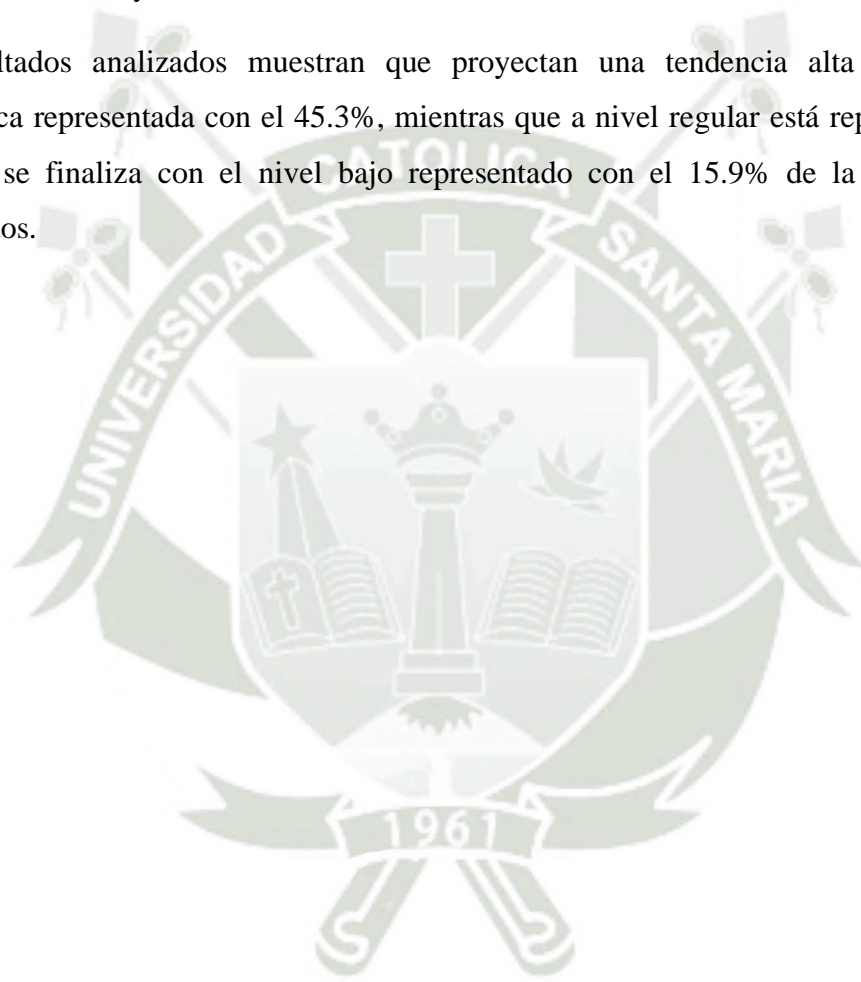
