



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN MEDIOS DIGITALES

IMPACTO DE LA NARRACIÓN AUDIOVISUAL DEL PROGRAMA “LA BANDA DEL CHINO” EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS JÓVENES DEL DISTRITO DE SAN MARTÍN DE PORRES, 2017

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Comunicación Audiovisual en Medios Digitales

Autor:

Malpartida Corzo, Ana Gabriela

Asesor:

Mg. Prado Limaco, Gabriel

Lima – Perú

2020

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por la Bachiller **Ana Gabriela Malpartida Corzo**, denominada:

**“IMPACTO DE LA NARRACIÓN AUDIOVISUAL DEL PROGRAMA “LA BANDA
DEL CHINO” EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS JÓVENES DEL DISTRITO DE
SAN MARTIN DE PORRES, 2017.”**

Mg. Gabriel Prado Límaco
ASESOR

Mg. Michael Helfer Mancilla
**JURADO
PRESIDENTE**

Mg. Gerardo Karbaum
JURADO

Mg. Carlos Fernández
JURADO

DEDICATORIA

A Dios, por guiarme por el camino del bien y la verdad, al Señor de los Milagros de Nazarenas; por haberme dado valor, paciencia y la fuerza necesaria para lograr llegar hasta el final.

Con amor, para los seres que me dieron la vida Luis y Milagros; quiero darles las gracias por el amor infinito que me brindan y por ser el soporte en la formación de mi persona; cuyo esfuerzo y dedicación hicieron posible realizarme ahora como profesional.

A mi hermana Yazmin, gracias por tu cariño, comprensión y el apoyo que me brindas en cada momento de mi vida, por tus críticas constructivas e incentivarme a ser mejor cada día.

A un ser muy especial, que me brindó y brindará su apoyo en los momentos difíciles.

Los amo a los cuatro

AGRADECIMIENTO

A mi familia, por acompañarme y apoyarme desde el inicio de mi carrera profesional.

A la Universidad Privada del Norte, por formarme como profesional y brindarme los conocimientos necesarios para poder entrar al ámbito laboral.

Agradezco al Mg. Gabriel Prado que con gran profesionalismo, apoyo y total disposición asesoró esta investigación.

A todas las personas que de una u otra manera contribuyeron en la realización de la investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	ix
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	14
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	37
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	45
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN	68
CONCLUSIONES.....	71
RECOMENDACIONES	72
REFERENCIAS.....	73
ANEXOS	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nº 1. Características de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.	45
Tabla Nº 2. Preguntas de opinión pública sobre la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	48
Tabla Nº 3. Preguntas sobre la historia narrativa del programa “La Banda del Chino” según el sexo de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	52
Tabla Nº 4. Preguntas sobre la historia narrativa del programa “La Banda del Chino” según la edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	53
Tabla Nº 5. Preguntas sobre la acción narrativa del programa “La Banda del Chino” según el sexo de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	56
Tabla Nº 6. Preguntas sobre la acción narrativa del programa “La Banda del Chino” según la edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	57
Tabla Nº 7. Preguntas sobre personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” según sexo de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	60
Tabla Nº 8. Preguntas sobre personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	61
Tabla Nº 9. Preguntas sobre tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	64
Tabla Nº 10. Preguntas sobre tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nº 1. Impacto de la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.	50
Gráfico Nº 2. Opinión pública sobre la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” según sexo de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.	51
Gráfico Nº 3. Opinión pública sobre la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	51
Gráfico Nº 4. Opinión pública sobre historia narrativa del programa “La Banda del Chino” según sexo de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	54
Gráfico Nº 5. Opinión pública sobre historia narrativa del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	55
Gráfico Nº 6. Opinión sobre acción narrativa del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	58
Gráfico Nº 7. Opinión sobre acción narrativa del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	59
Gráfico Nº 8. Opinión sobre personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	62
Gráfico Nº 9. Opinión sobre personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	63
Gráfico Nº 10. Opinión pública sobre el tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” según sexo de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.	66
Gráfico Nº 11. Opinión pública sobre el tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.....	67

RESUMEN

Este estudio tuvo como objetivo determinar el impacto de la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

El diseño fue no experimental, descriptivo y transversal; con una muestra de 382 jóvenes; como técnica se utilizó la encuesta y como instrumento una guía de 15 preguntas validada por expertos y con una confiabilidad estadística de 0.80.

Como resultados se obtuvo que la opinión pública sobre la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” fue principalmente buena (74.1%); es decir, hubo un impacto positivo de la narración audiovisual en la opinión pública. La opinión sobre historia narrativa tuvo un impacto positivo según sexo, pues fue buena en varones (74.5%) y mujeres (73.7%), al igual que en los jóvenes de 22 (88.2%), 23 (73.4%) y 21 (72.6%). La acción narrativa tuvo un impacto positivo ya que fue buena en varones (74%) y mujeres (31.1%), también fue buena en los jóvenes de 20 (74.3%), 22 (72.4%) y 23 (73.4%). El personaje narrativo tuvo un impacto negativo ya que fue regular en varones (64.6%) y en mujeres (57.9%), también fue regular en la mayoría de los jóvenes de 20 (60.8%), 21 (69.9%), 22 (55.3%), 23 (49.4%) y 24 (71.3%). El tiempo narrativo tuvo un impacto negativo, pues fue regular tanto en varones (74.5%) y mujeres (76.8%), como en jóvenes de 20 (82.4%), 21 (68.5%), 22 (69.7%), 23 (70.9%) y 24 (86.3%).

Por ello se concluyó que el impacto de la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres en el año 2017 fue positivo.

ABSTRACT

The objective of the study was to determine the impact of the audiovisual narrative of the program " La Banda del Chino " on the public opinion of the young people of San Martin de Porres, 2017.

The design was non-experimental, descriptive and transversal; with a sample of 382 young people; as a technical survey instrument was used as a scale of 15 questions validated by experts and reliability of 0.80. The opinion was rated as good regular and bad and the impact of the narrative in positive and negative.

As results, it was obtained that the public opinion on the audiovisual narration of the program "La Banda del Chino" was mainly good (74.1%); that is to say, there was a positive impact of audiovisual narration on public opinion. The opinion on the narrative story had a positive impact according to sex, as it was good in men (74.5%) and women (73.7%), the same as in the youth of 22 (88.2%), 23 (73.4%) and 21 (72.6 %) The narrative action had a positive impact since it was good for men (74%) and women (31.1%), it was also good for young people of 20 (74.3%), 22 (72.4%) and 23 (73.4%) . The narrative character had a negative impact since it was regular in men (64.6%) and in women (57.9%), it was also regular in the majority of young people of 20 (60.8%), 21 (69.9%), 22 (55.3 %), 23 (49.4%) and 24 (71.3%). The narrative time had a negative impact, as it was regular both in men (74.5%) and women (76.8%), and in young people of 20 (82.4%), 21 (68.5%), 22 (69.7%), 23 (70.9 %) and 24 (86.3%).

Concluding that the impact of the audiovisual narrative of the program " La Banda del Chino " in the public opinion of the youth of San Martin de Porres, in 2017 was positive.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

.1. Realidad problemática

En las últimas décadas, la televisión y ahora el internet se han apropiado del poco tiempo del que disponen los jóvenes, dado que son vistos como medios de entretenimiento que las personas utilizan para despejarse; de ellos, la televisión es el medio de comunicación al cual este grupo poblacional accede de forma directa para pasar el tiempo, como vía de distracción. De acuerdo con Lozano (citado por Rodríguez, 2016), en el año 2015 en Estados Unidos la población solía pasar viendo televisión, en promedio cuatro horas con 28 minutos, y en México la cifra era de cuatro horas con 10 minutos, observándose que el medio con mayor consumo durante este tiempo fue la televisión con un 88%, principalmente por su fácil acceso frente a otros medios de comunicación. Asimismo, en países como Puerto Rico, la televisión recibió un 74% de las audiencias, significando un dominio de consumo mediático con más de tres cuartas partes de las audiencias totales para el año 2016.

En el Perú, según un estudio realizado por el Consejo Consultativo de Radio y Televisión (2019) se ha observado que el 100% de los hogares hace uso de la televisión, evidenciándose que el 74% accede a canales tradicionales y el 70% a canales por cable, con una frecuencia diaria (99%). Evaluando las características, se tiene que la televisión abierta es el medio más cercano (30%) y el más escandaloso o sensacionalista (49%) y la televisión por cable es el medio más plural (29%). Adicionalmente se tiene que en la televisión se destaca la presencia de violencia en general (57%), de palabras groseras (46%), de discriminación (38%), escenas de sexo o desnudos (31%). Asimismo, se resalta que la televisión es el medio de mayor consumo en niños, niñas, adolescentes y jóvenes (99.8%).

En nuestro medio, aparecen los magazine ¹(magacín en español, según la RAE) televisivos, que engloban diversos géneros como la información, concursos, actuaciones artísticas, realities; los cuales trabajan las emociones personales, pretendiendo hacer reír a través de parodias, y/o remitir nostalgia. La problemática se presenta cuando se investiga si realmente se está logrando agrandar a una población cada vez más necesitada de entretenimiento debido al ritmo de vida acelerado que llevan; o se está vulnerando los valores democráticos o cívicos en la vida de la

¹ En la presente tesis se utiliza el término magazine, ya que es el más empleado por los autores citados.

persona; principalmente los jóvenes, quienes son los que están expuestos a la denominada telebasura. (Arboccó & O'Brien, 2012).

La audiencia televisiva latinoamericana es diferenciada y segmentada en diversos grupos; además, está sujeta a una demanda social que se concreta a través de exigencias socioculturales y éticas. El papel principal de la televisión, además de informar, es ser un medio de distracción, una vía de escape y un espacio donde la amplia programación de los canales televisivos hace que el receptor se convierta en un sujeto pasivo, pues ante la pantalla no tiene que hacer mayor esfuerzo; y aunque ofrece muchas ventajas existen inconvenientes que se deben evitar tales como la proliferación de programas que promueven antivalores (Zapata, 2012).

El propósito de realizar este tipo de investigación es analizar la narración audiovisual a través de la opinión que tiene el público sobre los programas televisivos, en este caso los magazines, ya que, según diferentes percepciones de los jóvenes, en varias ocasiones se utiliza la vida de ciertos personajes como espectáculo o se exponen sus vidas privadas y relaciones sentimentales, con la intención de captar la atención. Estos programas de género magazine tienen como objetivo el entretenimiento del televidente. Para ello, se evaluó el programa “La Banda del Chino”, que de acuerdo con Marín (2016) pertenece al género y abarca diversos aspectos tales como noticias, moda, reportajes, notas turísticas, notas sobre hechos llamativos, concursos, etc. Este magazine posee un formato con secciones fijas y todo el peso del programa recae sobre el conductor, por lo que, la opinión del público joven y las secuencias que se presenta es viabilizada a través de él.

.2. Justificación

La presente investigación propone conocer la opinión pública sobre el contenido del programa La Banda del Chino, enfocándose principalmente en el juicio o criterio de los jóvenes, quienes son los primeros en ver este tipo de programas. Esta emisión televisiva, pertenece a la clasificación de narración audiovisual de género magazine, cuya finalidad es aprovechar el tiempo de ocio del televidente para entretenerlo, influyendo de manera positiva o negativa en el público espectador.

El propósito de la investigación es esclarecer el conocimiento que se tiene sobre los programas consumidos por los jóvenes, además de evaluar lo que ellos prefieren visualizar en la televisión como modo de información y distracción de manera personal. Dicho propósito pretende

contribuir con el esclarecimiento de estas preferencias, para así saber cómo hacer que el receptor tenga una comunicación más efectiva con los programas consumidos.

Los resultados de la presente investigación, a nivel metodológico, sitúan a los interesados en el área de investigación, de un instrumento validado, cuyas propiedades psicométricas evalúan el impacto de un programa de televisión mediante la evaluación a espectadores procedentes del distrito de San Martín de Porres. Cabe resaltar que según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) es el distrito con mayor población en Lima Norte; desglosando la población, este instrumento es tomado a adultos jóvenes, cuyas edades oscilan entre 20-24 años, un aproximado a la edad que este magazine va dirigido.

Es importante mencionar que la televisión influye significativamente en el comportamiento de los televidentes para el presente estudio, las opiniones de los encuestados indicaran su preferencia por el programa en mención, permitiendo identificar si lo consideran beneficioso y de satisfacción para sus necesidades de recreación y entretenimiento; o perjudicial, aburrido, a punto de considerarlo o catalogarlo como parte de la televisión "basura".

.3. Formulación del problema

¿Cuál es el impacto de la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017?

.4. Objetivos

4.1. Objetivo general

- Determinar el impacto de la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

4.2. Objetivos específicos

- Analizar el impacto de la historia narrativa del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.
- Analizar el impacto de la acción narrativa del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

- Analizar el impacto del personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.
- Analizar el impacto del tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

a) Antecedentes

Para la realización de esta investigación se han tomado en cuenta las siguientes tesis nacionales e internacionales:

Tudela, G. (2017) llevó a cabo un trabajo de investigación titulado “Construyendo identidades globales adolescentes: la serie juvenil CASI ANGELES y su rol en la formación de la identidad y adopción de valores en adolescente”, el cual tuvo como propósito indagar sobre el rol que presenta la serie “Casi Ángeles” para lograr la identidad y alcance de valores de los jóvenes, teniendo en cuenta los elementos de la narrativa y el lenguaje audiovisual. Concluye que los rasgos de la narrativa y el lenguaje audiovisual fortifican asiduamente la temática y los valores, plasman un ambiente para que se desplieguen las emociones y sentimientos más profundos de los actores, que se vinculan con la de los espectadores, ayudando a identificarse con la serie, aunque los planos, ángulos y movimientos de cámara no son puntos que definen las series, estos también resaltan ciertas peculiaridades de los personajes, al igual que la escenografía, vestuario, maquillaje e iluminación, también emplea la música y los subtítulos que resaltan ciertas palabras de la narración o de las voces en off. Se resalta que no todos los programas que se muestran en la televisión son malos o cambian la manera de pensar del espectador. Así también, ayuda al investigador en esclarecer e indicar cuales son los elementos del lenguaje audiovisual que aparece en la televisión.

Centeno, R. (2016) en su tesis titulada “Tv basura: El caso de los programas juveniles Combate y Esto Es Guerra”, posee como objetivo examinar el contenido de estas transmisiones y los mensajes de violencia, sexismo, chismes, escándalos y morbo, tomando en cuenta sus secuencias, actores, asistentes, audiencia y comerciales, así como el rating. Se incluyó a una muestra de 25 escolares de secundaria y se concluyó que son catalogados como un producto de la tendencia actual de estimular en los telespectadores el morbo, la curiosidad, el interés banal por las ocurrencias en pantalla y camerinos; preservan una estructura típica de programa de competencias, pero le han adherido componentes prestados para tener más impacto mediático y en el rating; coincide con la ausencia de una oferta apropiada –más cultural, educativa y de entretenimiento sano- para los niños y jóvenes, los expertos atribuyen en que la violencia que divulga la TV incita conductas agresivas en los televidentes. Se puede observar que estos programas afectan en la forma de ser de las personas que la consumen, sobre todo a aquellos

que no tienen la potestad de discernir los contenidos y sus mensajes ocultos como los niños y adolescentes.

Karam, T (2014) realizó una investigación titulada “La dimensión emocional en el discurso televisivo”, en la que sostiene que la comunicación es un fenómeno múltiple, transversal y ecológico basado en las relaciones interpersonales y grupales, las institucionales y las sociales, e igualmente en la dimensión social. Las indagaciones sobre el cerebro y la neurología han impactado relativamente poco a los estudios sobre comunicación social. El autor sustenta que es importante la incorporación de este nuevo hallazgo para entender mejor el funcionamiento de los medios, de sus técnicas de producción y recepción. El impacto de los mensajes del medio influye en los individuos, grupos sociales y en el aspecto macrosocial, lo cual no es total pero tampoco limitada, no es inmediata, pero no invisible al mediano plazo. Examinar la dimensión emocional en un campo muy específico nos permite difundir un conocimiento, lo cual no frecuente en estudios sociales sobre medios masivos y tecnologías. Por otro lado, la industria mediática sabe mucho de sus audiencias, invierte grandes cuantías de dinero para conocerlas, hoy las audiencias también tienen más información, el medio sabe dirigir programas específicos y diversos, mezclando géneros y formatos cada vez, con narrativas de gran prontitud y rapidez, con tácticas de aproximación con el televidente. En algunos casos persisten la manipulación y el aletargamiento en sociedades que buscan entretenimiento, pero no se interesan sobre lo que la televisión y sus mensajes hacen en la cabeza, en el mediano o largo plazo inculcan, cultivan o refuerzan visiones, imágenes, representaciones y estereotipos, en los cuales la emoción cumple un reforzar fundamental.

Cueva, D. (2014) en su tesis sobre “Análisis de la narrativa audiovisual de las películas de Wes Anderson” tuvo como objetivo identificar a las constantes de la narrativa audiovisual teniendo en cuenta los argumentos, concluye que los indicadores argumentales se basan en el tema de las familias en crisis y personajes con problemas existenciales acaecidos por traumas pasados y proximidades a transiciones de vida, el paso de la adolescencia a la adultez, crisis de los 40, el primer amor, etc. Las constantes de la narrativa audiovisual responden a que todas las películas pertenecen al género de comedia-dramática, orientado a la audiencia juvenil, encontrando un público culto.

Fariño, J. (2017) llevó a cabo un estudio llamado “Análisis de recepción del programa Contacto Directo y su incidencia en la formación de la opinión pública de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, Universidad de Guayaquil” con el objetivo de analizar el impacto comunicacional de la recepción de los contenidos mediáticos y argumentos críticos

vertidos en el programa de opinión ecuatoriano. El estudio fue descriptivo, con un diseño no experimental transeccional, haciendo uso de una metodología constructivista y de una muestra probabilística aleatorio simple. Se aplicó diez técnicas entre cualitativas y cuantitativas, la mayoría de ellas destinadas a extraer información de la audiencia. Se halló que el programa Contacto Directo utiliza un alto nivel de emotividad y dramatismo discursivo (78%). La audiencia se siente motivada a sintonizar “Contacto Directo” debido a características inherentes a este espacio, como lo son los comentarios críticos de los presentadores, el estilo de entrevistar y la participación de invitados de distintas tendencias. La opinión de uno de sus periodistas tiene la peculiaridad de ser metódico, directo, argumentado y verosímil, con un grado de influencia en la audiencia. Entre las estrategias del programa Contacto Directo para influir en la opinión de la audiencia, destaca el uso de la credibilidad del líder de opinión, lo que genera una reacción social en la que el comentario o crítica del periodista es masificado en la audiencia, debido a la falta de preparación académica. De esta tesis se resalta que los programas de televisión de tipo informativo pueden tener influencia en la opinión pública, a tal punto que puede cambiar el lineamiento político del televidente.

Amon, D., Arcides P., Roso, A., Veríssimo, M. (2014) en la investigación sobre “Propaganda, publicidad y opinión pública. Dimensiones Éticas”, expone que la noción de opinión pública de la década del 30 presupone al ser humano individual y comprendido a partir de métodos estáticos. La opinión pública viene a ser el agregado de actitudes y creencias individuales; en este contexto está el proceso de individualización de lo social y por otro lado los métodos de muestreo desconsideran el hecho de que en muchos campos de investigación la opinión de las personas puede tener un peso diferente. Se define que el papel social de medios de comunicación en masa afecta directamente la vida cotidiana de las personas y grupos sociales, debiendo primar por la calidad y el valor social de sus piezas. De esta tesis se puede concluir que el investigador explica un poco más acerca de lo que es opinión pública, el papel de los medios de comunicación tienen un peso muy fuerte ya que alteran la opinión de la persona que consume dichos programas u opiniones.

