

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**Diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores
del distrito de Tumbes, mayo, 2023.**

TESIS:

Para optar el título profesional de licenciada en Ciencias de la
Comunicación

AUTORA:

Br. Yanela Isavel García León

Tumbes, 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**Diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores
del distrito de Tumbes, mayo, 2023.**

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Barrientos Farias Wilfredo (presidente):

Mgtr. Mogollón Medina José Martín (secretario):

Mgtr. Arburu Castañeda Mario Fernando (vocal):

Tumbes, 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**Diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores
del distrito de Tumbes, mayo, 2023.**

**Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido
y forma.**

Br. García León Yanela Isavel (Autora)

Dr. La Rosa Feijoo Oscar Calixto (Asesor)

Mgr. Arroyo Coico Ruperto (Coasesor)

Tumbes, 2023

Copia de acta de sustentación

“AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO”

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Tumbes, a los 28 días del mes de agosto del 2023, siendo las once horas, en el auditorio de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tumbes, se reunieron el jurado calificador de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes, designado por RESOLUCIÓN DECANAL N° 162-2023/UNTUMBES-FACSO-D.; presidente: Dr. Wilfredo Barrientos Farías. Secretario: Mg. Martín Mogollón Medina. Vocal: Mgtr. Mario Arbulú Castañeda. Accesitario: Mgtr. Cristhiam Jacob Hidalgo Sandoval. Reconociendo en la misma resolución además al Dr. Oscar Calixto La Rosa Feijoo, como asesor y como coasesor al Mg. Ruperto Arroyo Coico, se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis titulada: “DIARIOS SENSACIONALISTAS Y PERCEPCIÓN DEL MORBO EN LOS LECTORES DEL DISTRITO DE TUMBES, MAYO, 2023”; para optar el Título Profesional de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, presentado por el (la) **Estudiante/Br. Yanela Isavel García León**.

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas, por parte del (la) sustentante y después de la deliberación, el jurado según el artículo N°65 del Reglamento de Tesis para pregrado y postgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara al (a la) **estudiante/Br. Yanela Isavel García León**, aprobada, con calificativo de **(18)** dieciocho.

Se hace conocer al (a la) sustentante, que deberá levantar las observaciones finales hechas al informe final de tesis, que el jurado le indica.

En consecuencia, queda **APTA** para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de Licenciada de Ciencias de la Comunicación, de conformidad con lo estipulado en la ley universitaria N° 30220, el estatuto, reglamento general, reglamento general de grados y títulos, y reglamento de tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las doce del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 28 de agosto del 2023

 Dr. Wilfredo Barrientos Farías. D.N.I. N° 06698660 Código ORCID: 0000-0001-7155-9408 Presidente del Jurado	 Mg. Martín Mogollón Medina. D.N.I. N° 43849098 Código ORCID: 0000-0002-5694-0339 Secretario
 Mg. Mario Arbulú Castañeda. D.N.I. 41650620 Código ORCID: 0000-0003-2754-6129 Vocal	

Informe de originalidad. Resumen.

Diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Submitted on 1691504929545 Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Submitted on 1689697265956 Trabajo del estudiante	<1%
9	en.calameo.com Fuente de Internet	

		<1 %
10	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO Trabajo del estudiante	<1 %
12	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.undac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú Trabajo del estudiante	<1 %
15	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Perú Trabajo del estudiante	<1 %
16	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	repositorio.unal.edu.co Fuente de Internet	<1 %
19	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



20	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	repositorio.upec.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.bausate.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
24	Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador Trabajo del estudiante	<1 %
25	Submitted to Universidad Catolica de Trujillo Trabajo del estudiante	<1 %
26	lamenteesmaravillosa.com Fuente de Internet	<1 %
27	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
28	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
29	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
30	www.pollux-fid.de Fuente de Internet	<1 %
31	1library.co	

Fuente de Internet

<1 %

32 archive.org
Fuente de Internet

<1 %

33 portal.amelica.org
Fuente de Internet

<1 %

34 revistas.unjbg.edu.pe
Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía Activo



Dr. Oscar Calixto La Rosa Feijoo.
DNI. 00230120
Orcid. 0000-0003-2262-1003
Asesor.