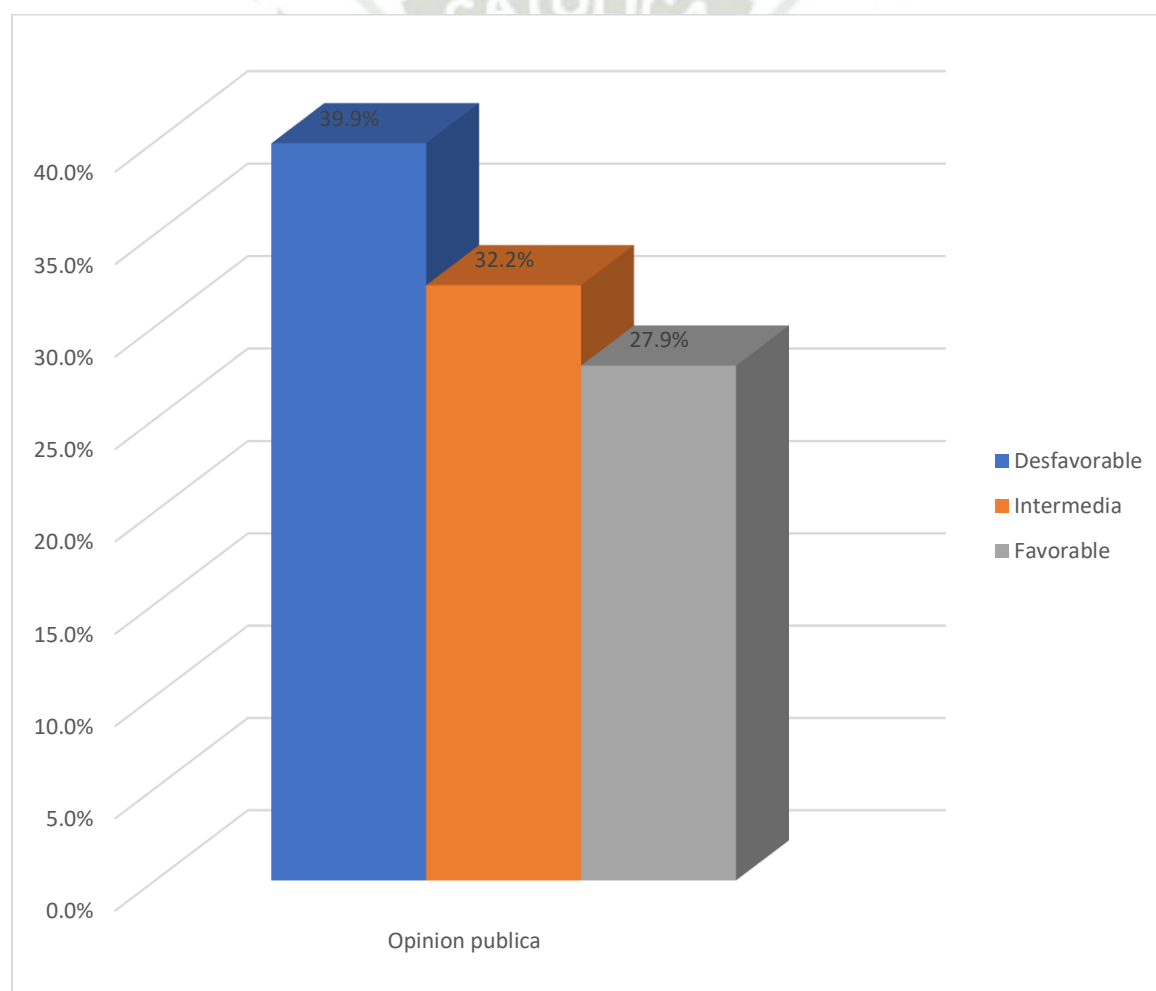