Plut, S. (2014) en su trabajo de investigación llamado “El sentimiento de inseguridad en la opinión pública”, indaga la opinión pública acerca del aspecto de inseguridad vinculado con el delito, examina notas periodísticas en portales de internet, de distintos medios, sobre un mismo acontecimiento y acotaciones, llegando a concluir que las opiniones sobre actos del habla, son más parecidos entre sí que entre los periódicos, que son más divergentes, las discrepancias centrales son con respecto a actores, por ejemplo si es mentiroso y con respecto al diagnóstico sobre la realidad, se afirma que una impresión resulta más apto que una reflexión para que se

propague por la sociedad, para que se presente de manera extendida por una serie de ciudadanos. Aquí interviene, el componente afectivo inherente al término mismo de sentimiento.

Martinez, P. (2013) en su trabajo titulado “Las experiencias formativas desde la opinión de los jóvenes escuchas del programa radiofónico ¡Ya Párate!”, el cual se enfoca al líder de opinión en un contexto juvenil, detallando que se trata de aquel individuo cuya opinión influye en su contexto social. Por lo general son carismáticos y sus partidarios son quienes legalizan su liderazgo, aunque el líder no necesariamente simbolice los valores aceptados por el resto de la sociedad. Es importante hacer una referencia cruzada entre el mensaje emitido y la reacción de los jóvenes para que se pueda comprender cómo el liderazgo de opinión se da de manera conjunta o bidireccional entre el líder y sus seguidores. Esta tesis menciona la relación que existe entre ambas variables, donde la opinión del público juvenil influye en un contexto social.

Arboccó M, Arboccó J (2012) llevaron a cabo un estudio titulado “Impacto de la televisión basura en la mente y la conducta de niños y adolescentes”, donde se reflexiona sobre el impacto negativo que genera el mal empleo de la televisión en nuestro medio y en otros países. Se examina el abuso y el fenómeno de la “televisión basura” como uno de los elementos que brinda una serie de insuficiencias en la mente y en la conducta de los sujetos. Señala que la televisión (TV) compone una fuente efectiva en la creación y formación de actitudes en los niños, ya que, desde edades precoces, son sometidos a su influencia. Por otro lado, la televisión suele tener una comunicación unidireccional y proyecta de manera trastocada temas enfocados a los roles masculinos y femeninos desfigurados, los estereotipos sexistas, modelos de belleza femenina, la mujer como objeto sexual, la ridiculización del homosexual, la neurotización de las relaciones de pareja expuestas en las telenovelas, la vulgarización de la vida, la destrucción del lenguaje y el empobrecimiento temático y cultural, la desinformación y manipulación de los contenidos políticos (los ya conocidos trabajos psicosociales de los gobernantes de turno). Asimismo, la televisión, y ahora el internet, se apropian del poco tiempo del que disponen los niños para dedicarse a las actividades lúdicas y recreativas. Las cadenas televisivas tienen una tendencia de mantener la atención del público distraído, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivada por temas sin importancia real, centrándose además en temas de violencia y en el consumismo. Por otro lado, el acto de ver se reduce a ser un hombre que no lee. Y atrofia la capacidad de entender. Sumándose el hecho del grado de violencia, discriminación, sexismo, pensamiento supersticioso y el sentimiento de culpa que los medios de comunicación masiva peruana e internacional transmiten. En los últimos años, el nivel de sintonización de la televisión ha aumentado tanto, que su impacto y credibilidad representa el mayor porcentaje de aprendizaje social de un individuo. Finalmente, los autores concluyen que ante lo expuesto se hace necesario mantener una actitud

atenta y crítica ante los contenidos en los programas de TV (también con la prensa escrita y radial e internet) pues no solo se trata de ciertas novelas, películas o series groseras o violentas, también existen ciertos “programas periodísticos”, “noticieros”, “programas de entretenimiento” que contribuyen a la vacuidad, estupidización y bajura. Los colegios profesionales o instituciones académicas (psicólogos, periodistas, publicistas, médicos, educadores, sociólogos) y sus colegiados tienen en sus manos la posibilidad de cambiar esta situación.

Morales, J., Rodríguez, E., Reyes, M., O Quinn J. (2011) realizaron un estudio sobre la “Opinión pública y democracia algunas aportaciones para su estudio”, en el cual se menciona que siendo la base de toda opinión un proceso comunicativo, involucra un concepto de difusión de mensajes con el empleo de todas las formas comunicativas posibles y no solo restringiendo el proceso de transmisión a los medios propiamente masivos. A su vez, el contenido de los mensajes tendrá que ser de interés colectivo, vale decir, que afecte a un grupo de individuos, y finalmente masiva, o sea, que el ciclo completo de la comunicación tenga lugar dentro del ámbito público. La opinión pública implica un proceso de comunicación, producida por el procesamiento de información que se introduce en un clima de opinión. El objeto de que trata es siempre de interés grupal, necesita acceso libre a la información, tiende a producir efectos que sean visibles en los niveles de decisión y poder, no solo en la política. El conocimiento de la opinión pública demanda dos niveles de operaciones: formal y concreto. Dicho de otro modo: una información teórica y otra práctica. La primera, con el concurso de otras disciplinas; Y la segunda, con metodologías de medición de actitudes y opiniones, entre las que la encuesta goza de mayor aceptación. La opinión pública por su formación es el resultado de opiniones individuales sobre temas o asuntos de interés común, se acrecientan con los medios masivos de comunicación, la introducción de las nuevas tecnologías, como es el uso de internet y sus aportaciones en la formación de la opinión pública, lo cual resalta en el proceso de toma de decisiones que atañen a la propia sociedad en su conjunto.

Martínez, S. (2005) realizó un estudio llamado “Lenguaje audiovisual y manipulación” con el fin de alertar y hacer reflexionar sobre los riesgos de manipulación a los que habitualmente se ven sometidos los espectadores sin ser apenas conscientes. Empiezan declarando el concepto de maniobra en general, sus posibles autores y la finalidad que pretende y se desarrollan las principales etapas o sistemas mediante los cuales se lleva a cabo, explicando los elementos manipuladores, los paradigmas mentales, los planteamientos estratégicos más utilizados y los procedimientos a los que se recurren. El estudio se centra en las notas de la imperante cultura actual de la imagen y, sobre todo, de la imagen televisiva, que incluye tanto los espacios de programación como la publicidad. Por último, se apuntan algunos retos para conseguir la

televisión que los espectadores esperan y desean. El autor concluye que la televisión influye en el modo de pensar de los espectadores y en la configuración de sus estilos de vida y construye una cultura de la importancia que se define por la aparición o la no aparición de los productos en el imaginario social. Este trabajo de investigación hace ver que la tecnología audiovisual ofrece la posibilidad del prodigio escénico, indispensable para reconvertir míticamente los productos de consumo, que en sí mismos son inertes.

Fernández, J. (2005) llevó a cabo un trabajo titulado “La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores”, que buscó analizar cómo las asociaciones de telespectadores defienden a las audiencias televisivas e intentan regular los contenidos que aparecen en pantalla, con el fin principal de regular los contenidos televisivos que llegan directamente al consumidor. La televisión es el medio de comunicación por excelencia. Al ser la visión el sentido que proporciona una experiencia más directa de las cosas, la televisión desprende la sensación de que lo que en ella se ve es la realidad, y por esto contribuye poderosamente a formar la opinión pública. La mayor parte de las nuevas vías de comportamiento las impone la televisión. Por otro lado, se ha visto que la interacción con la televisión es mucho mayor en jóvenes y adolescentes. Cada vez más, los jóvenes y adolescentes dedican mayor porcentaje de su tiempo a la interacción con la televisión. Son muchos los estudios que han arrojado datos que demuestran que el abuso de soportes audiovisuales configura un estilo de aprendizaje pasivo, lo que motiva que los niños sean menos creativos e imaginativos e, incluso, muchos pierdan la curiosidad por aprender y dedican menos tiempo a la lectura. Pero no todo lo que aparece en televisión resulta nocivo para la adquisición de hábitos y conductas, ya que los medios de comunicación pueden convertirse en una herramienta de aprendizaje; a su vez, es necesario que los padres enseñen a sus hijos que todo lo que se ve u oye en medios, no corresponde muchas veces con la realidad. El asociacionismo de telespectadores en España es incipiente y todavía no ejerce un peso específico en los contenidos y en el control de lo que aparece en la programación televisiva. El autor concluye que la televisión tiene un poder tal, que puede conformar estados de opinión, modas y consumismo en el espectador.

b) Bases teóricas

b.1. Narración audiovisual

La narrativa audiovisual corresponde a un tema de gran coyuntura en diferentes esferas de la vida diaria. Es un hecho que las imágenes se expanden y, en momentos, llegan de manera inadvertida al público (Rivera y Correa, 2011, p. 1).

Asimismo, la narrativa audiovisual se entiende como:

La facultad o capacidad que disponen las imágenes visuales y acústicas para contar historias, para articularse con otras imágenes y elementos portadores de significación hasta el punto de configurar discursos constructivos de textos, cuyo significado son las historias, la narrativa audiovisual es la ordenación metódica y sistemática de los conocimientos, que permiten descubrir, describir y explicar el sistema, proceso y los mecanismos de la narratividad de la imagen visual y acústica fundamentalmente. (García, 1993, citado por Villanueva, 2011, p. 3).

En cuanto a los conceptos de narrativa y narración existe hay mucha polémica en razón que no está muy claro si la dimensión narrativa pertenece a los contenidos de la imagen o, por el contrario, al modo en que se organizan, relacionan y presentan las imágenes. Para poder distinguirlos, el primero correspondería a la narrativa y el segundo, a la narración, y juntos, al relato (Ordóñez, 2018).

La palabra «narrativa» presenta distintas acepciones. Constituye una de las formas de la literatura de la cultura occidental desde la Antigüedad, junto con la lírica y el teatro. También es la habilidad de contar una historia. Pero además es una forma de referirse a la disciplina que estudia las formas narrativas, es decir, la Narratología. Por su parte, la propia disciplina tampoco está exenta de indefinición, debido tanto a su carácter interdisciplinar (Gómez Tarín, 2011) como a que el propio objeto de estudio puede ser visto bajo distintas perspectivas: como una estructura cognitiva que da sentido a una experiencia, como un tipo de texto producido e interpretado en cualquier tipo de medio, o como un recurso para la interacción comunicativa. Reis y Lopes (2002) apuntan que no pueden olvidarse dos hechos: que las narraciones se pueden encontrar en diversas situaciones funcionales y contextos comunicacionales, y que pueden concretarse en distintos soportes expresivos (Ortíz, 2018).

La narrativa audiovisual se refiere al conjunto de herramientas que nos ayudan a narrar la historia que queremos llevar a cabo en nuestra producción. Es así como la creación audiovisual es, ante todo, un proceso comunicativo. Todo producto es un mensaje que se desea hacer llegar a alguien y para que este proceso sea exitoso ha de realizarse mediante el empleo de un código común entre emisor y receptor (Ortiz, 2018).

Por otro lado, la narración remite, en términos generales, al contenido en el que el espectador reconoce, por medio de la secuencia de imágenes y sonidos, los acontecimientos que construyen un argumento y que remiten a un texto que representa la historia. Sin embargo, la secuencia puede ordenarse de varias maneras y las imágenes, representarse desde diferentes

ángulos y movimientos de cámara, lo que, de alguna manera, modifica la forma en que se percibe el relato. La narración entonces corresponde a la representación de la realidad que busca la significación a través de la suma de acontecimientos que se construyen en una historia (Ordoñez, 2018).

La narración, en cuanto acto de comunicación, supone la existencia previa de una historia y la posibilidad de reconocer un mensaje. De esta manera, el contenido puede entenderse como la representación de la historia en varios niveles de significación: en la narración misma que se produce como una secuencia de acciones que el espectador reconoce en la historia (Ordoñez, 2018). Asimismo (Oreja, 2016, p. 15) define la narración forma parte de la cultura humana desde sus principios, donde todo el mundo quiere relatar su historia. Esto implica almacenar y compartir la memoria personal para dar organización a nuestros estatutos, el entretenimiento y la historia. Hacia donde se dirija un individuo, su narrativa se adecua a las formas de comunicación que permite valorar su identidad.

Según Peña (2001), la narración audiovisual es una construcción narrativa que presenta una historia donde se integra una sucesión de acontecimientos de interés humano en la unidad de una misma acción. La narración audiovisual es de “interés humano” porque responde a los acontecimientos donde se implica al individuo como agente o paciente. También como “unidad de una misma acción”, la acción es un conjunto de hechos y acontecimientos que se relacionan entre sí. De no existir estos dos aspectos, la narración audiovisual se construiría con otras configuraciones discursivas. (p.77)

Por su parte, Bermejo (2005) define la narración audiovisual como un fenómeno humano que consiste en producir y consumir relatos en un contexto social e histórico. La narración tiene su origen en la acción humana y se desencadena ante la necesidad de restablecer un desequilibrio percibido. Utiliza todos los recursos cognitivos de sujeto para satisfacer, según la situación, diferentes funciones: organizar y dar sentido a la experiencia humana; resolver problemas; comunicarse consigo mismo o con los otros; expresarse. (p.104)

Finalmente, Genette 1998 citado por Canet y Prosper (2009), relata que la narración es un tercer elemento que rompe con la dualidad ausente de sentido, la distinción entre la historia y discurso, o entre historia y relato. La narración, representa el proceso a través del cual se enuncian los contenidos de la historia en el relato. Pone en juego en el relato una serie de enunciados, que reclaman la figura tanto del sujeto que los enuncia como del sujeto que los recibe. (pp. 22-23)

De los autores revisados, esta investigación toma por referencia a (Peña Timón, 2001), por acercarse más a la realidad del estudio. Define la narración audiovisual como un conjunto de historias y acontecimientos que implica al individuo como agente, y a la acción como hechos que se relacionan entre sí.

b.1.2. Métodos de narración

Para Canet y Prosper, existen dos formas de proponer la narración de una historia:

Mímesis: Narración dramatizada por actores en un escenario. Se entiende por mostrar (*showing*).

Diégesis: Existe un narrador que cuenta directamente los contenidos. Se entiende por contar (*telling*). (p.26,27)

b.1.3. Propiedades de los relatos y las narraciones

En el libro de Bermejo (2005) se menciona un conjunto de propiedades del relato y narraciones de los cuales en la investigación demuestran los que se acercan más (p.105)

Reales o imaginarias: Muchas personas solo creen que los relatos existen en la ficción (cine, tv, literatura y cuentos populares). A algunos les cuesta aceptar que en la vida cotidiana existen relatos en abundancia. La única diferencia entre ambos tipos de relato, es que en el real hablan de personas y lugares que están en nuestro entorno; mientras que en el otro es más que nada lo que transmite nuestra imaginación.

Punto final apreciado: Resolución de la trama.

Personajes humanos o antropomorfizados: Las acciones afectan directa o indirectamente a personajes humanos o antropomorfizados (animales que hablan).

Lugar determinado: Toda narración siempre está ubicada en un lugar concreto y delimitado.

Despliegue en el tiempo: Tiempo pasado; ligado a los personajes y a los acontecimientos de la historia. Tiempo actual; acto de narración dirigido por un narrador.

Perspectiva de un narrador: Todo relato es siempre narrado por algún tipo de narrador que introduce algún tipo de perspectiva. (p. 106,108)

b.1.4. Elementos de la narración audiovisual

Para Peña Timón (2001) los elementos de la narración audiovisual no se tratan de divisiones “físicas”, sino de fragmentaciones teórico-operativas del *texto narrativo audiovisual* llevadas a cabo por el analista, a fin de conocer los elementos que suministra el texto, su sentido y significación (p. 82). Entre ellos se encuentran:

Para efectos del presente estudio, se plasmarán las siguientes dimensiones con sus respectivos indicadores:

HISTORIA NARRATIVA

- **Visión descriptiva:**

Se entiende por los detalles que se mencionan acerca de la narración audiovisual.

- Relato:

Serie de hechos que acontecieron y hacerlo de forma que tenga una estructura causal, es decir una sucesión que lleve a un desenlace con ciertos efectos y en un tiempo determinado de exposición (Ordóñez, 2018).

- Argumento:

Medio de intentar solucionar una diferencia de opinión, explorando la relativa justificación del punto de vista que concurre (Carrillo, 2007, p. 302).

- Contexto:

Se refiere a la situación que incluye la narración.

- **Transportabilidad:**

Se entiende por algo que puede ser transportable.

- Narración:

Se refiere a un proceso secuencial de eventos o acciones, efectuadas por personajes reales o imaginarios, en un lugar y tiempo determinado, contada por alguien de una manera específica (Uriarte, 2019).

ACCIÓN NARRATIVA

De acuerdo con Peña (2001, pp. 93-94), se trata del significado del movimiento representado. Es decir, se traduce a una actividad donde no precisamente se ha de identificar

la acción con el movimiento, ya que la acción se expresa en ocasiones, en la inmovilidad de un agente o personaje. Asimismo, el autor menciona que la acción narrativa es el elemento formal de secuencialidad que forma parte del relato, entendido como una sucesión de acontecimientos de interés humano, que se relacionan con el acto, cambio de estado y significado de imágenes.

- **Acto:**

Se refiere a la capacidad de llevar a cabo una determinada tarea (Pérez y Gardey, 2013).

- Suceso puntual (Escenas):

Se compone de varios elementos formales que se aproximan para producir una totalidad (Ordóñez, 2018).

- **Cambios de estado:**

Se refiere a la transformación de diferentes situaciones.

- Cambios temáticos

Consiste en varias o modificar el rumbo del discurso a través de la introducción de una cuestión que no había estado presente anticipadamente, y normalmente se marca también mediante uno o varios recursos (Cortés y Hidalgo, 2015).

- Actividad del personaje:

Elemento fundamental de los textos narrativos, en torno al cual gira toda la maquinaria del texto narrativo (Peña, 1998, p. 94).

- **Significado de imágenes:**

Surge de la construcción de un espectador a partir de estímulos percibidos por los sentidos; con lo cual el espectro involucra imágenes visuales, audiovisuales, sonoras y olfativas, entre otras (Rivera y Correa, 2011).

PERSONAJE NARRATIVO

Peña (2001) considera que se trata del elemento fundamental de toda narración, en el cual recae todo la historia narrativa. De otro lado para Corbett (2018), los personajes difunden convicción en la historia, pues se sujetan a detalles de la vida cotidiana al revelar las formas en que las personas consiguen las cosas, a las creencias que los guían, y a sus logros y decisiones.

Al respecto, a partir de Peña (2001), se pueden interpretar como dimensiones del personaje narrativo el personaje vs. acción, el personaje como signo y las tipologías actanciales.

- **Personaje vs acción:**

De acuerdo con Peña (2001, p. 94), para muchos autores crear una historia es o equivale a construir un personaje. Al respecto, este autor considera que es importante considerar las raíces de la formación de personajes en Grecia y Roma, así como determinar su particularidad contemporánea.

- Orígenes griegos y romanos del personaje: Se trata de personajes toscos, poco elaborados y estereotipados, que llevaban una careta.
- En el personaje en la era actual: A partir de la edad moderna se produce el realce del protagonista en la historia, es decir, el aporte y el significado que le genera a los espectadores. (Peña, 2001, p. 95).