DEDICATORIA:

En memoria de mi padre, Erick, quien me enseñó a nunca rendirme ante la adversidad. Siempre permanecerás conmigo.

A mi madre, María, por ser mi fuente de apoyo incondicional y la principal promotora para hacer realidad mis sueños. Te amo con todo mi corazón.

A mis hermanos, Jonathan y Bianca, por creer en mí y estar a mi lado en los momentos más difíciles. Son mi inspiración.

Esta primera meta es dedicada a ustedes.

Yanela Isavel

AGRADECIMIENTO:

Mi gratitud por la asesoría al Dr. Oscar Calixto La Rosa Feijoo, por impartirme sus conocimientos, por su paciencia y contribución en este trabajo de investigación. Además, agradezco a mis padres y hermanos por su apoyo económico y emocional de principio a fin.

A los docentes de la escuela profesional de Ciencias de la comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes, por sus enseñanzas a lo largo de mi formación académica.

Finalmente, a quienes colaboraron activamente y brindaron las facilidades en la resolución del cuestionario y recojo de información. Sin su ayuda no hubiera sido posible.

La Autora.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Carátula y primera página	i
Carátula firmada por el jurado	ii
Carátula de originalidad	iii
Copia de acta de sustentación	iv
Informe de originalidad. Resumen.	v
Dedicatoria	x
Agradecimiento	x
Índice general	xi
Índice de tablas	xii
Índice de figuras	xiv
Índice de anexos	xv
Resumen	xvi
Abstract	xvii
I. Introducción	18
II. Revisión de literatura	23
III. Métodos y materiales	38
IV. Resultados y discusión	45
V. Conclusiones	58
VI. Recomendaciones	61
VII. Referencias bibliográficas	65
Anexos	67

ÍNDICE DE TABLAS

		<i>Pág.</i>
Tabla 1:	Operacionalización de variables.	39
Tabla 2:	Población, ciudadanos del distrito de Tumbes.	41
Tabla 3:	Distribución de la muestra de estudio, lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.	42
Tabla 4:	Relación entre las variables diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.	45
Tabla 5:	Prueba estadística “ <i>r</i> ” de Pearson de las variables diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.	46
Tabla 6:	Relación entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos.	46
Tabla 7:	Correlación mediante la prueba estadística “ <i>r</i> ” de Pearson de la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos.	47
Tabla 8:	Relación entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos ocultos.	48
Tabla 9:	Prueba estadística “ <i>r</i> ” de Pearson de la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos ocultos.	49
Tabla 10:	Relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista.	49

Tabla 11:	Correlación mediante la prueba estadística “r” de Pearson de la variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista.	50
Tabla 12:	Relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística.	51
Tabla 13:	Prueba estadística “r” de Pearson de la variable percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística.	52
Tabla 14:	Relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas.	53
Tabla 15:	Correlación mediante la prueba estadística “r” de Pearson de la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas.	54
Tabla 16:	Prueba de hipótesis de relación entre los diarios sensacionalistas y la percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.	55

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1: Distribución porcentual de la relación entre diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.	46
Figura 2: Distribución porcentual de la relación entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos.	47
Figura 3: Distribución porcentual de la relación entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos ocultos.	48
Figura 4: Distribución porcentual de la relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista.	50
Figura 5: Distribución porcentual de la relación entre variable percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística.	52
Figura 6: Distribución porcentual de la relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas.	53

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1: Matriz de consistencia de la investigación diarios sensacionalistas y percepción del morbo.	68
Anexo 2: Instrumento de investigación aplicado a los lectores del distrito de Tumbes para la recopilación de datos.	71
Anexo 3: Constancia de validación del instrumento de investigación por el “Juicio de expertos”.	74
Anexo 4: Resultado de confiabilidad del instrumento de investigación mediante el coeficiente Alfa de Cronbach.	76
Anexo 6: Registro fotográfico del recojo de información.	77
Anexo 7: Principales diarios sensacionalistas que circulan en el distrito de Tumbes, mayo, 2023.	80