Tabla 35 Variable Opinión publica

	F	%
Desfavorable	156	39.9
Intermedia	126	32.2
Favorable	109	27.9
Total	391	100.0

Gráfico 35 Variable Opinión publica



Fuente: Elaboración propia 2023

Interpretación

La opinión pública refiere a las actitudes, creencias y valores que tiene un grupo de individuos sobre un tema particular en un momento específico. La opinión pública puede ser moldeada por diferentes fuentes, incluyendo los medios de comunicación, líderes políticos, organizaciones de la sociedad y experiencias personales.

Los resultados analizados muestran que proyectan una tendencia desfavorable representada con el 39.9%, mientras que a nivel intermedio de opinión pública está representado con el 32.2% y se finaliza con un nivel favorable con el 27.9% está representado con el 9.5% de la totalidad de los encuestados.

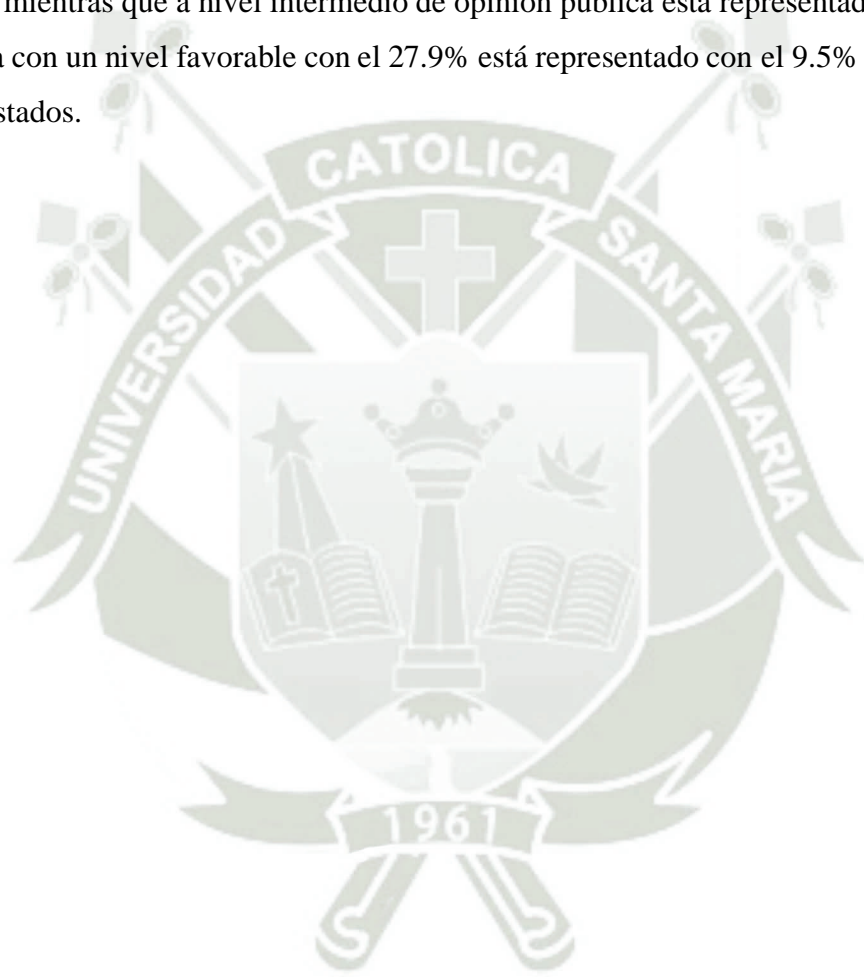


Tabla 36 Hipótesis específica 1

H2: Es probable que, la frecuencia del consumo de información periodística influya en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022

		Frecuencia	Opinión Publica
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	0,602*
	Frecuencia Sig. (bilateral)	0	,008
	N	391	391
	Opinión Coeficiente de correlación	0,602*	1,000
Publica	Sig. (bilateral)	,008	0
	N	391	391

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

Los resultados analizados de la frecuencia del consumo de información periodística acerca de los inmigrantes venezolanos, muestran según el estadígrafo de Rho Spermán que es una relación moderada por el valor hallado de $Rho=0.602$; y ello manifestó que se acepta la hipótesis planteada la frecuencia del consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

Mediante el análisis de la significancia el valor hallado de $p=0.008$ manifestó ser menor al parámetro límite planteado ($p<0.05$) y se acepta la relación entre las variables analizadas y así mismo se acepta la hipótesis planteada.

Tabla 37 Hipótesis específica 2

H3: Es probable que, el interés de consumo de información periodística influya en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

			Interés de consumo	Opinión Publica
Rho de Spearman	Interés de consumo	Coefficiente de correlación	1,000	0,594*
		Sig. (bilateral)	0	,023
		N	391	391
Spearman	Opinión Publica	Coefficiente de correlación	0,594*	1,000
		Sig. (bilateral)	,028	0
		N	391	391

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

Los resultados analizados del interés de consumo de información periodística acerca de los inmigrantes venezolanos, muestran según el estadígrafo de Rho Spearman que es una relación moderada por el valor hallado de $Rho=0.594$; y ello manifestó que se acepta la hipótesis planteada el interés de consumo de información periodística influya en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

Mediante el análisis de la significancia el valor hallado de $p=0.023$ manifestó ser menor al parámetro límite planteado ($p<0.05$) y se acepta la relación entre las variables analizadas y así mismo se acepta la hipótesis planteada.