- **Personaje como signo:**

El personaje se comporta como un signo, de modo que, si se atiende a los tipos de signos que existen básicamente, también será la misma cantidad de tipos de personajes (Peña, 2001, p. 97). Para Peña existen 3 tipos:

- Referenciales: Personajes históricos, mitológicos, con respecto a la cultura.
- Conectivos: Poseen contenido de acuerdo al discurso narrativo.
- Anafóricos: Informadores: son organizadores de la narración, es decir informadores.

- **Tipologías actanciales:**

Se refiere a los elementos de la sintaxis elemental al que se identifica por su funcionalidad dentro del relato, es decir, son todas aquellas peculiaridades invariables diseminadas a lo largo del relato (Peña, 2001, p. 101).

De acuerdo con el autor antes mencionado (p. 118), en el saber total del texto intervienen varios sujetos de forma explícita e implícita, como los supra-narradores, narradores, redactores y locutores.

TIEMPO NARRATIVO

Según Gonzales (2015) en relación al tiempo propone que el tiempo natural o real se fragmenta por medio del montaje o edición de la imagen. Es decir, que el tiempo queda roto por la narración audiovisual.

- **Herencia histórica:**

Se refiere a cómo se distribuyen las acciones en el tiempo.

- Expresiones de tiempo:

El tiempo es tomado de dos formas: una forma objetiva en base a los parámetros arbitrarios y convencionales (reloj, calendario, etc.); y una forma subjetiva que se

marca en base a tres factores: el tamaño plano, la cantidad de movimiento interior del plano y la duración objetiva. Por tanto, es la impresión de duración donde dos planos de igual duración objetiva pueden dar muy diferentes impresiones de duración (Peña, 2001, p. 113).

- **Tipología:**

- Lugar determinado:

- Todo relato ocurre en un sitio, ya sea real o imaginario, y los acontecimientos pueden tener mayor o menor nivel de interacción con el escenario en donde ocurren (Uriarte, 2019).

- Tiempo determinado:

- Todo relato involucra una cantidad de tiempo (tiempo de la narración), así como el curso de los eventos que narra (tiempo del relato) (Uriarte, 2019).

- No se respeta el orden:

- La consecución de eventos se da muchas veces en un orden, pero otras se dan de distintas maneras.

- **Programación Televisiva:**

Con relación a programación televisiva, Careras (2006) indica que tiene como meta fijar la visión general de la emisora, además de las necesidades de producción y de compra; luego se encarga de definir el punto de vista de los anunciantes para así, finalmente, contribuir con el diseño de la parrilla según los resultados conseguidos de la audiencia. Por ello, el autor sugiere que el programador debe colocar los programas según la secuencia en la parrilla semanal o mensual de un emisor. De esta manera, lo más característico es saber diseñar la parrilla evaluando el horario y el día en el que los programas atraigan el mayor número de espectadores.

b.2. Reseña de La Banda del Chino

La Banda del Chino es un programa desarrollado por la cadena América TV. Se estrenó en el mes de enero del 2017 y el encargado de animarlo es Aldo Miyashiro, quien hace su regreso a esta cadena televisiva después de su salida de Panamericana, donde tenía el programa denominado “La Batería”. Él se encuentra acompañado, en cada programa, un coanimador y un numeroso grupo de colaboradores que funcionan a modo de comparsas (Series Perú, s.f.).

Durante la emisión del programa “La Banda del Chino” hay partes y secuencias donde el conductor del programa presenta notas sobre lo acontecido durante el día, luego con la participación de los conductores se crean parodias e interpretan a los personajes del acontecer

actual de una manera graciosa. También hay segmentos donde dan espacio a la participación de diversos concursos, ya sea de baile o canto, donde los que participan son muchas veces los panelistas del mismo programa (Vásquez, 2017).

Haciendo un recordaris, 'La Banda del Chino' (América TV), desde su debut el lunes 23 de enero del 2017, se consolidó como uno de los programas favoritos de la noche, dejando atrás a 'La noche es mía' (Latina), su competencia directa. Según cifras de Ibope Media del día miércoles 25 de enero, este programa volvió a sacarle ventaja a 'La noche es mía' al registrar en promedio 8.1 puntos de rating, mientras que el espacio que conduce Carlos Galdós hizo 6.7 puntos. De esta manera, el espacio de América Televisión se ubicó en el puesto 16 de los programas más vistos, mientras que el de Latina alcanzó el puesto 23 (La República, 2017).

Las cosas no le pudieron salir mejor a Miyashiro desde que se mudara a América TV. El nuevo programa, que va desde las 11.30 p.m., se estrenó con 10.6 puntos de rating, superando ampliamente a 'La noche es mía' que esa noche registró 6.6 puntos. Sin embargo, la diferencia se acortó el martes, quedando en 0.1 puntos (La República, 2017).

b.3. Una aproximación a la definición de opinión pública

En la literatura se ha observado una serie de enunciados del concepto de opinión pública, los cuales se ha circunscrito en cuatro sentidos primordiales (Gutiérrez, 1997, p. 9):

Opinión pública como fuerza: Cuando los habitantes logran influir en las autoridades o en quienes asumen disposiciones del país.

Opinión pública como la opinión de los ciudadanos: Este es el sentido generalmente usado, y se refiere a la opinión de la mayoría de los sujetos sobre un determinado tema, no necesariamente con resultados o acciones.

Opinión pública como los temas públicos: Cuando se pronuncia sobre cuestiones relacionadas con las acciones y disposiciones del gobierno y el Estado, es decir, el acceso en los medios masivos de la discusión sobre la vida política de un país.

Opinión pública como una corriente de opinión: Se refiere a los dictámenes sobre algún hecho que llegan a un clímax.

Según Rovigatti (1981), la opinión pública es un fenómeno social ligado con otros fenómenos; pero tiene su fisonomía propia y se distingue de aquéllos otros. Hasta el hombre de la calle cuando habla de opinión pública tiene la certeza de hablar de algo distinto de las otras realidades. Encontrar la dimensión exacta de una disciplina unitaria que trate de la opinión pública es más bien cosa ardua. La opinión pública no se concibe sino con referencia a una pluralidad de personas. Mi opinión no llega a ser opinión pública, solo porque yo la expongo en público. No es pública la opinión de un periodista solo porque la publica en las columnas de su periódico.

A través de la literatura se evidencia una definición operativa de lo que es opinión pública, mediante la capacidad humana de percibir el crecimiento o debilitamiento de las opiniones públicas; las reacciones ante esta percepción, el temor al aislamiento hace que las personas tiendan a someterse a la opinión ajena (Noelle, 1995). En conclusión, son opiniones sobre temas variados, que pueden expresarse en un público sin aislarse. Esto solo se aplica en situaciones en las que las opiniones compiten entre ellas. Cuando las opiniones y formas de comportamiento se han impuesto como costumbre o tradición, no podemos seguir reconociendo en ellas algún elemento controversial.

Para Lippman (2003), la formación de un modelo de opinión pública depende de los medios de comunicación. Asimismo, demostró que los medios informativos, esas ventanas abiertas al inmenso mundo que queda más allá de nuestra experiencia directa, determinan los mapas cognitivos que nos hacemos de él. La opinión pública, responde, no al entorno, sino a un pseudo-entorno construido por los medios informativos. Por otro lado, estos esquemas cognitivos, en tanto fuentes de opiniones, son en su mayoría una representación parcial. Y, finalmente, el ambiente familiar y compartido por todos individuos -llamémosle "mundo de la vida"- es sustituido por un "pseudo-entorno", al que contribuyen la propaganda política, los medios, las imágenes individuales, el egocentrismo y la manipulación.

En primer lugar, es menester conceptualizar los términos que conforman la idea a explicar:

Según la Real Academia Española (2020), la opinión pública es el sentir de la sociedad de determinados asuntos a través de la interrelación entre los criterios y actividades de una estructura social. También se refiere a la percepción de un grupo sobre asuntos que tienen relevancia para la sociedad. Tiene estrecha relación con el poder y los procesos políticos. Su influencia puede determinar políticas públicas. Actualmente, en su formación, tiene gran relevancia los medios de comunicación: radio, televisión, periódico, redes sociales.

Es así como la opinión pública es un concepto que tiene varios significados y es complejo. Las primeras reflexiones vienen de Platón y Aristóteles: para el primero la «doxa» es un conocimiento parcial e inseguro de la realidad basado en impresiones y ambigüedades y para el segundo una forma de acercarse a la verdad. En la cultura romana era sinónimo de «apariencia, la buena o mala imagen que tienen los demás de uno mismo». Con el invento de la imprenta la cuestión se profundiza: la opinión se publicita cada vez más. Desde Francia e Inglaterra surgen los salones de té, las pulperías, la opinión se comparte. Aparecen los contractualistas y los liberales, Locke afirmaba que la OP era el poder del qué dirán y que se trataba de un control indirecto más eficaz que la censura formal. Rousseau la definió como la aclamación constante de la voluntad general, era para el «loco» el árbitro moral de la sociedad pero también la base de las leyes. Otros liberales debatían, como Tocqueville y Mill, para el primero la OP es como una fuerza de opresión, pero para el segundo se trataba de simplemente la expresión de las masas (Wizenberg, s.f.).

Aguilar (2017) sostiene que la opinión pública fue entendida originalmente como:

- La libertad de opinar sobre los asuntos generales o públicos de Estado (“bien común”, “necesidad pública”, “interés general”) y, en conexión con ello, sobre el contenido y la forma del gobierno de Estado, es decir, sobre el contenido y la forma de las decisiones gubernamentales relativas a tales asuntos generales.
- El carácter público de la opinión en un doble sentido, el de poder ser “publicada” (poder ser en principio comunicada a todos los miembros de la asociación política y ser conocida por todos ellos) y el de poder ser debatida públicamente (refrendada o refutada) por todos y ante todos.
- El carácter racional de la opinión, en el sentido de que la emisión de la opinión, como su refrendo o refutación, ha de ser realizada mediante argumentos intersubjetivamente controlables.
- La confianza de que toda argumentación racional en público sobre asuntos públicos haga posible neutralizar opiniones empíricas erróneas o restringidamente particulares (intereses, pasiones...) y así producir consensos generales o en principio generalizables sobre las leyes públicas por promulgar y las decisiones gubernamentales por tomar.
- La exigencia, o pena de invalidez, de que el poder público actúe en conformidad con la “concordancia pública” de la opinión general, racionalmente discriminada y formada en el debate argumentativo, elevándola al rango de ley y de contenido de la decisión gubernamental.

En cuanto a la definición de juventud esta es muy diversa, todo depende del tiempo y la cultura donde se dé dicha definición. Si bien hay innumerables variables entre estas definiciones tradicionales, todas coinciden en el tiempo cronológico y fisiológico de juventud, especialmente si nos guiamos del criterio de juventud de las Naciones Unidas que considera jóvenes a las personas con edades comprendidas entre los 15 y los 24 años de edad. Pero estamos claros que ser joven implica más que una edad y un rango definido (Tavarez, 2015).

En la actualidad, la generación joven es la llamada ‘millennial’, y está conformada por jóvenes que nacieron en la transición del milenio; su particularidad tiene muchas implicaciones en el desarrollo que tendrá nuestra sociedad en los próximos años. Se trata de una generación nativa digital, que no necesita leer un manual para manejar a la perfección cualquier dispositivo tecnológico, y que encuentra fácil el uso de cualquier nueva aplicación en los teléfonos celulares, tablets o computadores. Esta habilidad implica una gran diferencia con las generaciones anteriores: ellos ven el mundo y opinan de manera diferente, y, así mismo, manejan un liderazgo acorde a su contexto y perspectiva. Sus gustos y sus opiniones están signadas por esta polaridad; además, siendo nativo digital tiene la capacidad que su voz sea oída a través de las redes sociales, y encuentra en la conectividad una herramienta valiosa para llevar sus ideas y lo que opina a otro nivel (Bradford, 2017).

Además, es menester mencionar que el discurso de los jóvenes también está sujeto a la racionalidad práctica y a los condicionamientos morales y éticos que impone el marco social conformado por una elite adulta que “funciona” de acuerdo con sus intereses y que presiona para que ellos respondan alineados a su agenda. Es así como la entrada de los jóvenes a las posiciones de los campos en los diferentes estamentos de la sociedad es muy restringida y estrictamente reglamentada, siendo el campo de oportunidades de la juventud muy limitado, estructuralmente, por unas condiciones de poder diferenciadas por la edad. De esta manera, su opinión se ve coaccionada y condicionada a estos paramentos (Taguenca, 2012).

El presente trabajo de investigación se basará en lo que estipula Rovigatti (1981):

La opinión pública se presenta como expresión de la conciencia más o menos sensible, más o menos iluminada, de un público que, consciente de su fuerza, exige, demanda, amenaza, aplaude; se afirma así la opinión pública como un enorme impulso a la acción de grupos informales, potencialmente más grandes cada vez.

b.3.1. Fuentes de opinión publica

Para Noelle (1995), existen dos fuentes de las cuales se dispone para obtener información sobre la distribución de opiniones: La observación de primera mano de la realidad y la observación de la realidad a través de los ojos de los medios.

Entre la diversidad de elementos que afectan en la formación de la opinión pública, los medios de comunicación se han convertido, hoy, en un componente decisivo, debido a que (Gutiérrez, 1997, pp. 23-24):

Manifiestan información nueva a la población, es decir, brindan la materia prima necesaria para que empiece el proceso. Los medios filtran, seleccionan y priorizan la información.

Contribuyen, mediante la investigación periodística, fundamentos nuevos e inexplorados que ayuden a la formación de opinión.

Identifican y dan cuenta de las diversas corrientes de opinión que se van formando. Mantienen la atención de los habitantes y actualizan las corrientes.

Son espacios que permiten la expresión y por lo tanto favorecen notablemente a que exista "público" que se pronuncie y se declare sobre los asuntos públicos.

Son espacios de encuentro y de construcción de consensos que permiten la gestación de ideas, argumentos y razones que se irán consolidando como corrientes de opinión.

Son áreas para el duelo, la discusión y el debate público. En esa medida apoyan a la confrontación de las diversas corrientes de opinión.

Además de espacios, también son constructores de la opinión pública pues toman posición, enjuician y valoran políticamente los hechos. Su posición a veces se manifiesta por medio de editoriales y otros formatos de opinión; en otros momentos, su posición es encubierta o implícita en la selección de noticias y los enfoques dados a los temas, debido a que raras veces son tierra neutral, aunque se proclamen "objetivos".

b.3.2. Elementos constitutivos de la opinión pública

La existencia de la opinión pública requiere la presencia simultánea de los siguientes elementos:

Una pluralidad de individuos que opinan o más exactamente **"un público"** tipifica tres modelos de público que se han sucedido en el tiempo (Rovigatti, 1981):

Un público relativamente pequeño, dotado de cierta cultura, competente o suficientemente informado, interesado en las vicisitudes políticas, económicas y culturales.

Al ampliarse la instrucción obligatoria se forma una cierta **sociedad de masa**, más bien desintegrada, con intereses no definidos explícitamente, organizados o expresos. Un nuevo tipo de público, que casi siempre coincide con la masa.

La idea de masa como agregado desorganizado, polimorfo y más bien inerte, cede el puesto a la imagen de **una masa superorganizada**, dominada por la industria cultural y por la publicidad comercial o política, en la que empero el público de la opinión pública está cuantitativamente en aumento.

La convergencia de juicios y actitudes de dichos sujetos que opinan en una o más **"corrientes"**

La compatibilidad o lealtad de grupo favorecen también la uniformidad de juicios y actitudes entre los miembros de un mismo grupo: así es muy probable que los miembros de un mismo partido, de una misma asociación o de un mismo club expresen juicios idénticos, pero no siempre entre una corriente de opinión pública y un grupo hay total coincidencia.

Los grandes **medios de comunicación colectiva**, por la amplia audiencia que tienen cada uno de ellos, por el poder de sugestión y persuasión de que se sirven, favorecen la convergencia del público hacia las ideas, los juicios, las actitudes de los cuales los mismos medios se hacen expresión eficaz.

La conciencia de parte de los que opinan de concurrir a la formación de un grupo:

Puede suceder, que un número considerable de personas tenga las mismas ideas, las mismas opiniones o actitudes y, a pesar de esto, no nazca de ahí una opinión pública. Aquí tendremos una pluralidad de individuos que opinan, pero sus opiniones seguirían siendo opiniones privadas porque faltaría la conciencia de aquellos de ser un grupo.

Aquel agente que une todas las opiniones es la información: la información crea un aglutinamiento de opiniones individuales y determina en cada uno de los opinantes la conciencia de formar parte de un grupo que tiene su propia fuerza de presión en la realidad social. La información no ofrece al público tan solo la ocasión de conocer hechos para pronunciarse sobre ellos, sino también la ocasión de reconocerse en esta o aquella

opinión, en esta o aquella actitud que la información misma está en capacidad de solicitar; así se pasa de una coexistencia de iguales opiniones individuales a un estado de opinión pública.

Punto de resistencia **externo al grupo**; existen ciertamente, en toda sociedad, tabús insuperables, dogmas rígidos, a propósitos de los cuales no se puede usar la expresión opinión pública sino a condición de juzgar desde fuera, es decir precisamente desde un ambiente en el cual este tabú no tiene la misma fuerza. No hay opinión pública que no reclame el allanamiento de dificultades o de resistencia. Y de esta situación nace una fuerza defensiva u ofensiva.

Dinamismo. La aptitud natural para asumir actitudes y comportamientos en el plano operativo por parte de quienes presumen no estar aislados, sino formar con otros un grupo: esto acrecienta la confianza, quita perplejidades y genera dinamismo. Al manifestarse, la opinión pública tiende a imponer también líneas de conducta y tal imposición puede ser reclamada no solo de palabra, sino con hechos, los cuales, en sí, no son fenómenos de opinión pública en sentido propio, sino consecuencias de la opinión pública.

b.3.3. Dimensiones de la opinión pública

Entre estas resaltan:

- Opinión pública matriz o clima de opinión: Rovigatti alude que son las circunstancias culturales y psicológicas concurrentes para fijar un juicio colectivo. Asimismo, se refiere a la forma como se establecen las ideas y actitudes en las clases y grupos sociales, brindándole la posibilidad de una matriz dominante o diferentes matrices. Por tanto, esta dimensión es el modo imperioso de organización de los pensamientos en un período determinado.
- Opinión pública latente: Se trata de la forma encubierta de opinión sobre la diversidad de temas centrados en la experiencia diaria y la influencia del medio ambiente.
- Opinión pública activada: Reacción de una parte o de toda la colectividad ante un suceso o cadena de sucesos. Estos producen un intercambio profundo y diverso sobre el mismo.
- Opinión pública manifiesta: Cuando la opinión pública activada es muy fuerte o intensa se convierte en "manifiesta", ya que quienes reciben su influencia no pueden ser indiferentes ante la difusión masiva en el espacio público. (Ponte, 2009).

b.3.4 Aspectos de la opinión pública

La expresión "opinión pública" se usa en el lenguaje corriente para denominar aspectos o puntos de vista diferentes del mismo fenómeno (Rovigatti, 1981).

El grupo social o psicológico (es decir, el público) que es portador de la opinión: opinión pública en sentido **subjetivo o personificado**.