RESUMEN

La investigación intitulada “Diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023”, tuvo como finalidad encontrar la relación existente entre las variables de estudio; asimismo, identificar la problemática relacionada a la falta de rigor y objetividad en la información que difunden los medios escritos de la región; el cual despierta emoción e interés en el lector, pues el contenido sangriento (violencia, muertes, accidentes de tránsito, delincuencia, entre otros) cobra mayor protagonismo en las portadas, como el pan de cada día. Por ello, el estudio tuvo como objetivo: “Establecer el nivel de relación entre diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023”. Investigación de enfoque cuantitativa; de tipo descriptiva, según su finalidad es aplicada, de diseño No experimental; de acuerdo a su alcance es correlacional, de corte transversal; prospectivo. Se utilizó como instrumento el cuestionario, que fue aplicado a 97 ciudadanos lectores del distrito de Tumbes, entre las edades de 30 a 39 años. Para comprobar las hipótesis de investigación se trabajó con la prueba estadística “r” de Pearson, que permitió medir el nivel de significancia y correlación entre las variables. Se calculó el tamaño de la muestra mediante una fórmula estadística y se utilizó el muestro incidental, no probabilístico. Los resultados señalaron que, de la muestra total, el 47% de los lectores perciben un nivel “Regular” de relación entre las variables de estudio; asimismo, el 28% lo consideran como “Bajo” y el 25% se encuentra en un nivel “Alto”. Se concluye que, el nivel de asociación de las variables es “Regular”. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación. H_i: Existe relación directa entre diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023, y se rechaza la hipótesis nula.

Palabras claves: diarios sensacionalistas, percepción del morbo, estilo sensacionalista, características de los diarios sensacionalistas, criterios en la construcción periodística, contenidos negativos, contenidos ocultos.

ABSTRACT

The research entitled "Sensationalist newspapers and perception of morbidity in readers from the district of Tumbes, May, 2023", had the purpose of finding the relationship between the study variables; likewise, to identify the problem related to the lack of rigor and objectivity in the information disseminated by the written media in the region; which arouses emotion and interest in the reader, since the bloody content (violence, deaths, traffic accidents, crime, among others) takes on greater prominence on the covers, like daily bread. Therefore, the study had as objective: "To establish the level of relationship between sensationalist newspapers and perception of morbidity in readers of the district of Tumbes, May, 2023". Quantitative focus research; of a descriptive type, according to its purpose it is applied, of a non-experimental design; according to its scope it is correlational, cross-sectional; prospective. The questionnaire was used as an instrument, which was applied to 97 reading citizens of the district of Tumbes, between the ages of 30 to 39 years. To verify the research hypotheses, we worked with Pearson's "r" statistical test, which allowed us to measure the level of significance and correlation between the variables. The sample size was calculated using a statistical formula and the incidental sample was used, not probabilistic. The results indicated that, of the total sample, 47% of the readers perceive a "Regular" level of relationship between the study variables; Likewise, 28% consider it as "Low" and 25% are at a "High" level. It is concluded that the level of asociación of the variables is "Regular". Therefore, the research hypothesis is accepted. Hi: There is a direct relationship between sensationalist newspapers and perception of morbidity in readers from the Tumbes district, May 2023, and the null hypothesis is rejected.

Keywords: sensationalist newspapers, perception of morbidity, sensationalist style, characteristics of sensationalist newspapers, criteria in journalistic construction, negative content, hidden content.

I. INTRODUCCIÓN

El presente estudio, surge de la observación de las variables; diarios sensacionalistas y percepción del morbo, siendo de gran importancia en todo el proceso de investigación, y que viene siendo un grave problema tanto a nivel local, nacional e internacional. De acuerdo con el Artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas (1948), reconoce que la libertad de expresión es un derecho humano esencial; asimismo, la responsabilidad ética y el compromiso social, también deben considerarse como normas principales para el ejercicio profesional del periodismo.

Por otra parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2008), la libertad de prensa y el acceso a la información contribuyen al objetivo de conceder de autonomía a los ciudadanos, facilitándoles la información de manera objetiva, oportuna y veraz; que pueda ayudarles a aclarar una concepción acertada de la realidad nacional. Sin embargo, la información es presentada bajo dos escenarios: primero, la objetiva o real; asimismo, existe también, la información adulterada o sensacionalista; lo cual provoca una serie de reacciones injustificadas en los lectores; creando el hábito de consumir contenidos inadecuados.