Tabla 38 Hipótesis específica 3

H4: Es probable que, la temática del consumo de información periodística influya en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

		Temática	Opinión Publica
Rho de Spearman	Temática	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,033
	Opinión Publica	N	391
		Coefficiente de correlación	0,511*
		Sig. (bilateral)	,033
		N	391

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

Los resultados analizados de la temática de información periodística acerca de los inmigrantes venezolanos, muestran según el estadígrafo de Rho Spearman que es una relación moderada por el valor hallado de $Rho=0.511$, y ello manifestó que se acepta la hipótesis planteada la temática del consumo de información periodística influya en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

Mediante el análisis de la significancia el valor hallado de $p=0.033$ manifestó ser menor al parámetro limite planteado ($p<0.05$) y se acepta la relación entre las variables analizadas y así mismo se acepta la hipótesis planteada

Tabla 39 Hipótesis específica 4

H5: Es probable que, los medios de comunicación influyan en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

			Interés de consumo	Opinión Publica
Rho de	Medios de comunicación	Coeficiente de correlación	1,000	0,608*
		Sig. (bilateral)	0	,003
		N	391	391
Spearman	Opinión Publica	Coeficiente de correlación	0,608*	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	0
		N	391	391

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

Los resultados analizados de los medios de comunicación acerca de los inmigrantes venezolanos, muestran según el estadígrafo de Rho Sperman que es una relación moderada por el valor hallado de $Rho=0.608$; y ello manifestó que se acepta la hipótesis planteada, los medios de comunicación influyan en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

Mediante el análisis de la significancia el valor hallado de $p=0.003$ manifestó ser menor al parámetro limite planteado ($p<0.05$) y se acepta la relación entre las variables analizadas y así mismo se acepta la hipótesis planteada.

Tabla 40 Hipótesis general

H1: Dado que, el consumo de la información periodística es la acción de buscar y recuperar datos e información con la finalidad de dar respuesta a una necesidad o interés informativo; y la opinión pública se define como las diversas formas de expresión que una sociedad tiene con respecto a temas de carácter público. Es probable que, el consumo de la información periodística influya en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

			Interés de consumo	Opinión Publica
Rho de	Consumo de información	Coefficiente de correlación	1,000	0,657*
		Sig. (bilateral)	0	,000
		N	391	391
Spearman	Opinión Publica	Coefficiente de correlación	0,657*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	0
		N	391	391

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

Los resultados analizados del consumo de información periodística acerca de los inmigrantes venezolanos, muestran según el estadígrafo de Rho Spearman que es una relación moderada por el valor hallado de $Rho=0.657$; y ello manifestó que se acepta la hipótesis planteada el consumo de la información periodística es la acción de buscar y recuperar datos e información con la finalidad de dar respuesta a una necesidad o interés informativo; y la opinión pública se define como las diversas formas de expresión que una sociedad tiene con respecto a temas de carácter público. Es probable que, el consumo de la información periodística influya en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.

Mediante el análisis de la significancia el valor hallado de $p=0.000$ manifestó ser menor al parámetro límite planteado ($p<0.05$) y se acepta la relación entre las variables analizadas y así mismo se acepta la hipótesis planteada.

CONCLUSIONES

PRIMERA Se identificó que el consumo de información periodística influye en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara con una relación moderada, según el valor hallado de $Rho=0.651$. Además, estos residentes son conscientes de dicha influencia.

SEGUNDA Se ha determinado que existe una relación moderada entre la frecuencia de consumo de información periodística por parte de los residentes del distrito de Yanahuara y su opinión pública, evidenciada por el valor hallado de $Rho=0.602$. A pesar de que su consumo de noticias es eventual y no diario, estas noticias relacionadas con los venezolanos tienden a ser recordadas.

TERCERA Se identificó que el interés en el consumo de información periodística influye en la opinión pública con una relación moderada en los residentes del distrito de Yanahuara, según el valor hallado de $Rho=0.594$. Esto se debe a que los encuestados desean informarse a través de los medios de comunicación a pesar de que su credibilidad ha disminuido."

CUARTA Se identificó que la temática afecta la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara, evidenciándose una relación moderada con un valor de $Rho=0.51$. Es relevante resaltar que la presencia de inmigrantes venezolanos se observa principalmente en segmentos relacionados con el espectáculo y en situaciones que puedan interferir con el orden público

QUINTA Se determinó que los medios de comunicación sí influyen en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara, evidenciando una relación moderada con un valor hallado de $Rho=0.608$. Es notable encontrar medios donde las noticias sobre los inmigrantes son constantes.