Las ideas o las actitudes que tiene aquel grupo: opinión pública en sentido **objetivo** (la opinión pública actual se forma a través de sucesos y vivencias de nuestro siglo); incluso en su aspecto objetivo se puede entender:

El juicio colectivo sobre un hecho o situación: opinión pública **juicio** (esta es la opinión pública que circula en todos los ambientes). Además de las condiciones culturales y psicológicas que concurren para determinar aquel mismo juicio colectivo: opinión pública **matriz**. Finalmente, los instrumentos (particularmente los medios de comunicación) que constituyen la más evidente manifestación de la opinión pública: opinión pública en sentido **instrumental**.

b.3.5. Visiones teóricas de la opinión pública

Por otro lado, Monzón (1992) citado en Mejía (2007), menciona que en toda comunidad siempre hay algún tipo de autoridad que se impone, sea esta pobre o una minoría; sostiene que hay dos tipos de enfoques, uno que considera a la opinión pública como algo estático, son las opiniones de un público dadas en un cierto momento, y el otro enfoque que concentra el interés en el crecimiento interactivo de la opinión, entre los miembros del público.

La visión racionalista define que la opinión pública deviene de la racionalidad innata del hombre, cuando se discute un mismo tema, obteniendo un cúmulo de opiniones, y aquella que obtenga mayor adhesión, será la más adecuada, teniendo como premisa que todos buscan la verdad, entonces la coincidencia determina la propuesta más racional.

La visión irracionalista, la opinión pública surge de la presión social, surge de prejuicios irracionales e intransigentes, no reales pero compartidos por muchos.

La visión de la superestructura ideológica de clase, define que la opinión pública es el resultado fragmentado horizontalmente de las clases sociales.

Visión Intelectualista, la opinión pública solo debe ser considerada cuando está influida por corrientes de opinión de los intelectuales.

Visión funcionalista, es dualista, institucional y funcional. Define que la opinión pública pretende preservar la cohesión del propio sistema.

Visión crítica o industrial, es necesario un debate en libertad y con esfuerzo comprometido para alcanzar acuerdos sólidos y racionales.

b.4 Magazine

Según Marín (2016), el magazine es el programa más representativo de los de entretenimiento. Llamado programa de variedades, ya que radica en su estructura, compuesto por reportajes, revistas, críticas, crónicas, etc.

Estos cuentan con la presencia de colaboradores habituales de gran prestigio o popularidad que se han convertido en familiares para los telespectadores. El lenguaje que utilizan es sencillo y coloquial, aunque no se pierde el tono amable y educado. Una tipología de magazine es el nocturno (*late show*), son espacios basados en las entrevistas, la mesa redonda y el reportaje. El *late show* se define como el programa televisivo de entretenimiento ofrecido a media noche.

El magazine (en español magacín) televisivo es un género con una larga trayectoria que se remonta a los orígenes del medio. Su persistencia y éxito están impulsados por la naturaleza híbrida de su constitución, que le ha permitido adaptarse y evolucionar a lo largo de los años, incluyendo elementos de contenidos que pudieran adaptarse a las modas y gustos del público (Gordillo, 2009, p. 232).

Respecto al magacín nocturno (noche/madrugada) tiene un tratamiento mucho más sensacionalista e irónico que los diurnos, empleando un tono más atrevido y extravagante, llegando en ocasiones a lo trasgresor (Gordillo, 2009, p. 235)

El género híbrido por excelencia, hoy en día, es el magazine, por ser el mayor “contenedor” de géneros y en el que se juntan una gran variedad de temas. Es el magazine el género que muestra, como ningún otro, el fenómeno de la hibridación de los géneros (informativos, musicales, de opinión, de entretenimiento, etc.) (Gómez, 2005, p. 1).

b.5 Impacto

Para efectos de la presente investigación, se va a entender impacto como expresión del efecto de una acción. Es decir, el impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general. Dicho impacto puede verse como un cambio en el resultado de un proceso o en la forma cómo se realiza. También se relaciona con las prácticas que se utilizan y que dependen, en gran medida, de la persona o personas que las ejecutan (Libera Bonilla, 2007).

De la misma forma, el impacto se puede interpretar como resultado de cada acción que se lleva a cabo. Por ejemplo, todas las actividades que el hombre realiza en el medio ambiente generan un impacto. Los impactos ambientales pueden ser **positivos**, si el medio se beneficia, o **negativos**, si se perjudica. (García Astillero, 2019).

En el caso específico del impacto televisivo, Molina (2016, p. 34), afirma que cuando se estudia el impacto de algún factor, se hace tanto a los resultados que dicho factor produce y su influencia en el contexto social cercano como a los efectos no esperados, positivos y negativos, tanto como su alcance y su visibilidad. Para este autor, las series siempre han influenciado en el mercado televisivo mediante productos de gran nivel audiovisual y con historias atractivas. Algunos de esos cambios, continúa afirmando, están relacionados a los patrones adictivos de comportamiento. Por otro lado, la aparición del Internet ha permitido que existan productos adictivos que gozan de una demanda importante en el mercado digital. También se puede apreciar cómo, en relación a esto, algunos programas de televisión han dado un paso importante, convirtiéndose en fenómenos sociales.

c) Hipótesis

Existe un impacto positivo de la narración audiovisual en la opinión pública de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Hipótesis Específicas

- Existe un impacto positivo de la historia narrativa del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.
- Existe un impacto positivo de la acción narrativa del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

- Existe un impacto positivo del personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.
- Existe un impacto positivo del tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

1. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	
narración audiovisual	Conjunto de historias y acontecimientos que implica al individuo como agente, y a la acción como hechos que se relacionan entre sí. (Peña Timón, 2001)	Historia narrativa	Visión descriptiva	Relato	pta 1	
				Argumento	pta2	
				Contexto	pta 3	
			Transportabilidad	Narración	pta 4	
		Acción narrativa	Actos	Suceso puntual (Escenas)	pta 5	
			Cambios de estado	Cambios temáticos	pta 6	
			Definición narratológica	Actividad del personaje	pta 7	
			Significado de imágenes	Imágenes mostradas	pta 8	
		Personaje narrativo	Personaje vs. acción	Griego: Tosco y poco elaborado	pta 9	
				Importancia del personaje	pta 11	
			Personaje como signo	Anafóricos: Informadores	pta 10	
		Tiempo narrativo	Tipologías actanciales	Saber total del texto	pta 12	
			Herencia histórica	Tipología	Expresiones de tiempo	pta 13
				Lugar determinado	pta 16	
				Tiempo determinado	pta 14	
No se respeta el orden	pta 15					

Opinión Pública sobre la narración audiovisual	“... expresión de la conciencia más o menos sensible, más o menos iluminada, de un público que, consciente de su fuerza, exige, demanda, amenaza, aplaude sobre la narración audiovisual de programa de televisión” (Rovigatti, 1981)	Historia narrativa	-	Opinión buena = 57 a 75 puntos Opinión regular= 36 a 56 puntos Opinión mala = 15 a 35
		Acción narrativa	-	Opinión buena = 16 a 20 puntos Opinión regular= 10 a 15 puntos Opinión mala = 4 a 9 puntos
		Personaje narrativo	-	Opinión buena = 16 a 20 puntos Opinión regular= 10 a 15 puntos Opinión mala = 4 a 9 puntos
		Tiempo narrativo	-	Opinión buena = 13 a 16 puntos Opinión regular= 8 a 12 puntos Opinión mala = 3 a 7 puntos

2. Diseño de investigación

El presente trabajo tiene un diseño no experimental / descriptivo / transversal.

Diseño Transversal:

Estudio	T1
M	O

Dónde:

M: Muestra

O: Observación

3. Unidad de estudio

Joven de 20 a 24 años de edad que vive en el distrito de San Martin de Porres en el año 2017.

4. Población

Se escogió el distrito de San Martin de Porres, por ser el más poblado en Lima Norte. Este distrito contaba con 726 177 habitantes, de los cuales solo se analizó a los jóvenes de 20 a 24 años.

La población de jóvenes de 20 a 24 años de edad que vivían en el distrito de San Martin de Porres en el año 2016 fue de 63 340 (*Según datos de la RENIEC 2016*).

5. Muestra (muestreo o selección)

El tamaño de la muestra fue calculado con la fórmula para población conocida como fórmula de Cochran. Obteniendo un total de 382 jóvenes de 20 a 24 años de edad.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Fórmula:

- N=población total = 63 340
- Z_{α} =Nivel de confianza del 95%= 1.96
- p=proporción esperada= 50%= 0.5
- $q=1-p = 1 - 0.5 = 0.5$
- d = margen de error o de precisión=5%=0.05.

Reemplazando encontramos:

$$n = \frac{63\,340 * 1.96^2 (0.5 * 0.5)}{0.05^2 (63\,340 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 382$$

Paso 2: Estimación del tamaño muestral según estratos.

ESTRATOS	TOTAL	Evarones	Emujeres
Población	N	N _{varones}	N _{Mujeres}
Muestras	n	n _{varones}	n _{Mujeres}

Postulado:

$$\underline{N} = \underline{N}_V = \underline{N}_M = \underline{N}_{v20} = \underline{N}_{v21} = \underline{N}_{v22} = \underline{N}_{v23} = \underline{N}_{v24} = \underline{N}_{M20} = \underline{N}_{M21} = \underline{N}_{M22} = \underline{N}_{M23} = \underline{N}_{M24}$$

$$n \quad n_v \quad n_m \quad n_{v20} \quad n_{v21} \quad n_{v22} \quad n_{v23} \quad n_{v24} \quad n_{M20} \quad n_{M21} \quad n_{M22} \quad n_{M23} \quad n_{M24}$$

Donde:

- Cálculo del tamaño de muestra de varones (n_{varones})

$$\text{Para } n_{\text{varones}} = \frac{N_{\text{varones}} \times n}{N} = \frac{32\,172 \times 382}{63\,340} = \mathbf{193}$$

Cálculo del tamaño de muestra de mujeres (n_{mujeres})

$$\text{Para } n_{Mx} = \frac{N_{\text{mujeres}} \times n}{N} = \frac{31\,468 \times 382}{63\,340} = \mathbf{189}$$

El tamaño muestral es de 382, de los cuales 193 fueron varones y 189 mujeres del distrito de San Martín de Porres.

Cálculo del tamaño de muestra de varones según edades (n_{varones}):

$$\text{Para } n_{\dots 20} = \frac{N_{\text{hombres20}} \times n}{N} = \frac{6\,232 \times 382}{63\,340} = \mathbf{37}$$

$$\text{Para } n_{\dots 21} = \frac{N_{\text{hombres21}} \times n}{N} = \frac{6\,221 \times 382}{63\,340} = \mathbf{37}$$

$$\text{Para } n_{\dots 22} = \frac{N_{\text{hombres22}} \times n}{N} = \frac{6\,379 \times 382}{63\,340} = \mathbf{38}$$

$$\text{Para } n_{\dots 23} = \frac{N_{\text{hombres23}} \times n}{N} = \frac{6\,646 \times 382}{63\,340} = \mathbf{40}$$

$$\text{Para } n_{\dots 24} = \frac{N_{\text{hombres24}} \times n}{N} = \frac{6\,694 \times 382}{63\,340} = \mathbf{40}$$

Cálculo del tamaño de muestra de mujeres según edades (n_{mujeres}):

$$\text{Para } n_{...20} = \frac{N_{\text{mujeres}20} \times n}{N} = \frac{6176 \times 382}{63\ 340} = \mathbf{37}$$

$$\text{Para } n_{...21} = \frac{N_{\text{mujeres}21} \times n}{N} = \frac{6051 \times 382}{63\ 340} = \mathbf{36}$$

$$\text{Para } n_{...22} = \frac{N_{\text{mujeres}22} \times n}{N} = \frac{6151 \times 382}{63\ 340} = \mathbf{38}$$

$$\text{Para } n_{...23} = \frac{N_{\text{mujeres}23} \times n}{N} = \frac{6418 \times 382}{63\ 340} = \mathbf{39}$$

$$\text{Para } n_{...24} = \frac{N_{\text{mujeres}24} \times n}{N} = \frac{6672 \times 382}{63\ 340} = \mathbf{40}$$

Tipo de muestreo: probabilístico aleatorio estratificado, se utilizó este tipo de muestreo, puesto que cualquier joven de 20 a 24 años tuvo la probabilidad de participar en el estudio de acuerdo con el sexo y edad.

Después de la estratificación se tuvo que de los 382 jóvenes que conforman el tamaño muestral 37 fueron varones de 20 años, 37 varones de 21 años, 38 varones de 22 años, 40 varones de 23 años y 40 varones de 24 años, además de 37 mujeres de 20 años, 36 mujeres de 21 años, 38 mujeres de 22 años y 39 mujeres de 23 años y 40 de 24 años.

6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

La técnica que se utilizó fue la encuesta (tuvo una duración aproximada de 5 minutos, de acuerdo con lo ya estimado en la prueba piloto realizada).

Se utilizó como instrumento una escala de 15 preguntas de respuestas politómicas (totalmente de acuerdo, de acuerdo, indiferente, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo), para evaluar la opinión pública según cada dimensión de la narración audiovisual.

El procedimiento que se tuvo fue aplicar la encuesta a la población de jóvenes del distrito de San Martín de Porres, entre hombres y mujeres de 20 a 24 años. Dicha encuesta se realizó en las diferentes calles, avenidas del mencionado distrito. Luego de los trámites documentarios, se procedió a abordar a la población de jóvenes del distrito en mención que circulaban por las distintas avenidas, de manera individual, no sin antes informarles sobre el propósito del estudio y los objetivos que busca cumplir con su desarrollo. Este proceso de recolección se inició dando lectura a un consentimiento informado breve y se confirmó la participación voluntaria mediante su firma.

Una vez aceptada su participación en el estudio, se procedió a encuestar a cada uno de ellos y se les pidió que completen todos los ítems de la escala de evaluación, haciéndoles hincapié la importancia de la información que brinden.

Completada la información se agradeció la participación de los jóvenes; luego se realizó una revisión detallada del instrumento aplicado, de tal manera que se descartó a aquel que no haya sido completado en su totalidad. Una vez completado el tamaño muestral, se inició con el análisis estadístico.

7. Métodos y procedimientos de análisis de datos

El instrumento de recolección de datos fue validado por una prueba piloto, para la cual se encuestó a 30 jóvenes de 20 a 24 años y con los resultados se estimó el valor del alfa de Cronbach, determinando que se obtuvo un coeficiente con un puntaje de **0.80** lo cual indica que el instrumento tiene una **alta confiabilidad**. (Ver anexo 2).

Para el análisis estadístico del estudio, los datos recolectados fueron examinados mediante el programa estadístico SPSS v.23. Y en la estimación de los datos se tuvo en cuenta el análisis de las variables cualitativas mediante frecuencias absolutas y relativas (porcentaje), los cuales fueron presentados en tablas y gráficas según fue conveniente.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

Tabla Nº 1. Características de los jóvenes de San Martin de Porres, 2017.

Características Sociodemográficas		N	%
Edad	20	74	19.4%
	21	73	19.1%
	22	76	19.9%
	23	79	20.7%
	24	80	20.9%
Sexo	Masculino	192	50.3%
	Femenino	190	49.7%
Ocupación	Estudiante	351	91.9%
	Operador	12	3.1%
	Obrero	7	1.8%
	Anfitriona	4	1.0%
	Editor	3	0.8%
	Vendedor	2	0.5%
	Diseñador	1	0.3%
	Ingeniero	1	0.3%
	Policía	1	0.3%
	Total	382	100.0%

En la Tabla N°1, se observan las características de los jóvenes de San Martin de Porres, donde la edad más frecuente fue 24 años (20.9%), de sexo masculino (50.3%) y de ocupación estudiante (91.9%).

Análisis del Impacto

Para establecer el impacto de la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública de los jóvenes de San Martín de Porres en el año 2017 a nivel general y por dimensiones (historia narrativa, acción narrativa, personaje narrativo y el tiempo narrativo), se debió determinar el puntaje obtenido a nivel global (15 preguntas) y por cada una de las dimensiones ya mencionadas. Luego de eso, se estableció tres niveles sobre la opinión, los cuales fueron catalogados en bueno, regular y malo.

Categorización de las variables: para categorizar la variable opinión pública de manera global y por dimensiones se tomó en consideración la siguiente fórmula de baremación, la cual establece la constante “K”, que sirvió como valor referencial para la determinación de los baremos:

$$K = \frac{\text{N}^\circ \text{ ítems} * \text{máx. Puntaje} - \text{N}^\circ \text{ ítems}}{3}$$

Además, se consideró el valor máximo de la escala Likert modificado (5) y el mínimo (1), los puntajes máximos y mínimos de la encuesta de opinión pública, a nivel global y por dimensiones, así como el número de ítems.

Categorización de la variable opinión pública

Variable de estudio: Opinión Pública (15 ítems).

$$\text{Puntajes máximos} = 15 \text{ ítems} * 5 = 75$$

$$\text{Puntajes mínimos} = 15 \text{ ítems} * 1 = 15$$

$$K = \frac{15 * 5 - 15}{3} = 20$$

- Bueno: 57 a 75
- Regular: 36 a 56
- Malo: 15 a 35

Dimensión 1: Historia Narrativa (4 ítems).

$$\text{Puntajes máximos} = 4 \text{ ítems} * 5 = 20$$

$$\text{Puntajes mínimos} = 4 \text{ ítems} * 1 = 4$$

$$K = \frac{4 * 5 - 4}{3} = 5.3$$

- Bueno: 16 a 20
- Regular: 10 a 15
- Malo: 4 a 9

Dimensión 2: Acción Narrativa (4 ítems).

Puntajes máximos = 4 ítems * 5 = 20

Puntajes mínimos = 4 ítems * 1 = 4

$$K = 4*5 = 20 - 4 = 16/3 = 5.3$$

- Bueno: 16 a 20
- Regular: 10 a 15
- Malo: 4 a 9

Dimensión 3: Personaje narrativo.

Puntajes máximos = 4 ítems * 5 = 20

Puntajes mínimos = 4 ítems * 1 = 4

$$K = 4*5 = 20 - 4 = 16/3 = 5$$

- Bueno: 16 a 20
- Regular: 10 a 15
- Malo: 4 a 9

Dimensión 4: Tiempo narrativo.

Puntajes máximos = 3 ítems * 5 = 15

Puntajes mínimos = 3 ítems * 1 = 3

$$K = 3*5 = 15 - 3 = 12/3 = 4$$

- Bueno: 13 a 16
- Regular: 8 a 12
- Malo: 3 a 7

Una vez establecidas las categorías, se consideró que hubo un impacto positivo, cuando se alcanzó una opinión buena, y un impacto negativo cuando la opinión fue regular y malo.