De este modo, la Real Academia Española (2021) define el sensacionalismo como la tendencia a causar sensaciones, emociones o impresiones a través de hechos noticiosos. Este recurso, es utilizado por diferentes medios escritos para resaltar aspectos más atrayentes de la noticia, con la intención comercial de sorprender o impactar.

En este sentido, los diarios sensacionalistas presentan contenido de violencia de género; el cual, es captado por una audiencia más amplia. Mientras que, en algunos casos esta violencia no es cuestionada; pues, canaliza un tipo de comunicación prejuiciosa, tanto es así que los hombres son presentados como “machistas”, “mujeriegos” “cholos”, “feos”, “cochinos” y “dejados”.

Por otro lado, las mujeres, son desacreditadas como “jugadorazas”, “bandidas”, “golosas” “despechadas”, y los homosexuales, vistos como “discriminados”. Todo esto ha generado dificultades en las habilidades sociales, como poco asertividad, baja autoestima y problemas en la toma de decisiones.

En el Perú, los diarios sensacionalistas mantienen un alto nivel de aceptación entre el público. Como señala Mejía (2004) los nuevos requisitos del mercado proponen que las portadas de estos se harían a partir de un estudio, es decir, basándose en el conocimiento de las necesidades del consumidor. Tales como, “El chino”, “Ajá”, “El popular”, “Trome”, entre otros diarios conocidos que mantienen un grupo de lectores muy fieles, y que además agradecen sus portadas debido a la circulación de contenidos sexuales, morbosos y violentos, que son los que más atraen la atención.

Vale decir que, dichos diarios han buscado amplificar el miedo a su audiencia; provocando en ellos desasosiego, puesto que aborda una sobrecarga informativa a través de sus notas, lo cual impide a las personas pensar con claridad y orden. De tal manera que, los usuarios son productores y consumidores de contenidos sobre bulos, rumores, o fake news que terminan convirtiéndose en noticia; siendo los datos relevantes disponibles limitados o inexistentes, replicándose miles de veces en cuestión de segundos, y así alimentando el pánico entre la población.

Por lo anterior, la Asociación Nacional de Periodistas del Perú (2020) en el marco de su código de ética, el periodista no debe recurrir al sensacionalismo u obscenidad para la elaboración de sus contenidos, tampoco usar algún tipo de discriminación por motivos de raza, ideología, sexo, religión, ni pretender desnaturalizar los criterios, falseando perversamente de su contexto para el beneficio propio o institucional.

Por su parte, Arellano (2010) realizó un estudio en Lima y tres ciudades del interior acerca de los diarios más accesibles por los peruanos, de acuerdo con la naturaleza y calidad de la información; entre ellos el diario más leído es el “Trome”, con mayor contenido sensacionalista, cuyo porcentaje de lectores es de 47.2% superior al de

“El Comercio” con un 33.6%; por lo tanto, sostiene que este resultado podría deberse al tratamiento que realizan ambos diarios al momento de informar.

Actualmente, existen tres medios escritos en la región de Tumbes, los cuales han logrado posicionarse como los más populares y leídos de la región: Hechicera, Tumbes 21, y Correo Tumbes. Estos medios escritos ya saben cómo atraer a su audiencia, y se caracterizan por su estilo, cobertura, estructura, entre otros. Sin embargo, el aspecto que comparten; es el énfasis desmedido en los temas de crímenes, muertes, desastres y lujuria, para cautivar a sus lectores y con ello, generar así más ingresos. A esta práctica se le llama: sensacionalismo, una tendencia que plantea un gran desafío para los periodistas.

Además, a raíz de la pandemia de la COVID-19, también conocida como una de las crisis sanitarias más letales del siglo XXI; estos medios han mantenido un bajo nivel de responsabilidad social al momento de informar, lejos de ofrecer objetividad; buscando atraer más lectores por medio de titulares sensacionalistas y alarmistas. Es ahí donde se establece una de las grandes fortalezas de la cultura de la desinformación. Ciertamente, la idiosincrasia del lector tumbesino es la que nos hace entender el por qué este tipo de diarios continúa en circulación y la razón de su aceptación.

Por esta razón, el sensacionalismo es la principal tendencia utilizada en los diarios del distrito de Tumbes, debido a que resaltan el morbo por medio de imágenes sangrientas de cadáveres o personas descuartizadas; pese a ello, son consumidos por sus seguidores, encontrando complacencia en la conducta.