SUGERENCIAS

PRIMERA Se recomienda a los comunicadores realizar campañas de concientización a la población sobre la importancia de contrastar y verificar las fuentes al momento de consumir información.

SEGUNDA Se recomienda a los medios de comunicación tomar en cuenta los resultados de esta investigación con respecto a la credibilidad por parte de su audiencia.

TERCERA Se recomienda a nuestros colegas periodistas tomar en cuenta los resultados de esta investigación por la función de control social en la audiencia, ya que influye el consumo de información en la opinión pública.

CUARTA Se recomienda a las autoridades tomar en cuenta la insatisfacción de los encuestados frente a las políticas migratorias.

QUINTA Se recomienda a los comunicadores considerar que las redes sociales son el principal medio de información elegido por las personas. En consecuencia, es importante ejecutar campañas que resalten el peligro de las noticias falsas (fake news) y también aplicar normas éticas al difundir cualquier noticia.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1971)

Aguirre, J. L. (2011). Introducción al análisis de redes sociales. Documentos de Trabajo del Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas, 82(2), 1-59.

Arroyo Acuña, A. M. (2018). El uso de la cámara de escondida (ampay) como recurso de producción del periodismo de entretenimiento en la televisión de señal abierta Caso: Jefferson Farfán y Yahaira Plasencia.

Atorresi, A. (1995). Los géneros periodísticos: antología (Vol. 122). Ediciones Colihue SRL.

Blanco García, A. I. (2016). El uso de blogs en la innovación docente: un nuevo paradigma de enseñanza-aprendizaje.

Bravo, J., C. Larrea, y R. Ruales. 2020. "Tratamiento del COVID-19: Ecuador mediante el humor periodístico". Brazilian Journal of Health Review 3 (2): 3523-41.

Buendía Astudillo, A., & Pino Correa, J. C. (2008). Radio local, opinión pública y participación ciudadana. Signo y pensamiento, (52), 84-96.

Burgos Saona, V. Y. (2022). El roll de periodismo deportivo en el mundial de Qatar 2022 (Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB, 2022).

Cabrera, R. (2012). El periodismo de espectáculos en medios escritos populares.

Capilla García, J. P. (2015). El debate epistemológico en el periodismo informativo. Realidad y verdad en la información (Doctoral dissertation, Universitat Ramon Llull).

Carbajal Acosta, V. (2021). El consumo de la representación de la mujer periodista en la ficción audiovisual norteamericana.

- Carballo, W. (2015). Estéticas y narrativas del periodismo de espectáculos en la prensa escrita de el Salvador: décadas 1930 a 2000. *Diálogos de la comunicación*, (90), 4.
- Cebrian, M. (2008). “Nuevos campos macrosemióticos de la televisión” en *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS. No. 77, julio-diciembre.
- COELLO PERALTA, Marco Alexis. Características de la información periodística del diario La República y la construcción social de la realidad-muerte de Walter Oyarce. 2020.
- Crespi, I. (2000). *El proceso de opinión pública- como habla la gente*, Barcelona, España: Ariel
- Crespo Pereira, V., Martínez Fernández, V. A., & Vaca Tapia, A. C. (2021). *Marketing de prensa en tiempos de COVID-19: comparativa de los patrones de consumo de prensa nativa y digital (Monográficos)*.
- Elórtegui Gómez, C. & Mellado Ruiz, C. (2019). Roles del periodismo político en un contexto multiplataforma y de crisis institucional. *Comunicación y Sociedad*, e7136. doi: <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7136>
- Enguix, S. (2015). *Periodismo político. Fundamentos, prácticas y perspectivas*. Barcelona/Valencia: Aldea Global 31.
- Escajadillo Saldías, C. A. Figuras y estrategias de la posverdad en el periodismo de opinión: los casos de la revocatoria contra Susana Villarán y la controversia sobre el Currículo Nacional de Educación
- Fernández, J. L. (1994). *Los lenguajes de la radio*. Buenos Aires, Argentina: Atuel.
- Flores Cueto, J. J., Morán Corzo, J. J., & Rodríguez Vila, J. J. (2009). Las redes sociales. *Universidad de San Martín de Porres*, 3, 1-15.
- Guijarro, L. (2008). “Periodismo ambiental: una realidad en alza.” *Ambienta: La revista del Ministerio de Medio Ambiente* Febrero 2008: 71-77