RESULTADOS PARA EL ANÁLISIS DE LA HIPÓTESIS GENERAL

Tabla Nº 2. Preguntas de opinión pública sobre la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Preguntas sobre Opinión Pública	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indiferente		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
En “La Banda del Chino” las secuencias del programa se relacionan una con la otra.	56	14.7%	234	61.3%	66	17.3%	24	6.3%	2	0.5%
“La Banda del Chino” tiene un argumento propio, no se copia de otro programa.	66	17.3%	220	57.6%	56	14.7%	38	9.9%	2	0.5%
“La Banda del Chino” habla de temas actuales de nuestro país.	185	48.4%	170	44.5%	19	5.0%	7	1.8%	1	0.3%
El conductor de “La Banda del Chino” narra los temas de manera adecuada	130	34.0%	202	52.9%	41	10.7%	7	1.8%	2	0.5%
“La Banda del Chino” tiene escenas ordenadas que me permiten entender el programa.	93	24.3%	215	56.3%	63	16.5%	10	2.6%	1	0.3%
“La Banda del Chino” habla de varios temas durante el desarrollo del programa.	102	26.7%	239	62.6%	34	8.9%	5	1.3%	2	0.5%
El conductor de “La Banda del Chino” hace comentarios sobre los contenidos mostrados.	187	49.0%	166	43.5%	19	5.0%	7	1.8%	3	0.8%
Las imágenes mostradas en el magazine son de calidad.	70	18.3%	162	42.4%	133	34.8%	15	3.9%	2	0.5%
El conductor es vulgar en su forma de conducción, vestimenta y lenguaje	7	1.8%	29	7.6%	121	31.7%	151	39.5%	7 4	19.4%
El conductor imita a los conductores de otros programas.	6	1.6%	43	11.3%	114	29.8%	143	37.4%	7 6	19.9%
El conductor influencia con sus opiniones a los espectadores.	13	3.4%	190	49.7%	108	28.3%	48	12.6%	2 3	6.0%
El conductor conoce el contenido del programa.	172	45.0%	139	36.4%	55	14.4%	14	3.7%	2	0.5%
La Banda del Chino” cumple con el tiempo estipulado.	56	14.7%	248	64.9%	68	17.8%	7	1.8%	3	0.8%
El horario en el que se transmite “La Banda del Chino” es adecuado.	57	14.9%	259	67.8%	51	13.4%	12	3.1%	3	0.8%
Se deberían producir más programas como “La Banda del Chino”.	48	12.6%	209	54.7%	114	29.8%	9	2.4%	2	0.5%

Interpretación: En la Tabla N°2 se observa que la mayoría de jóvenes están totalmente de acuerdo que el programa “La Banda del Chino”, habla de temas actuales de nuestro país (48.4%), el conductor hace comentarios sobre los contenidos mostrados (49.0%) y conoce el contenido del programa (45.0%). Asimismo, están de acuerdo que el programa tiene secuencias que se relacionan entre sí (61.3%), tiene un argumento propio (57.6%), narra los temas de manera adecuada (52.9%), tiene escenas ordenadas que permiten entender el programa (56.3%), habla varios temas durante el desarrollo del programa (62.6%), hace comentarios sobre los contenidos mostrados (42.4%), el conductor influencia con sus opiniones a los espectadores (49.7%), cumple con el tiempo estipulado (64.9%), el horario es adecuado (67.8%) y que se deberían producir más programas como similares (54.7%). Por otro lado, el 31.7% es indiferente a la forma de conducir, al lenguaje y a la vestimenta del conductor y el 37.4% está en desacuerdo que el conductor imite a los conductores de otros programas.

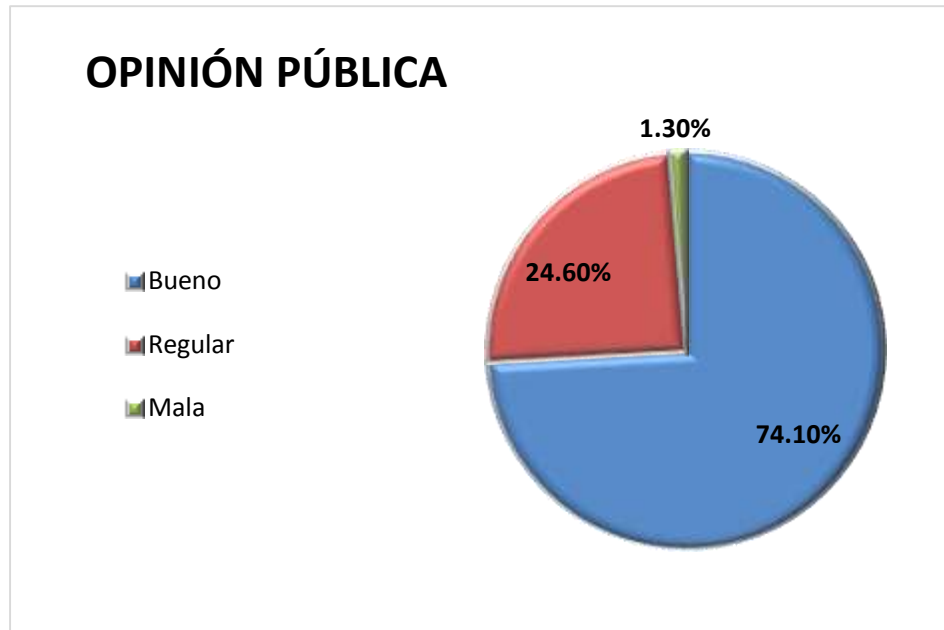
Prueba de hipótesis general:

- Ha: Existe un impacto positivo de la narración audiovisual en la opinión pública de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres.
- Ho: No existe un impacto positivo de la narración audiovisual en la opinión pública de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres.

Regla de decisión

Si la opinión es buena entonces se rechaza la hipótesis nula.

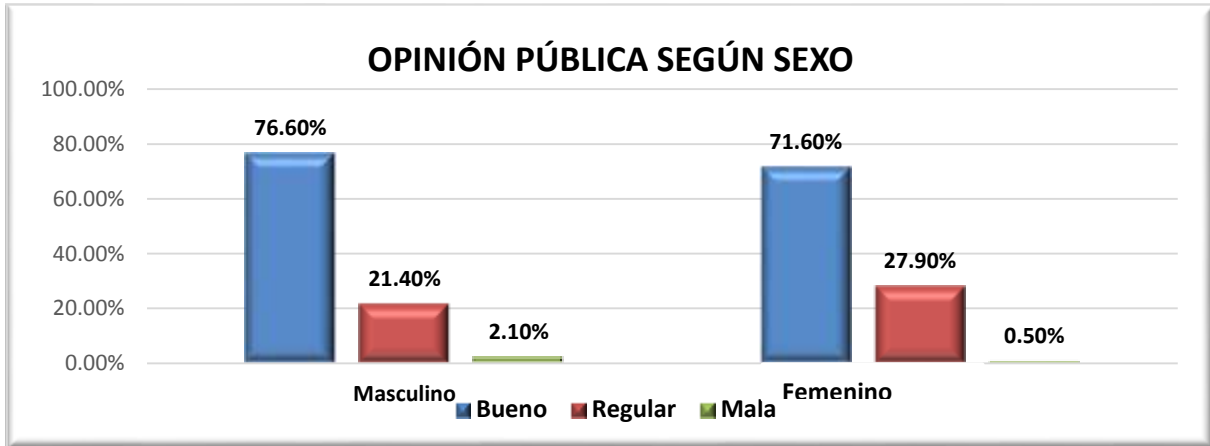
Gráfico N° 1. Impacto de la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.



Interpretación: El Gráfico N°1 muestra que la opinión pública sobre la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino”, basada en las 15 preguntas que conforman el cuestionario, fue principalmente buena (74.1%), regular (24.6%) y mala (1.3%); es decir, hubo un impacto positivo de la narración audiovisual en la opinión pública.

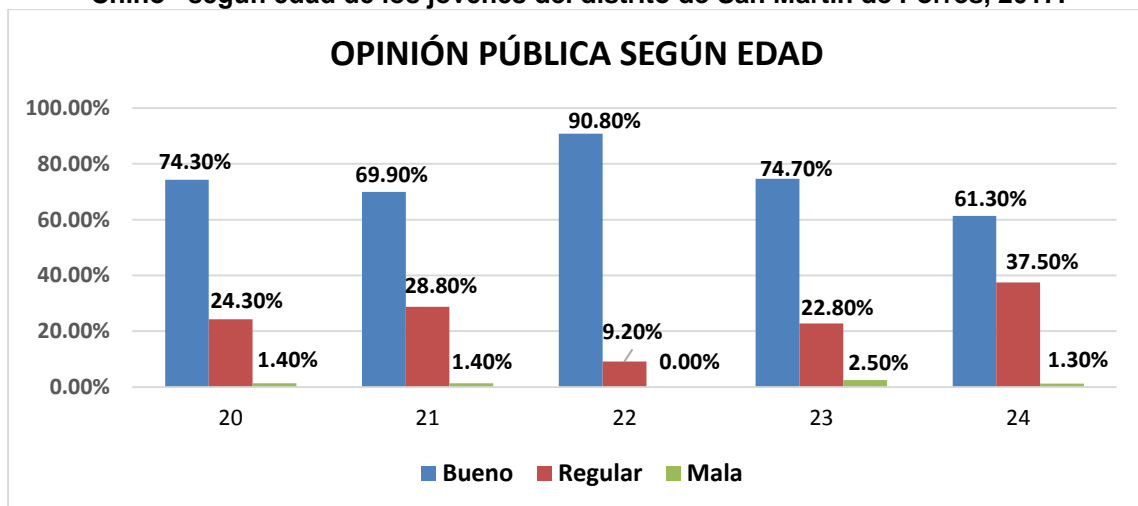
Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula.

Gráfico N° 2. Opinión pública sobre la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” según sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.



Interpretación: En el gráfico N°2 se muestra que la opinión pública sobre de la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” fue principalmente buena tanto en jóvenes del sexo masculino (76.6%) como del sexo femenino (71.6%). Además, se aprecia que más varones opinan que el programa es bueno o malo en comparación con las mujeres.

Gráfico N° 3. Opinión pública sobre la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.



Interpretación: En el gráfico N°3 se muestra que la opinión pública de la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” fue buena en todas las edades, con mayor proporción los jóvenes de 22 años (90.8%), 23 años (74.7%) y 20 años (74.3%).

RESULTADOS PARA EL ANÁLISIS DE LA PRIMERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

Tabla N° 3. Preguntas sobre la historia narrativa del programa “La Banda del Chino” según el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Historia narrativa	Sexo				
	Masculino		Femenino		
	N	%	N	%	
En “La Banda del Chino” las secuencias del programa se relacionan una con la otra.	Totalmente en desacuerdo	1	0.5%	1	0.5%
	En desacuerdo	11	5.7%	13	6.8%
	Indiferente	32	16.7%	34	17.9%
	De acuerdo	121	63.0%	113	59.5%
	Totalmente de acuerdo	27	14.1%	29	15.3%
“La Banda del Chino” tiene un argumento propio, no se copia de otro programa.	Totalmente en desacuerdo	2	1.0%	0	0.0%
	En desacuerdo	18	9.4%	20	10.5%
	Indiferente	24	12.5%	32	16.8%
	De acuerdo	114	59.4%	106	55.8%
	Totalmente de acuerdo	34	17.7%	32	16.8%
“La Banda del Chino” habla de temas actuales de nuestro país.	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	1	.5%
	En desacuerdo	6	3.1%	1	.5%
	Indiferente	5	2.6%	14	7.4%
	De acuerdo	90	46.9%	80	42.1%
	Totalmente de acuerdo	91	47.4%	94	49.5%
El conductor de “La Banda del Chino” narra los temas de manera adecuada	Totalmente en desacuerdo	2	1.0%	0	0.0%
	En desacuerdo	2	1.0%	5	2.6%
	Indiferente	21	10.9%	20	10.5%
	De acuerdo	106	55.2%	96	50.5%
	Totalmente de acuerdo	61	31.8%	69	36.3%

Interpretación: En la Tabla N°3 se analiza la historia narrativa por sexo, observándose que la mayoría de jóvenes del sexo masculino (63%) y femenino (59.5%) están de acuerdo que el programa “La Banda del Chino” tiene secuencias relacionadas una con otra. La mayor parte de jóvenes de ambos sexos (masculino: 59.4% y femenino: 55.8%) están de acuerdo que el programa “La Banda del Chino” tiene un argumento propio y no se copia de otros programas. Asimismo, la mayoría de jóvenes del sexo masculino (47.4%) y femenino (49.5%) están totalmente de acuerdo que el programa “La Banda del Chino” habla temas actuales de nuestro país. Por último, la mayor parte de jóvenes del sexo masculino (63%) y femenino (59.5%) están de acuerdo que el conductor del programa narra los temas de manera adecuada.

Tabla N° 4. Preguntas sobre la historia narrativa del programa “La Banda del Chino” según la edad de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Historia narrativa	Edad										
	20		21		22		23		24		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
En “La Banda del Chino” las secuencias del programa se relacionan una con la otra.	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	1.3%	0	0.0%
	En desacuerdo	6	8.1%	4	5.5%	0	0.0%	4	5.1%	10	12.5%
	Indiferente	13	17.6%	15	20.5%	7	9.2%	14	17.7%	17	21.3%
	De acuerdo	48	64.9%	39	53.4%	52	68.4%	50	63.3%	45	56.3%
	Totalmente de acuerdo	7	9.5%	15	20.5%	16	21.1%	10	12.7%	8	10.0%
“La Banda del Chino” tiene un argumento propio, no se copia de otro programa.	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	1.3%	0	0.0%
	En desacuerdo	5	6.8%	9	12.3%	4	5.3%	6	7.6%	14	17.5%
	Indiferente	14	18.9%	11	15.1%	11	14.5%	8	10.1%	12	15.0%
	De acuerdo	42	56.8%	44	60.3%	48	63.2%	50	63.3%	36	45.0%
	Totalmente de acuerdo	13	17.6%	9	12.3%	12	15.8%	14	17.7%	18	22.5%
“La Banda del Chino” habla de temas actuales de nuestro país.	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	1	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	En desacuerdo	1	1.4%	2	2.7%	1	1.3%	2	2.5%	1	1.3%
	Indiferente	5	6.8%	5	6.8%	1	1.3%	5	6.3%	3	3.8%
	De acuerdo	30	40.5%	30	41.1%	35	46.1%	30	38.0%	45	56.3%
	Totalmente de acuerdo	38	51.4%	35	47.9%	39	51.3%	42	53.2%	31	38.8%
El conductor de “La Banda del Chino” narra los temas de manera adecuada	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	1.3%
	En desacuerdo	3	4.1%	4	5.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	Indiferente	7	9.5%	10	13.7%	1	1.3%	11	13.9%	12	15.0%
	De acuerdo	39	52.7%	32	43.8%	42	55.3%	40	50.6%	49	61.3%
	Totalmente de acuerdo	25	33.8%	27	37.0%	33	43.4%	27	34.2%	18	22.5%

Interpretación: En la Tabla N°4 se analiza la historia narrativa por edad, observándose que la mayoría de jóvenes con edades de 20 (64.9%), 21 (53.4%), 22 (68.4%), 23 (63.3%) y 24 (56.3%) años están de acuerdo que el programa “La Banda del Chino” tiene secuencias relacionadas una con otra, asimismo los jóvenes con edades de 20 (56.8%), 21 (60.3%), 22 (63.2%), 23 (63.3%) y 24 (45%) años están de acuerdo que el programa “La Banda del Chino” tiene argumento propio y no es copia. Además, la mayor parte de jóvenes con edades de 20 (51.4%), 21 (47.9%), 22 (51.3%), 23 (53.2%) años están totalmente de acuerdo que el programa “La Banda del Chino” habla temas actuales sobre nuestro país. Por último, la mayoría de jóvenes con edades de 20 (52.7%), 21 (43.8%), 22 (55.3%), 23 (50.6%) y 24 (61.3%) años están de acuerdo que el conductor del programa narra los temas de manera adecuada.

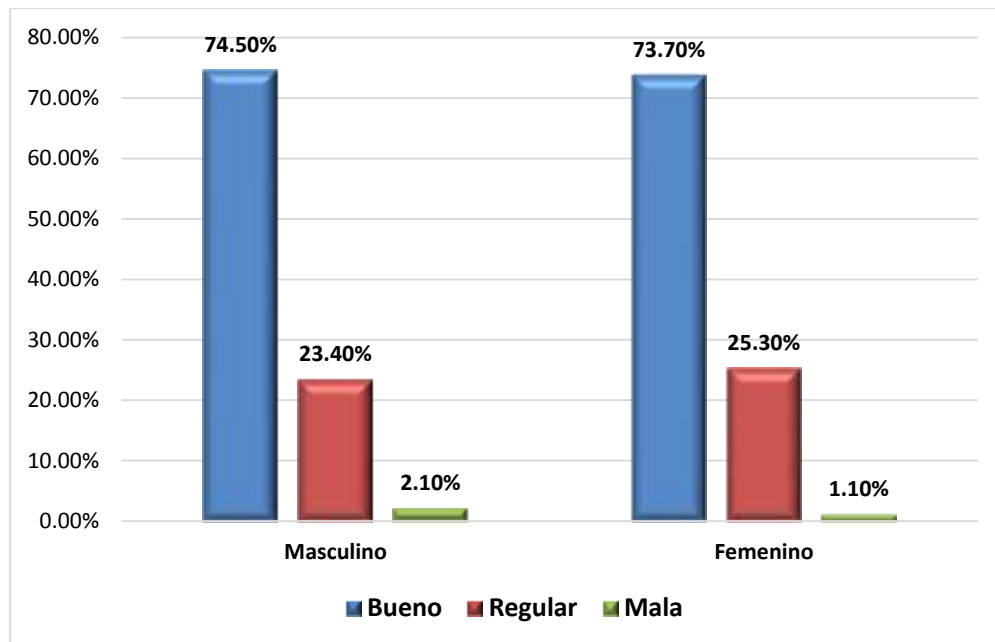
Prueba de la primera hipótesis específica:

- Ha: Existe un impacto positivo de la historia narrativa del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.
- Ho: No existe un impacto positivo de la historia narrativa del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Regla de decisión

Si la opinión es buena entonces se rechaza la hipótesis nula.

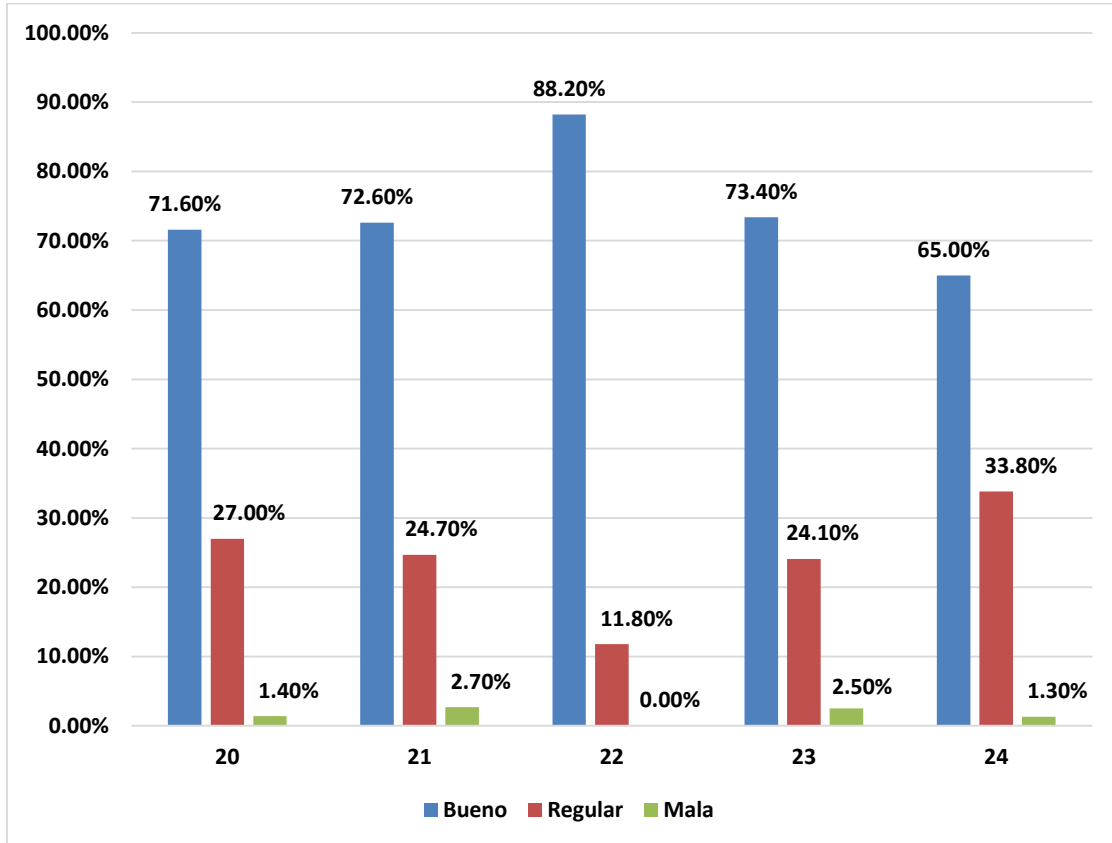
Gráfico N° 4. Opinión pública sobre historia narrativa del programa “La Banda del Chino” según sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.