- Knoke, D. y Yang S (2008). *Social Network Analysis*. United States of America. SAGE.
- Krtalic, M., & Hasenay, D. (2012). Los periódicos como una fuente de información científica en las ciencias sociales y las humanidades: un caso de estudio de la Facultad de Filosofía, Universidad de Osijek, Croacia. In *IFLA World Library and Information Congress (Vol. 78)*.
- Li, Y. (2014). Periodismo deportivo en España: Estudio del tratamiento del concepto de imparcialidad en las noticias relacionadas con el fútbol en los diarios Marca, As, Mundo Deportivo y Sport.
- Llobet, L. (2006). ¿La función social del periodismo o periodismo social? *UNIrevista*, 1(3), 1-11.
- Luengo, M. (2008): “El producto cultural: claves epistemológicas de su estudio”. *Zer* 24, pp. 317-335.
- Mendoza, W. (2016). *Deporte en la globalización*. Yaracuy: Universidad Nacional Experimental de Venezuela.
- Mercado-Sáez, M. T., & Monedero-Morales, C. D. R. (2022). Los temas del Periodismo ambiental como especialización informativa. *Ámbitos: revista internacional de comunicación*, 56, 51-63.
- MOLINA, J. (2009). Periodismo deportivo 3.0. *Razón y palabra*, 69. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/PERIODISMO%20DEPORTIVO%2030.pdf>
- Morales, F. (2012). La información deportiva incompleta y limitada de los diarios especializados Los casos de El Bocón, Líbero y Todo Sport (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de

[https://docplayer.es/7960265-La- 61 informacion-deportiva-incompleta-y-limitada-de-los-diarios-especializados-los-casos-de-el-bocon-libero-y-todo-sport.html](https://docplayer.es/7960265-La-61-informacion-deportiva-incompleta-y-limitada-de-los-diarios-especializados-los-casos-de-el-bocon-libero-y-todo-sport.html)

Ortiz, R. F. (2018). Situación del periodismo de opinión:: tópico, autores y situación de las mujeres como opinadoras en La Razón y Página Siete. *Journal de Comunicación Social*, 6(6), 33-69.

Pacherres Muñoz, L. R. (2018). Páginas web Introducción, conceptos, creación de sitios Web, diseño de páginas WEB, herramientas para generar páginas WEB, tipos, principales funciones, aplicaciones.

Rebaza Lázaro, A. A. La investigación periodística como competencia profesional en el periodismo deportivo. Análisis de los diarios Depor y Líbero (agosto 2020).

Rodríguez Charry, César Augusto Periodismo especializado en política y economía en Colombia entre cruces digitales / César Augusto Rodríguez Charry, Jorge A. Salazar Manrique – Bogotá: Universidad Sergio Arboleda, 2016. 212 p.

Streeter, C. L. y Gillespie, D. F. (1992). Social Network Analysis. En Gillespie D. F. y Glisson C. eds. *Quantitative Methods in Social Work: State of the Art*. United States of America. The Haworth Press.

Zambrano Morales, M. G., & Villalobos Finol, O. (2010). Presencia del periodismo cultural y de espectáculo en la prensa zuliana. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 9(17), 67-82.

ANEXOS

INSTRUMENTO

“Influencia del consumo de información periodística en la opinión pública de los residentes del distrito de Yanahuara acerca de los inmigrantes venezolanos, Arequipa 2022.”

Este cuestionario utilizado para reunir información con fines estrictamente académicos, no implicará ningún daño a su integridad y los datos serán tratados solo con fines investigativos. Agradecemos su participación y pedimos responda con sinceridad ya que será de manera anónima. El cuestionario está orientado para residentes del distrito de Yanahuara, en caso usted reciba la encuesta y no viva en el distrito, agradecemos su ayuda, pero por favor no llene la encuesta, gracias.

PERFIL DEL ENCUESTADO
<p>¿Cuántos años tiene? Escoja un rango de edad</p> <p><input type="checkbox"/> 18-25</p> <p><input type="checkbox"/> 26- 33</p> <p><input type="checkbox"/> 34- 40</p> <p><input type="checkbox"/> 41- 50</p> <p><input type="checkbox"/> 51-60</p> <p><input type="checkbox"/> 61-70</p>
<p>¿Cuál es su género?</p> <p><input type="checkbox"/> Femenino</p> <p><input type="checkbox"/> Masculino</p> <p><input type="checkbox"/> Prefiero no responder</p>
<p>¿Cuál es su situación laboral actual?</p> <p><input type="checkbox"/> Empleo de medio tiempo</p> <p><input type="checkbox"/> Empleo de tiempo completo</p> <p><input type="checkbox"/> Desempleado</p> <p><input type="checkbox"/> Trabajador independiente</p> <p><input type="checkbox"/> Estudiante</p> <p><input type="checkbox"/> Jubilado</p> <p><input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál?.....</p>
<p>¿Con qué frecuencia me encuentro con inmigrantes venezolanos en mi distrito (Yanahuara) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Diario</p> <p><input type="checkbox"/> Inter diario</p> <p><input type="checkbox"/> Eventual</p> <p><input type="checkbox"/> Nunca</p> <p><input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál?</p>

Confío en todo lo que veo o escucho en las noticias

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo

- Totalmente de acuerdo

Puedo diferenciar entre una noticia informativa y una opinión personal de algún periodista

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Desde la llegada de los inmigrantes venezolanos al Perú los actos delictivos incrementaron.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Mi opinión cambio de manera positiva cuando interactué personalmente con algún venezolano

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Está bien recibir a inmigrantes venezolanos en nuestro país

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

CONSUMO DE INFORMACIÓN

Frecuencia

1.- ¿Con qué frecuencia ha leído/ escuchado noticias sobre los inmigrantes venezolanos?

- Diario
- Inter diario
- Eventual
- Nunca
- Otro ¿Cuál?

Interés de consumo

2.- ¿Cuál es su interés cuando lee o escucha las noticias?

- Informarme
- Escuchar la opinión de periodista
- Entretenimiento
- No me interesa

3.- Las noticias acerca de la comunidad venezolana son objetivas

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

4.- Me interesa más la opinión personal de un periodista con el que simpatizo, que el hecho en sí mismo

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

5.- Los inmigrantes venezolanos están presentes en la farándula peruana

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Temática

6.- ¿Cuál es la sección de noticias que busca con más frecuencia? Puede marcar más de una.

- Sociedad
- Medio Ambiente
- Política
- Deportes
- Espectáculo
- No las podría reconocer
- Ninguna
- Otro, ¿cuál?

7.- De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos están vinculados en actos delictivos (robos, asaltos, asesinatos, sicariato, crimen organizado, etc)

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

8.- De acuerdo a las noticias, los inmigrantes venezolanos participan en el cuidado del medio ambiente

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

9.- En las noticias sobre política se encuentra presencia de los inmigrantes venezolanos

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

10.- De acuerdo a las noticias, la comunidad venezolana está presente en el deporte

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

11.- De acuerdo a las noticias, la comunidad venezolana está presente en el espectáculo o entretenimiento

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Medio de comunicación

12.- ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza para informarse?

- Emisoras de radiales
- Canales de televisión
- Periódico
- Páginas web
- Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)
- Youtube
- Podcasts
- No veo o escucho

13.- He escuchado información acerca de los migrantes venezolanos en emisoras radiales

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

14.- He visto información acerca de los migrantes venezolanos en canales de televisión

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

15.- He leído información acerca de los migrantes venezolanos en periódicos

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

16.- He leído información acerca de los migrantes venezolanos en páginas web

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

17.- He leído información acerca de los migrantes venezolanos en redes sociales

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Opinión pública

18.- La información que recibo de los medios de comunicación influyen en mi opinión acerca de los migrantes venezolanos

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

19.- Las opiniones de las personas que me rodean influyen en mi opinión acerca de los migrantes venezolanos

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

20.- Me siento conforme con las acciones que el Estado peruano implementó sobre los inmigrantes venezolanos

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo

- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