Interpretación: En el gráfico N°4 se muestra la opinión pública sobre la historia narrativa del programa “La Banda del Chino” según sexo de los jóvenes, la cual fue principalmente buena tanto para jóvenes del sexo masculino (74.5%) como femenino (73.7%), apreciando que los varones son los que más opinan que el programa es bueno; además, hubo un impacto positivo de la historia narrativa en la opinión pública según sexo de los jóvenes.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula de investigación.

Gráfico N° 5. Opinión pública sobre historia narrativa del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.



Interpretación: En el gráfico N°5, se muestra la opinión pública sobre la historia narrativa del programa “La Banda del Chino” analizada por edades de los jóvenes, la cual fue principalmente buena para todas las edades con mayor proporción en los jóvenes de 22 (88.2%), 23 (73.4%) y 21 (72.6%); es decir, hubo un impacto positivo de la historia narrativa en la opinión pública de los jóvenes según distintas edades.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula de investigación.

RESULTADOS PARA EL ANÁLISIS DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

Tabla N° 5. Preguntas sobre la acción narrativa del programa “La Banda del Chino” según el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Acción narrativa	Sexo				
	Masculino		Femenino		
	N	%	N	%	
“La Banda del Chino” tiene escenas ordenadas que me permiten entender el programa.	Totalmente en desacuerdo	1	.5%	0	0.0%
	En desacuerdo	5	2.6%	5	2.6%
	Indiferente	29	15.1%	34	17.9%
	De acuerdo	106	55.2%	109	57.4%
	Totalmente de acuerdo	51	26.6%	42	22.1%
“La Banda del Chino” habla de varios temas durante el desarrollo del programa.	Totalmente en desacuerdo	2	1.0%	0	0.0%
	En desacuerdo	3	1.6%	2	1.1%
	Indiferente	17	8.9%	17	8.9%
	De acuerdo	120	62.5%	119	62.6%
	Totalmente de acuerdo	50	26.0%	52	27.4%
El conductor de “La Banda del Chino” hace comentarios sobre los contenidos mostrados.	Totalmente en desacuerdo	2	1.0%	1	.5%
	En desacuerdo	4	2.1%	3	1.6%
	Indiferente	7	3.6%	12	6.3%
	De acuerdo	77	40.1%	89	46.8%
	Totalmente de acuerdo	102	53.1%	85	44.7%
Las imágenes mostradas en el magazine son de calidad.	Totalmente en desacuerdo	1	.5%	1	.5%
	En desacuerdo	9	4.7%	6	3.2%
	Indiferente	58	30.2%	75	39.5%
	De acuerdo	91	47.4%	71	37.4%
	Totalmente de acuerdo	33	17.2%	37	19.5%

Interpretación: En la Tabla N°5 donde se analiza la acción narrativa por sexo, se observa que la mayoría de jóvenes del sexo masculino (55.2%) y femenino (57.4%) están de acuerdo que el programa “La Banda del Chino” tiene escenas ordenadas que permiten entender el programa. La mayor parte de jóvenes del sexo masculino (62.5%) y femenino (62.6%) están de acuerdo que el programa habla de varios temas durante la emisión de este. Asimismo, la mayoría de jóvenes del sexo masculino están totalmente de acuerdo que el conductor hace comentarios sobre los contenidos mostrados y el 46.8% de jóvenes del sexo femenino están de acuerdo con este ítem. Por último, la mayor parte de jóvenes del sexo masculino (63%) están de acuerdo que las imágenes mostradas en el magazine son de calidad mientras que hay un 39.5% de jóvenes del sexo femenino que se muestran indiferentes respecto a este ítem.

Tabla Nº 6. Preguntas sobre la acción narrativa del programa “La Banda del Chino” según la edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.

Acción narrativa	Edad										
	20		21		22		23		24		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
“La Banda del Chino” tiene escenas ordenadas que me permiten entender el programa.	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	1	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	En desacuerdo	2	2.7%	3	4.1%	0	0.0%	3	3.8%	2	2.5%
	Indiferente	15	20.3%	14	19.2%	9	11.8%	9	11.4%	16	20.0%
	De acuerdo	39	52.7%	38	52.1%	46	60.5%	45	57.0%	47	58.8%
	Totalmente de acuerdo	18	24.3%	17	23.3%	21	27.6%	22	27.8%	15	18.8%
“La Banda del Chino” habla de varios temas durante el desarrollo del programa.	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	1.3%
	En desacuerdo	2	2.7%	2	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%
	Indiferente	11	14.9%	9	12.3%	4	5.3%	5	6.3%	5	6.3%
	De acuerdo	47	63.5%	45	61.6%	44	57.9%	46	58.2%	57	71.3%
	Totalmente de acuerdo	14	18.9%	17	23.3%	28	36.8%	27	34.2%	16	20.0%
El conductor de “La Banda del Chino” hace comentarios sobre los contenidos mostrados.	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	2	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%
	En desacuerdo	3	4.1%	1	1.4%	1	1.3%	2	2.5%	0	0.0%
	Indiferente	2	2.7%	7	9.6%	1	1.3%	4	5.1%	5	6.3%
	De acuerdo	32	43.2%	29	39.7%	35	46.1%	33	41.8%	37	46.3%
	Totalmente de acuerdo	37	50.0%	34	46.6%	39	51.3%	40	50.6%	37	46.3%
Las imágenes mostradas en el magazine son de calidad.	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	1	1.4%	1	1.3%	0	0.0%	0	0.0%
	En desacuerdo	2	2.7%	3	4.1%	1	1.3%	6	7.6%	3	3.8%
	Indiferente	23	31.1%	20	27.4%	30	39.5%	27	34.2%	33	41.3%
	De acuerdo	36	48.6%	38	52.1%	26	34.2%	29	36.7%	33	41.3%
	Totalmente de acuerdo	13	17.6%	11	15.1%	18	23.7%	17	21.5%	11	13.8%

Interpretación: En la Tabla N°6 donde se analiza la acción narrativa por edad, se observa que la mayoría de jóvenes con edades de 20 (52.7%), 21 (52.1%), 22 (60.5%), 23 (57%) y 24 (58.8%) años están de acuerdo que el programa “La Banda del Chino” tiene escenas ordenadas que permiten entender el programa, asimismo los jóvenes con edades de 20 (63.5%), 21 (61.6%), 22 (57.9%), 23 (58.2%) y 24 (71.3%) años, están de acuerdo que en el programa se habla de varios temas durante el desarrollo del mismo. Además, la mayor parte de jóvenes con edades de 20 (50%), 21 (46.6%), 22 (51.3%), 23 (50.6%) y 24 (46.3%) años están totalmente de acuerdo que el conductor “La Banda del Chino” hace comentarios sobre los contenidos mostrados. Por último, la mayoría de jóvenes con edades de 20 (48.6%), 21 (52.1%), 23 (36.7%) y 24 (41.3%) años están de acuerdo que las imágenes mostradas en el magazine son de calidad, mientras que los jóvenes de 22 (39.5%) y 24 (41.3%) años se muestran indiferentes ante este ítem.

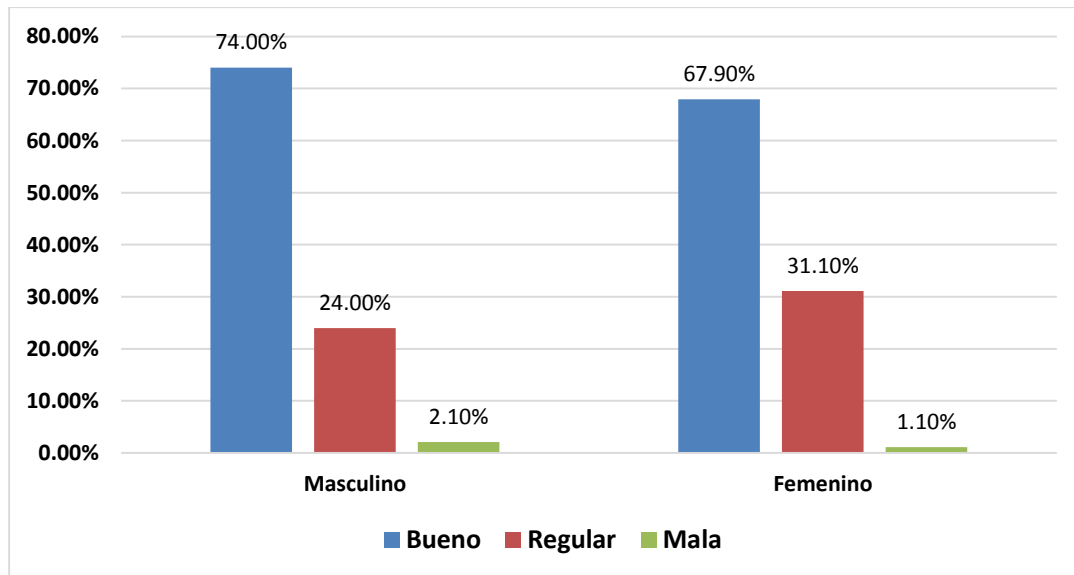
Prueba de la segunda hipótesis específica:

- Ha: Existe un impacto positivo de la acción narrativa del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.
- Ho: No existe un impacto positivo de la acción narrativa del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Regla de decisión

Si la opinión es buena entonces se rechaza la hipótesis nula.

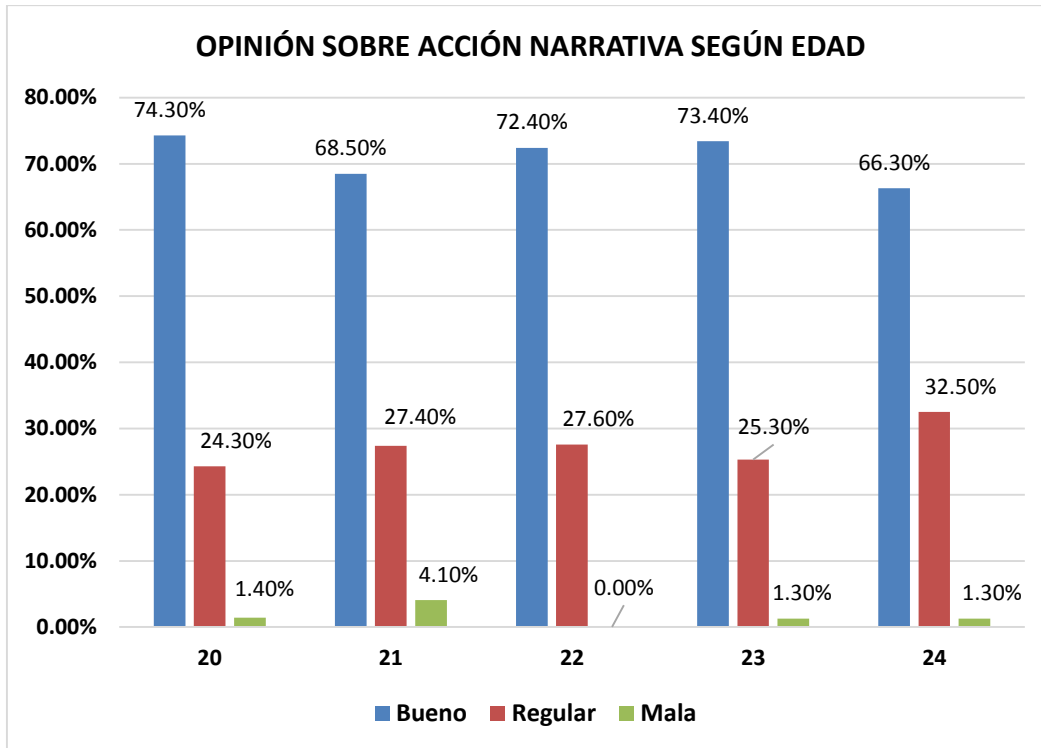
Gráfico N° 6. Opinión sobre acción narrativa del programa “La Banda del Chino” según sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.



Interpretación: En el gráfico N°6 se muestra la opinión pública sobre la acción narrativa del programa “La Banda del Chino” según sexo de los jóvenes, la cual fue principalmente buena tanto para jóvenes del sexo masculino (74%) como del femenino (31.1%), apreciándose que los varones son los que más opinan que la acción narrativa del programa es buena; además, hubo un impacto positivo de la acción narrativa en la opinión pública según sexo de los jóvenes.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula de investigación.

Gráfico Nº 7. Opinión sobre acción narrativa del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martin de Porres, 2017.



Interpretación: En el gráfico N°7, se muestra la opinión pública sobre la acción narrativa del programa “La Banda del Chino” analizada por edades de los jóvenes, la cual fue principalmente buena para todas las edades con mayor proporción en los jóvenes de 20 (74.3%), 23 (73.4%) años y 22 (72.4%); es decir, hubo un impacto positivo de la acción narrativa en la opinión pública de los jóvenes según distintas edades.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula de investigación.

RESULTADOS PARA EL ANÁLISIS DE LA TERCERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

Tabla N° 7. Preguntas sobre personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” según sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Personaje narrativo	Sexo				
	Masculino		Femenino		
	N	%	N	%	
El conductor es vulgar en su forma de conducción, vestimenta y lenguaje	Totalmente de acuerdo	2	1.0%	5	2.6%
	De acuerdo	11	5.7%	18	9.5%
	Indiferente	76	39.6%	45	23.7%
	En desacuerdo	68	35.4%	83	43.7%
	Totalmente en desacuerdo	35	18.2%	39	20.5%
El conductor imita a los conductores de otros programas	Totalmente de acuerdo	2	1.0%	4	2.1%
	De acuerdo	21	10.9%	22	11.6%
	Indiferente	55	28.6%	59	31.1%
	En desacuerdo	77	40.1%	66	34.7%
	Totalmente en desacuerdo	37	19.3%	39	20.5%
El conductor influencia con sus opiniones a los espectadores.	Totalmente en desacuerdo	10	5.2%	13	6.8%
	En desacuerdo	24	12.5%	24	12.6%
	Indiferente	42	21.9%	66	34.7%
	De acuerdo	109	56.8%	81	42.6%
	Totalmente de acuerdo	7	3.6%	6	3.2%
El conductor conoce el contenido del programa.	Totalmente en desacuerdo	1	.5%	1	.5%
	En desacuerdo	7	3.6%	7	3.7%
	Indiferente	27	14.1%	28	14.7%
	De acuerdo	72	37.5%	67	35.3%
	Totalmente de acuerdo	85	44.3%	87	45.8%

Interpretación: En la tabla N°7 se muestran preguntas sobre el personaje narrativo, observando que la mayoría de jóvenes de sexo masculino (35.4%) y femenino (43.7%) están en desacuerdo que el conductor es vulgar en su forma de conducción, vestimenta y lenguaje, así también se mostraron indiferentes (sexo masculino: 39.6% y femenino: 23.7%). La mayoría de jóvenes de sexo masculino y femenino están en desacuerdo (40.1% y 34.7% respectivamente) o tienen una opinión indiferente (28.6% y 31.1% respectivamente) en que el conductor imita a los conductores de otros programas. La mayoría de jóvenes de sexo masculino (56.8%) y femenino (42.6%) están de acuerdo (56.8% y 42.6%) o tienen una opinión indiferente (21.9% y 34.7% respectivamente) en que el conductor influencia con sus opiniones a los espectadores. La mayoría de jóvenes de sexo masculino y femenino están de acuerdo (37.5% y 35.3% respectivamente) o totalmente de acuerdo (44.3% y 45.8%) en que el conductor conoce el contenido del programa.

Tabla N° 8. Preguntas sobre personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Personaje narrativo		Edad									
		20		21		22		23		24	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
El conductor es vulgar en su forma de conducción, vestimenta y lenguaje	Totalmente de acuerdo	3	4.1%	2	2.7%	0	0.0%	1	1.3%	1	1.3%
	De acuerdo	9	12.2%	6	8.2%	2	2.6%	5	6.3%	7	8.8%
	Indiferente	24	32.4%	23	31.5%	27	35.5%	19	24.1%	28	35.0%
	En desacuerdo	24	32.4%	27	37.0%	33	43.4%	33	41.8%	34	42.5%
	Totalmente en desacuerdo	14	18.9%	15	20.5%	14	18.4%	21	26.6%	10	12.5%
El conductor imita a los conductores de otros programas	Totalmente de acuerdo	1	1.4%	1	1.4%	1	1.3%	1	1.3%	2	2.5%
	De acuerdo	10	13.5%	9	12.3%	4	5.3%	9	11.4%	11	13.8%
	Indiferente	22	29.7%	22	30.1%	23	30.3%	21	26.6%	26	32.5%
	En desacuerdo	27	36.5%	26	35.6%	32	42.1%	28	35.4%	30	37.5%
	Totalmente en desacuerdo	14	18.9%	15	20.5%	16	21.1%	20	25.3%	11	13.8%
El conductor influencia con sus opiniones a los espectadores.	Totalmente en desacuerdo	3	4.1%	6	8.2%	5	6.6%	9	11.4%	0	0.0%
	En desacuerdo	5	6.8%	12	16.4%	6	7.9%	11	13.9%	14	17.5%
	Indiferente	16	21.6%	25	34.2%	16	21.1%	21	26.6%	30	37.5%
	De acuerdo	46	62.2%	28	38.4%	46	60.5%	34	43.0%	36	45.0%
	Totalmente de acuerdo	4	5.4%	2	2.7%	3	3.9%	4	5.1%	0	0.0%
El conductor conoce el contenido del programa.	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	1.3%
	En desacuerdo	3	4.1%	4	5.5%	1	1.3%	2	2.5%	4	5.0%
	Indiferente	6	8.1%	12	16.4%	10	13.2%	11	13.9%	16	20.0%
	De acuerdo	26	35.1%	23	31.5%	27	35.5%	27	34.2%	36	45.0%
	Totalmente de acuerdo	39	52.7%	34	46.6%	38	50.0%	38	48.1%	23	28.8%

Interpretación: En la tabla N°8 se muestran preguntas sobre el personaje narrativo, observando que la mayoría de jóvenes de 20 (32.4% y 32.4%), 21 (37% y 31.5%), 22 (43.4% y 35.5%), 23 (41.8% y 24.1%) y 24 años (42.5% y 35%) están en desacuerdo o tienen una opinión indiferente respectivamente en que el conductor es vulgar en su forma de conducción, vestimenta y lenguaje. Los jóvenes de 20 años (36.5% y 29.7%), 21 (35.6% y 30.1%), 22 (42.1% y 30.3%), 23 (35.4% y 26.6%) y 24 años (37.5% y 32.5%) están en desacuerdo o tienen una opinión indiferente respectivamente en que el conductor imita a los conductores de otros programas. Y la mayoría de jóvenes de 20 (52.7% y 35.1%), 21 (46.6% y 31.5%), 22, (50% y 35.5%), 23 (48.1% y 34.2%) y 24 (28.8% y 45%) están totalmente de acuerdo o de acuerdo en que el conductor conoce el contenido del programa.

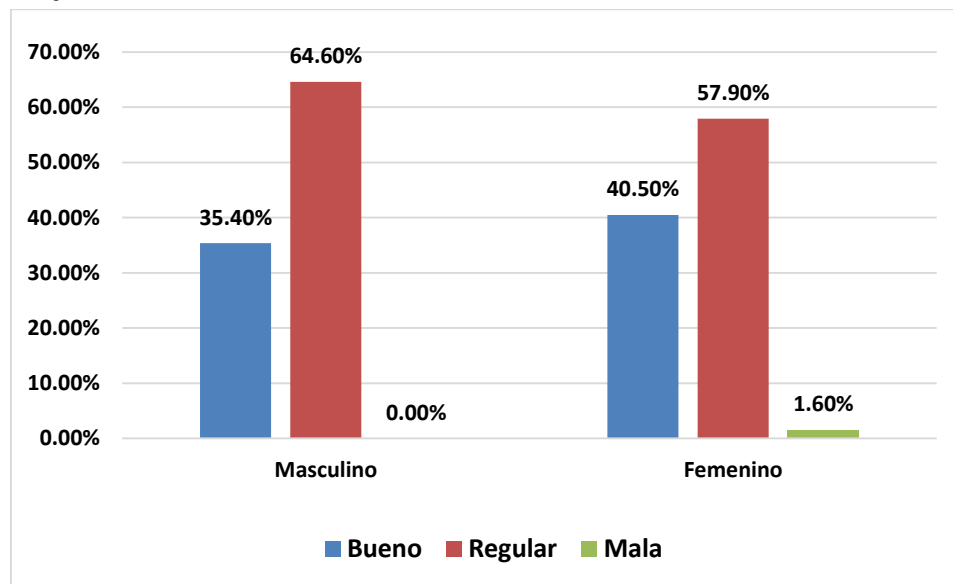
Prueba de tercera hipótesis específica: se tomará en cuenta las preguntas 9, 10, 11 y 12 (4 preguntas).

- Ha: Existe un impacto positivo del personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.
- Ho: No existe un impacto positivo del personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Regla de decisión

Si la opinión es buena entonces se rechaza la hipótesis nula.

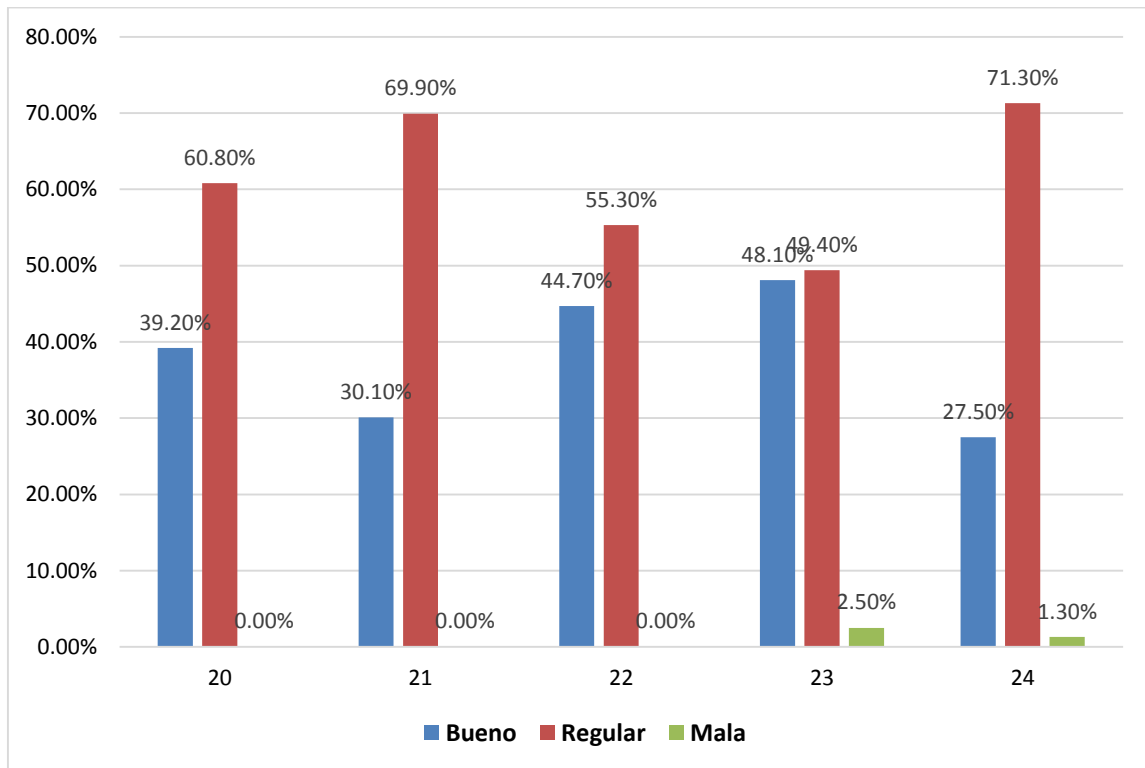
Gráfico N° 8. Opinión sobre personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.



Interpretación: El gráfico N°8 muestra que la opinión pública sobre el personaje narrativo del programa “La Banda del Chino”, fue regular en la mayoría de varones (64.6%) y mujeres (57.9%); por tanto, se considera que hubo un impacto negativo del personaje narrativo en la opinión pública.

Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula.

Gráfico N° 9. Opinión sobre personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.



Interpretación: El gráfico N°9 muestra la opinión pública sobre el personaje narrativo del programa “La Banda del Chino”, observando que fue regular en la mayoría de jóvenes de 20 (60.8%), 21 (69.9%), 22 (55.3%), 23 (49.4%) y 24 años (71.3%); es decir, hubo un impacto negativo del personaje narrativo en la opinión pública.

Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula.

RESULTADOS PARA EL ANÁLISIS DE LA CUARTA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

Tabla N° 9. Preguntas sobre tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” según sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Tiempo narrativo		Sexo			
		Masculino		Femenino	
		N	%	N	%
“La Banda del Chino” cumple con el tiempo estipulado.	Totalmente en desacuerdo	3	1.6%	0	0.0%
	En desacuerdo	3	1.6%	4	2.1%
	Indiferente	34	17.7%	34	17.9%
	De acuerdo	123	64.1%	125	65.8%
	Totalmente de acuerdo	29	15.1%	27	14.2%
El horario en el que se transmite “La Banda del Chino” es adecuado.	Totalmente en desacuerdo	1	.5%	2	1.1%
	En desacuerdo	6	3.1%	6	3.2%
	Indiferente	20	10.4%	31	16.3%
	De acuerdo	136	70.8%	123	64.7%
	Totalmente de acuerdo	29	15.1%	28	14.7%
Se deberían producir más programas como “La Banda del Chino”.	Totalmente en desacuerdo	2	1.0%	0	0.0%
	En desacuerdo	5	2.6%	4	2.1%
	Indiferente	51	26.6%	63	33.2%
	De acuerdo	113	58.9%	96	50.5%
	Totalmente de acuerdo	21	10.9%	27	14.2%

Interpretación: La tabla N°9 muestra preguntas sobre el tiempo narrativo, observando que la mayoría de jóvenes de sexo masculino (64.1% y 17.7%) y femenino (65.8% y 17.9%) están de acuerdo o tienen una opinión indiferente respectivamente en que se cumple con el tiempo estipulado. Los jóvenes de sexo masculino (70.8% y 10.4%) y femenino (64.7% y 13.3%) están de acuerdo o tienen una opinión indiferente respectivamente con el horario en el que se transmite el programa. Y la mayoría de jóvenes de sexo masculino (58.9% y 26.6%) y femenino (50.5% y 33.2%) están de acuerdo o tienen una opinión indiferente respectivamente en que se debería de producir programas similares.

Tabla N° 10. Preguntas sobre tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Tiempo narrativo	Edad										
	20		21		22		23		24		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
“La Banda del Chino” cumple con el tiempo estipulado.	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	1	1.4%	0	0.0%	2	2.5%	0	0.0%
	En desacuerdo	1	1.4%	4	5.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.5%
	Indiferente	17	23.0%	9	12.3%	8	10.5%	14	17.7%	20	25.0%
	De acuerdo	46	62.2%	47	64.4%	55	72.4%	51	64.6%	49	61.3%
	Totalmente de acuerdo	10	13.5%	12	16.4%	13	17.1%	12	15.2%	9	11.3%
El horario en el que se transmite “La Banda del Chino” es adecuado.	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	1	1.4%	1	1.3%	0	0.0%	1	1.3%
	En desacuerdo	4	5.4%	5	6.8%	0	0.0%	3	3.8%	0	0.0%
	Indiferente	9	12.2%	9	12.3%	5	6.6%	14	17.7%	14	17.5%
	De acuerdo	52	70.3%	44	60.3%	56	73.7%	50	63.3%	57	71.3%
	Totalmente de acuerdo	9	12.2%	14	19.2%	14	18.4%	12	15.2%	8	10.0%
Se deberían producir más programas como “La Banda del Chino”.	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	1.3%
	En desacuerdo	1	1.4%	3	4.1%	1	1.3%	3	3.8%	1	1.3%
	Indiferente	25	33.8%	21	28.8%	19	25.0%	23	29.1%	26	32.5%
	De acuerdo	41	55.4%	36	49.3%	44	57.9%	43	54.4%	45	56.3%
	Totalmente de acuerdo	7	9.5%	13	17.8%	12	15.8%	9	11.4%	7	8.8%

Interpretación: La tabla N°10 muestra preguntas sobre el tiempo narrativo, observándose que la mayoría de jóvenes de 20 (62.2% y 23%), 21 (64.4% y 12.3%), 22 (72.4% y 10.5%), 23 (64.6% y 17.7%) y 24 años (61.3% y 25%) están de acuerdo o tienen una opinión indiferente en que se cumple con el tiempo estipulado. Además, los jóvenes de 20 (70.3% y 12.2%), 21 (60.3% y 12.3%), 22 (73.7% y 6.6%), 23 (63.3% y 17.7%) y 24 años (71.3% y 17.5%) están de acuerdo o tienen una opinión indiferente respectivamente con el horario en el que se transmite el programa. Y la mayoría de jóvenes de 20 años (55.4% y 33.8%), 21 años (49.3% y 28.8%), 22 años (57.9% y 25%), 23 años (54.4% y 29.1%) y 24 años (56.3% y 32.5%) están de acuerdo o tienen una opinión indiferente en que se debería de producir programas similares.

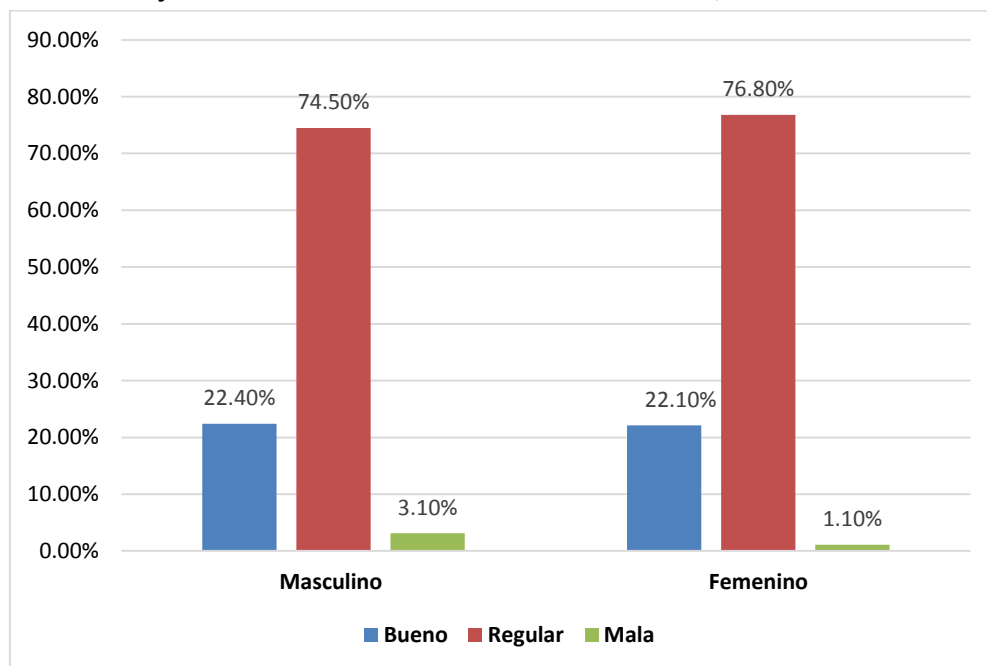
Prueba de la cuarta hipótesis específica: se tomará en cuenta las últimas tres preguntas de cuestionario.

- Ha: Existe un impacto positivo del tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.
- Ho: No existe un impacto positivo del tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según la edad y el sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Regla de decisión

Si la opinión es buena entonces se rechaza la hipótesis nula.

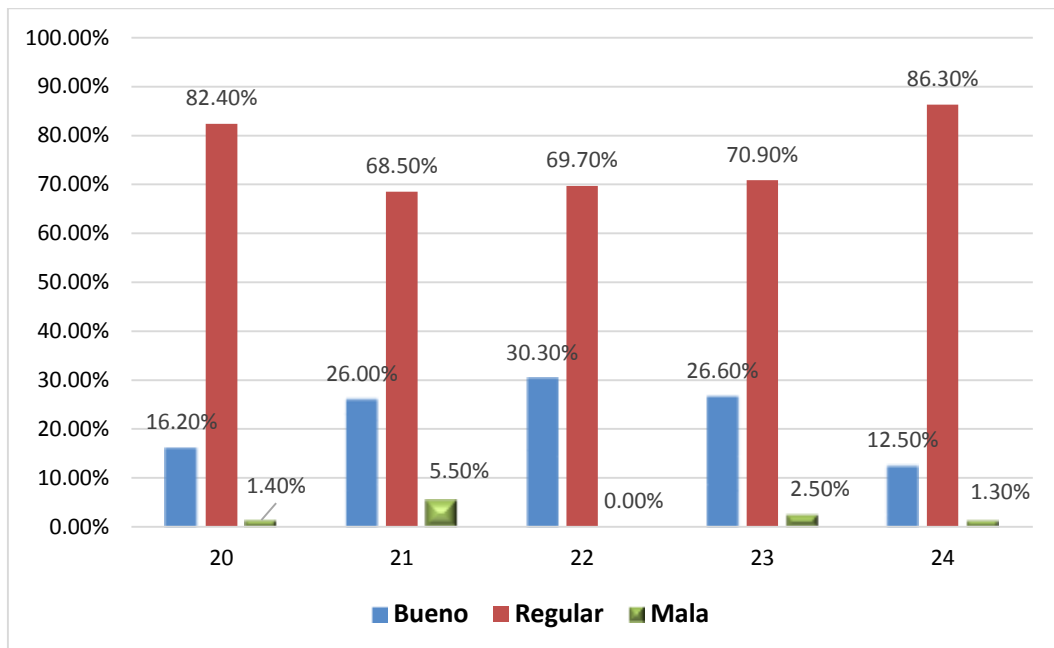
Gráfico N° 10. Opinión pública sobre el tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” según sexo de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.



Interpretación: El gráfico N°10 muestra la opinión pública sobre el tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino”, observándose que fue regular (74.5%) en la mayoría de varones y mujeres (76.8%); es decir, hubo un impacto negativo del tiempo narrativo en la opinión pública.

Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula.

Gráfico N° 11. Opinión pública sobre el tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” según edad de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017.



Interpretación: El gráfico N°11 muestra la opinión pública sobre el tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino”, observándose que fue regular en la mayoría de jóvenes de 20 (82.4%), 21 (68.5%), 22 (69.7%), 23 (70.9%) y 24 años (86.3%); es decir, hubo un impacto negativo del tiempo narrativo en la opinión pública.

Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula.

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

La opinión pública representa el agregado de actitudes y creencias que posee una persona, mediante las cuales manifiesta si está a favor o en contra a una determinada situación, tema, etc. (Amon et al., 2014, p. 40).

Al respecto, Martínez (2013) sostiene que la televisión influye en el modo de pensar de los espectadores y en la disposición de sus estilos de vida. Además, construye una cultura de la importancia que se estructura por la aparición o no de los productos en el imaginario social.

Por lo tanto, con relación al impacto de la televisión sobre la opinión pública, dicho impacto se interpreta como resultado de cada acción que se lleva a cabo. Los impactos pueden ser **positivos**, si el sujeto se beneficia, o **negativos**, si se perjudica. (García Astillero, 2019). Y hablando concretamente en impacto televisivo Molina (2016), afirma que al estudiar el impacto, se hace tanto a los resultados producidos y su influencia en el contexto social, como a los efectos no esperados, tanto como su alcance y visibilidad.

Teniendo en cuenta lo relatado, respecto a la hipótesis general, que postula que sí existe un impacto positivo de la narración audiovisual en la opinión pública de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017, en el presente trabajo se encontró que la opinión pública de los jóvenes sobre el programa "La Banda del Chino" fue buena (74.1%), es decir que hubo un impacto positivo de la narración audiovisual en la opinión pública; esto debido a que consideran que las secuencias del programa "La Banda del Chino" se relacionan una con la otra; asimismo, hablan de varios temas durante su desarrollo, narran de manera adecuada, cumplen con el tiempo estipulado, el horario es adecuado y no se copian de otros programas. Aunado a ello está que la mayoría de los jóvenes con opiniones buenas, son de sexo masculino y tienen edades comprendidas entre 22 a 23 años, lo que devela que gran parte de los espectadores que frecuentemente ven estos programas son varones y se encuentran en dicho rango etario.

Acerca de la primera hipótesis específica, es decir la **opinión pública sobre la historia narrativa** del programa "La Banda del Chino" según sexo y edad, se observa que los jóvenes tanto de sexo masculino (74.5%) como femenino (73.7%) han tenido una opinión buena sobre la historia narrativa del programa, lo que demuestra que hay un impacto positivo de la historia narrativa en la opinión pública, sobre todo en los varones; esto se ha presentado porque hay una mayor frecuencia de varones que sostienen estar de acuerdo que en el programa "La Banda del Chino", tiene temas interesantes e innovadores, los cuales narra de manera adecuada, clara y precisa. En cuanto a la edad, se halló que la opinión pública sobre la historia narrativa del programa "La Banda del Chino" fue principalmente buena para las edades de 21 (71.6%), 22 (72.6%), 23 (88.2%) y 24 (73.4%); es decir, hubo un impacto positivo de la historia narrativa en la opinión pública; más aún en las edades de 23 y 24 años, ya que refieren estar de acuerdo que las

secuencias del programa se relacionan una con la otra y que tiene un argumento propio, por ello no se copia de otro programa. A manera de resumen, la mayoría de los jóvenes varones y de edades de 23 a 24 años expresan que el programa establece bien las secuencias y son innovadores, pues no se copian el formato de otro programa.

Respecto a la segunda hipótesis específica, es decir, la **opinión pública sobre la acción narrativa** del programa "La Banda del Chino" según sexo y edad, y tomando en consideración que de acuerdo con Peña (2001) la acción narrativa es el elemento formal de secuencialidad, formando parte del relato entendido como sucesión de acontecimientos de interés humano, se halló que los jóvenes de sexo masculino (74%) y femenino (67.9%) han tenido una opinión buena sobre la acción narrativa del programa, lo que demuestra que hay un impacto positivo de la acción narrativa en la opinión pública, mayormente en los hombres; ya que hubo un mayor porcentaje que sostiene estar totalmente de acuerdo en que "La Banda del Chino" tiene escenas ordenadas que permiten entender el programa y que el conductor hace comentarios sobre los contenidos mostrados. Acerca de la edad, se obtuvo que la opinión pública sobre la acción narrativa del programa "La Banda del Chino" fue buena para las edades de 21 (74.3%), 23 (72.4%) y 24 (73.4%) años; es decir, hubo un impacto positivo de la acción narrativa en la opinión pública; lo cual revela que, en este intervalo de edades, los jóvenes manifiestan que las imágenes mostradas son de calidad. Por tanto, los jóvenes en general tienen adecuadas opiniones sobre el programa.

En cuanto a la tercera hipótesis específica, es decir la **opinión pública sobre el personaje narrativo** del programa "La Banda del Chino" según sexo y edad, y tomando en cuenta que, Peña (2001) considera que se trata del elemento fundamental de toda narración, en el cual recae toda la historia narrativa, se observó que los jóvenes de sexo masculino (64.6%) y femenino (57.9%) han tenido una opinión regular sobre el personaje narrativo del programa, lo que demuestra un impacto negativo del personaje narrativo en la opinión pública, mayormente en los hombres; pues hubo una mayor frecuencia que sustenta ser indiferente ante la forma de conducción, vestimenta y lenguaje del conductor. En lo referente a la edad, se obtuvo que la opinión pública sobre el personaje narrativo del programa "La Banda del Chino" fue regular para las edades de 21 (69.9%) y 24 (71.3%) años; es decir, hubo un impacto negativo del personaje narrativo en la opinión pública; siendo un ejemplo de que, a estas edades, los jóvenes se manifiestan indiferentes acerca de que el conductor influencia con sus opiniones a los espectadores. Tal vez estos resultados mostrados sean de cierta manera subjetivos, porque usualmente el conductor emite sus puntos de vista sin ocasionar una influencia en el público televidente o que accede al programa.

Los resultados expresados previamente se diferencian de los obtenidos por *Fariño (2017)*, donde se encontró que la audiencia accede al programa Contacto Directo por los comentarios críticos de los presentadores, el estilo de entrevistar y la participación de invitados de distintas tendencias, lo cual impacta de manera favorable al público que accede.

Finalmente, en la cuarta hipótesis específica, es decir la **opinión pública sobre el tiempo narrativo** del programa "La Banda del Chino" según sexo y edad, entendiendo tiempo narrativo como el tiempo natural o real fragmentado por medio del montaje o edición de la imagen. Es decir, que el tiempo queda roto por la narración audiovisual. (Gonzales 2015), se encontró que los jóvenes de sexo masculino (74.5%) y femenino (76.8%) han tenido una opinión regular sobre el tiempo narrativo del programa, lo que indica que hay un impacto negativo del tiempo narrativo en la opinión pública, en su mayoría en las mujeres; respecto a ello se manifiestan indiferentes ante la posibilidad de que se debería producir más programas como "La Banda del Chino". En lo concerniente a la edad, se obtuvo que la opinión pública sobre el tiempo narrativo del programa "La Banda del Chino" fue regular en su mayoría para las edades de 20 (82.4%) y 24 (86.3%) años; es decir, hubo un impacto negativo del tiempo narrativo en la opinión pública, y en ello se muestran indiferentes sobre producir más programas como "La Banda del Chino"; no obstante, estos jóvenes también muestran cierto acuerdo en el horario de transmisión y con el tiempo estipulado. Probablemente esto se puede deber a que si bien hay un porcentaje considerable que está a favor del tiempo narrativo, se observa otro grupo de personajes que tienen puntos de vista distintos con respecto al horario de transmisión.

Estos resultados positivos se relacionan con lo expresado por Careras (2006) sobre la programación televisiva, ya que se aprecia que la mayoría de los encuestados consideran que "La Banda del Chino" está diseñado con un horario y tiempo correcto. Por lo tanto, podría inferirse que dicha condición permite que el programa atraiga un mayor número de espectadores respecto a su competencia directa, como lo reporta La República (2017), a partir a la mención de su estreno con 10.6 puntos de rating, por encima de los de 'La noche es mía' (6.6 puntos).

CONCLUSIONES

Con relación al impacto del programa “La Banda del Chino”, a partir del concepto manejado en esta tesis, entendiendo que los impactos pueden ser **positivos** si el consumidor percibe un beneficio (que califica como bueno), o **negativos** si percibe que se perjudica, se concluye que el impacto de la narración audiovisual del programa en la opinión pública de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres en el año 2017 fue positivo. Esto debido a que la mayoría tiene una opinión buena, puesto que pese a ser un programa noticioso y periodístico, tiene gran acogida por los jóvenes, debido al carisma del conductor y la forma como transmite su opinión sobre diversos temas en la actualidad.

Lo mismo ocurre con la primera dimensión, el impacto de la historia narrativa del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según sexo fue positivo, primordialmente para los jóvenes del sexo masculino; y en cuanto a la edad de los jóvenes hay un impacto positivo primordialmente entre edades de 23 y 24 años, ya que la mayoría piensa que las secuencias están bien encajadas y cuentan con un argumento propio que narra temas de actualidad de manera adecuada.

Asimismo, el impacto de la acción narrativa del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según sexo fue positivo, primordialmente para los jóvenes del sexo masculino; y en cuanto a la edad de los jóvenes hay un impacto positivo primordialmente para los que tiene una edad de 20 y 22 años, puesto que los jóvenes piensan que el programa cuenta con escenas ordenadas, emite diferentes o variados temas que conciernen a la actualidad o cultura.

Caso contrario ocurre en la tercera dimensión, ya que el impacto del personaje narrativo del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según sexo fue negativo, primordialmente para los jóvenes del sexo masculino; y en cuanto a la edad de los jóvenes hay un impacto negativo primordialmente para los que tiene una edad de 24 años, puesto que opinan con indiferencia respecto a la vestimenta y lenguaje del conductor, y sobre la influencia de sus opiniones en los espectadores.

De la misma forma e impacto del tiempo narrativo del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública según sexo fue negativo, primordialmente para las jóvenes del sexo femenino; y en cuanto a la edad de los jóvenes hay un impacto negativo primordialmente para los que tienen edades de 21 y 24 años, pues se muestran indiferentes ante la producción de otros programas similares a la “Banda del Chino”.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar otros estudios que permitan analizar la narración audiovisual, bajo las dimensiones propuestas en la presente investigación, usada en programas similares a “La Banda del Chino” y el impacto que tienen estos, sobre la opinión pública; debido a que es importante conocer las preferencias del público espectador y así tener resultados confiables que en un futuro coadyuven a mejorar la calidad de estos programas.
- Es recomendable que el estudio se amplíe, utilizando una muestra más grande, con la finalidad de analizar mejor la opinión pública respecto al personaje y al tiempo narrativo, ya que los resultados muestran una opinión negativa sobre estos aspectos, ya que hay una posición de indiferencia ante estas dimensiones.
- Sería conveniente realizar estudios con un enfoque cualitativo, los cuales puedan sustentar mejor los resultados de esta investigación, puesto que, si bien se han utilizado preguntas específicas para el análisis de cada dimensión (historia narrativa, acción narrativa, personaje narrativo y tiempo narrativo), no se ha dado la oportunidad a que los participantes sustenten el porqué de sus respuestas.

REFERENCIAS

- Aguilar, L. (2017) Memoria de la opinión pública. Una reconstrucción del concepto de opinión pública. *Rev. Mex. Opinión Pública*, 23. Recuperado de <https://bit.ly/38t5GKX>
- Amon D, Arcides P, Roso A, Veríssimo M (2014). Propaganda, publicidad y opinión pública. Dimensiones Éticas. En *Revista Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 18(2), pp.33-52. Recuperado de <https://bit.ly/39LqBJy>
- Arboccó M, y Arboccó J (2012). Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes. En *Revista Av. psicol.*, 20(2). Recuperado de <https://bit.ly/39zh87M>
- Bermejo, J. (2005). *Narrativa Audiovisual: Investigación y Aplicaciones*. España: Ediciones Pirámide.
- Bradford, H. (2017). ¿Cómo los jóvenes líderes pueden transformar el mundo? Recuperado de <https://bit.ly/38GyTSL>
- Careras Espallardo (2006) Programacion en Tv <https://bit.ly/3gUes8g>
- Carrillo, L. (2007). Argumentación y argumento. En *Revista Signa*, 16, pp. 289-320.
- Canet, P., & Prosper, J. (2009). *Estrategias y recurso*. Valencia: Síntesis.
- Centeno, R. (2016). *Tv basura: El caso de los programas juveniles Combate y Esto Es Guerra*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de <https://bit.ly/2HvX4r4>
- Consejo Consultativo de Radio y Televisión (2019). Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en adultos. CONCORTV. Recuperado de <https://bit.ly/2HiwP7g>
- Corbett David (2018). El arte de crear personajes <https://bit.ly/2QUj6Zc>
- Cortés, L., y Hidalgo, R. (2015). Indicadores de cambio temático en el discurso parlamentario: Análisis de un discurso de Rodríguez Zapatero [2011]. En *Rev. Signos*, 48(89). Recuperado de <https://bit.ly/2SSeW4I>
- Cueva, D. (2014) *Análisis de la Narrativa Audiovisual de las Películas de Wes Anderson*. (Tesis de licenciatura) Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú. Recuperado de <https://bit.ly/2UNRckR>
- Fariño, J. (2017). *Análisis de recepción del programa Contacto Directo y su incidencia en la formación de la opinión pública de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, Universidad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <https://bit.ly/37oGi7R>

- Fernández, J. (2005) La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores. En *Revista Comunicar*, 25. Recuperado de <https://bit.ly/38ouCU0>
- García Astillero (2019) Qué es impacto ambiental negativo y positivo con ejemplos. Ecología verde <https://bit.ly/3h0f1gG>
- Gómez, M. (2005). Los nuevos géneros de la neotelevisión. Recuperado de <https://bit.ly/2P62wVN>
- Gonzales I (2015). El tiempo en el cine: la elipsis y el ritmo. <https://bit.ly/2Zp7iDd>
- Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito-Ecuador: Intiyan Ediciones Ciespal.
- Gutiérrez, H. (1997). *Como incidir en la opinión pública*. 1ª ed. Madrid: ALER.
- Karam, T (2014). La dimensión emocional en el discurso televisivo. En *Revista Comunidad y Sociedad*, 22, 279-284. Recuperado de <https://bit.ly/2SpDCm7>
- La República. (2017). *La noche es mía' vs. 'La Banda del Chino': Así les fue en el rating. Espectáculos*. Recuperado de <https://bit.ly/39LaqMh>
- Liberta Bonilla BE. Impacto, impacto social y evaluación del impacto. (2007) <https://bit.ly/2Z1LLAg>
- Lippman, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre.
- Lozano G. (2015). ¿La estrategia de medios de tu compañía tiene la dirección adecuada? Mancera.
- Marin, C. (2016). *Periodismo audiovisual. Información, entretenimiento y tecnología multimedia*. España: Gedisa.
- Martinez, P. (2013). *Las experiencias formativas desde la opinión de los jóvenes escuchas del programa radiofónico ¡Ya Párate!*. (Tesis de Investigación). Universidad Veracruzana, Veracruz, México. Recuperado de <https://bit.ly/2OQaX7q>
- Martínez, S. (2005). Lenguaje audiovisual y manipulación. En *Revista Comunicar*, 25, pp.211-220.
- Mejía, G. (2007). La formación de la opinión pública como instrumento de democratización. En *Revista Humanidades*, 10.
- Molina Fernández,A. (2016). Análisis del impacto del cine y las series de televisión contemporáneas en las pautas de consumo de drogas y otras adicciones de los jóvenes. Recuperado de <https://bit.ly/3bFgamf>
- Morales, J., Rodríguez, E., Reyes, M., O quinn J. (2011). Opinión pública y democracia, algunas aportaciones para su estudio. En *Revista espacios Públicos*, 14 (32), pp.183-205. Recuperado de <https://bit.ly/2uAxrml>

- Moreno G. (2019) En 2019, el consumo de internet superó al de la televisión. World Economic Forum. Recuperado de <https://n9.cl/txra>
- Noelle, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión Pública: nuestra piel social*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Ongallo C. (2013). *El Libro de la Venta Directa: El Sistema ha transformado la vida de Millones de personas*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Ordóñez, G. (2018). Narrativa y narración en el relato audiovisual. Apuntes para la disminución de forma y contenido. En *Revista de Comunicación y Cultura*, 1(1), pp. 102-121. Recuperado de <https://bit.ly/2uXUuY9>
- Oreja, T. (2016). *Narrativa Audiovisual y Nuevas Tecnologías. Nuevos Escenarios y Formas de Expresión: los videoblogs*. España: Universidad de Valladolid.
- Ortiz, M. (2018). *Narrativa Audiovisual aplicada a la publicidad*. España: Universidad de Alicante. Recuperado de <https://bit.ly/2uVC5vc>
- Peña, V. (2001). *Narración Audiovisual: investigaciones*. Madrid: Laberinto.
- Pérez, J., y Gardey, A. (2013). *Definición de acto*. Recuperado de <https://bit.ly/3bHSMLf>
- Plut, S. (2014). El sentimiento de inseguridad en la opinión pública. En *Revista Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 18 (2), pp.154-177. Recuperado de <https://bit.ly/2HoDCwt>
- Ponte, C. (2009). *Dimensiones de la opinión pública*. [Dispositiva].
- Real Academia Española. (2020). *Opinión Pública. Diccionario del español jurídico*. España: Real Academia Española. Recuperado de <https://bit.ly/39E1E2u>
- Rivera, J., & Correa, E. (2011). *La imagen y su papel en la narrativa audiovisual*. Colombia: Imago. Recuperado de <https://bit.ly/2w81cen>
- Rovigatti, V. (1981). *Lecciones sobre la ciencia de la opinión pública*. Quito: Intiyan.
- Rodríguez S. (2016) Lo que dicen las estadísticas del consumo de medios 2016. Recuperado de <https://bit.ly/2SpBKd4> .
- Series Perú (s.f.). *La Banda del Chino*. Recuperado de <https://bit.ly/2HBO5Vf>
- Taguena, J. (2012). La opinión política de los jóvenes universitarios de Hidalgo, México. Un análisis desde la teoría de campo. *Convergencia*. En *Revista de Ciencias Sociales*, 19(60), pp. 45-77. Recuperado de <https://bit.ly/38wSjJW>
- Tavarez, L. (2015). *¿Qué es ser joven?*. Recuperado de <https://bit.ly/2wq8yKp>
- Tudela, G. (2017). *Construyendo identidades globales adolescentes: La serie de televisión juvenil CASI ÁNGELES y su rol en la formación de la identidad y adopción de valores en los*

- adolescentes. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de <https://bit.ly/38EHTYG>
- Uriarte, J. (2019). Narración. Recuperado de <https://www.caracteristicas.co/narracion/>
- Vásquez, D. (2017). *Análisis de la construcción del personaje del conductor de los programas del formato late night "La Banda del Chino" y "La noche es mía", emitido en el mes de mayo del año 2017.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú. Recuperado de <https://bit.ly/322Pzl7>
- Villanueva, E. (2011). *La narrativa audiovisual y los efectos especiales en los videoclip.* Argentina: Universidad de Palermo.
- Wizenberg, D. (s.f.). *8 apuntes sobre qué es la opinión pública. Informes especiales.* Recuperado de <https://bit.ly/2SNOysA>
- Zabaleta, I. (2005). *Teoría, técnica y lenguaje de la información en televisión y radio: sistemas digitales y analógicos.* España: S.A. Bosch.
- Zapata, R. (2012). *Cristianos luchan contra programas basura en el Perú.* Mundo Cristiano.

ANEXOS

ANEXO N° 1. ENCUESTA DE OPINIÓN PÚBLICA



El propósito de esta encuesta es determinar el Impacto de la narración audiovisual del programa “La Banda del Chino” en la opinión pública de los jóvenes de San Martín de Porres, por lo cual necesitamos que respondas con mayor sinceridad posible las siguientes preguntas.

Edad: _____

Sexo: F () M ()

Ocupación: _____

N° de ítem	ÍTEMS	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1.	En “La Banda del Chino” las secuencias del programa se relacionan una con la otra.					
2.	“La Banda del Chino” tiene un argumento propio, no se copia de otro programa.					
3.	“La Banda del Chino” habla de temas actuales de nuestro país.					
4.	El conductor de “La Banda del Chino” narra los temas de manera adecuada					
5.	“La Banda del Chino” tiene escenas ordenadas que me permiten entender el programa.					
6.	“La Banda del Chino” habla de varios temas durante el desarrollo del programa.					
7.	El conductor de “La Banda del Chino” hace comentarios sobre los contenidos mostrados.					
8.	Las imágenes mostradas en el magazine son de calidad					
9.	El conductor es vulgar en su forma de conducción, vestimenta y lenguaje					
10.	El conductor imita a los conductores de otros programas.					
11.	El conductor influencia con sus opiniones a los espectadores.					
12.	El conductor conoce el contenido del programa.					
13.	“La Banda del Chino” cumple con el tiempo estipulado.					
14.	El horario en el que se transmite “La Banda del Chino” es adecuado.					
15.	Se deberían producir más programas como “La Banda del Chino”.					

ANEXO N° 2. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO
(ALFA DE CRONBACH)

Para obtener la confiabilidad del instrumento se aplicó una prueba piloto a 30 jóvenes con las mismas características de la población objetivo. Se obtuvo un coeficiente de Alfa de Cronbach, con un puntaje de **0.80** lo cual indica que el instrumento tiene una **alta confiabilidad**.

N	ITEM																Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	4	5	5	4	4	2	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	62
2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	54
3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	65
4	3	4	2	4	3	1	2	4	4	5	4	4	4	3	3	4	54
5	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	63
6	3	2	4	4	2	4	5	4	2	5	3	3	4	3	1	5	54
7	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	2	2	4	55
8	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	56
9	4	5	5	4	3	3	4	5	4	5	5	3	4	3	3	5	65
10	4	5	5	4	4	2	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	62
11	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	54
12	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	65
13	3	4	2	4	3	1	2	4	4	5	4	4	4	3	3	4	54
14	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	63
15	3	2	4	4	2	4	5	4	2	5	3	3	4	3	1	5	54
16	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	2	2	4	55
17	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	56
18	4	5	5	4	3	3	4	5	4	5	5	3	4	3	3	5	65
19	4	5	5	4	4	2	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	62
20	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	54
21	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	65
22	3	4	2	4	3	1	2	4	4	5	4	4	4	3	3	4	54
23	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	63
24	3	2	4	4	2	4	5	4	2	5	3	3	4	3	1	5	54
25	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	2	2	4	55
26	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	56
27	4	5	5	4	3	3	4	5	4	5	5	3	4	5	5	5	69
28	4	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	3	4	3	3	5	66
29	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	3	3	5	69
30	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	75
Varianza	0.17	0.83	0.79	0.12	0.57	0.88	0.75	0.30	0.37	0.26	0.41	0.40	0.42	0.74	1.20	0.84	35.65
Suma_var	9.04																

Leyenda 1 :menor calificación
5 : mayor calificación

k (ITEM) 16
N 30
r-Alpha de Cronbach **0.80**

COEFICIENTE CORRELACION CRONBACH	
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Media
0,21 a 0,40	Baja
0 a 0,20	Muy Baja