De este modo, dada la descripción de la situación problemática, surge la principal interrogante de la investigación: ¿Cuál es el nivel de relación entre los diarios sensacionalistas y la percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023?

Igualmente, el propósito fundamental de esta investigación es generar aportes significativos que puedan tener impacto tanto en el ámbito académico, así como en la práctica profesional. Para ello, es necesario hacer un análisis de la justificación por la cual se ha desarrollado el presente estudio, considerándose lo siguiente:

La justificación teórica del estudio, se sustenta de los diversos aportes teóricos y/o bibliográficos de la variable diarios sensacionalistas; asimismo, las bases conceptuales de la variable percepción del morbo, por lo que los resultados serán de gran provecho para construir la base teórica científica y delimitación de las variables de investigación, cuyo fin es evidenciar y comprender el comportamiento de relación sobre el fenómeno estudiado.

Asimismo, se justifica de manera práctica, ya que, mediante los resultados, se permitió hallar soluciones concretas a problemas referentes a las variables de estudio, donde los comunicadores adquieran el conocimiento de las normas deontológicas a partir de la autorregulación, desempeñando su función de informar a la sociedad. Tal como señala Mejía (2018) los instrumentos de autorregulación son importantes para garantizar un comportamiento profesional homogéneo en los medios de comunicación; a menudo, vienen con una guía de estilo, que también favorece al formato. De este modo, los lectores se beneficiarían al recibir información confiable, clara y precisa, con lo cual lograrían tener un criterio mejor fundamentado.

Por otro lado, la justificación metodológica se estableció mediante la elaboración del cuestionario como instrumento de investigación, diseñado para evaluar el comportamiento de las variables; además, servirá como sustento de ayuda para las futuras investigaciones que se vinculen con las variables de este estudio.

Así mismo, la justificación social se basó en la orientación al conocimiento que deben tener los comunicadores con respecto al tratamiento de la información, es decir, tomando en cuenta nuevas perspectivas, con aportes trascendentes; evitándose la desinformación y así mantener a una sociedad con niveles de tranquilidad y bienestar, sin perjudicar el comportamiento humano.

En ese sentido, como objetivo general se planteó: Establecer el nivel de relación entre diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023; asimismo, los objetivos específicos delimitados son: “Identificar el nivel de relación entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos”; “Evaluar el nivel de relación entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos ocultos”; “Analizar el nivel de relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista”; Calificar el nivel de relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística” y “Determinar el nivel de relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas”.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

En el contexto del estudio, se seleccionaron diversos autores con base en sus teorías relacionadas con las variables Diarios sensacionalistas y percepción del morbo. Para ello, se han clasificado a nivel; internacional, nacional y local. Es importante destacar que el estudio utilizó el marco de referencia de estudios previos para analizar los resultados y así ampliar los horizontes de la investigación.

En el contexto internacional, se cita a Villamar (2019) en su investigación denominada: “Análisis del sensacionalismo en los titulares de la sección crónica roja del diario Extra y su influencia en adultos del mercado José Mascote”, [Tesis de licenciatura], Universidad de Guayaquil, Ecuador. La investigación es de enfoque cuantitativo, de diseño No experimental y de tipo descriptivo – correlacional. Se aplicó una encuesta a 109 adultos del mercado José Mascote, una entrevista a 2 directivos del diario, y observación de campo. El autor concluye que: los adultos que trabajan en el mercado José Mascote, en su mayoría, consumen el diario Extra, especialmente la sección crónica roja, el cual despierta interés en lo sangriento; muertes, violencia y asesinatos. Asimismo, los titulares a gran tamaño son los que más atraen la atención en los lectores; causando impresión y/o asombro. Por lo tanto, hacer este tipo de periodismo solo sirve para desacreditar el estilo formal de otros medios.

Igualmente, Olvera (2021) en su estudio intitulado: “Influencia Comunicacional de las Noticias difundidas por Ecuavisa durante la Emergencia Sanitaria COVID 19 y su Percepción en la Cdla. Las Acacias I, Guayaquil”, [Tesis de licenciatura], Universidad de Guayaquil. La investigación es de enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva-correlacional, de diseño No experimental. Aplicó una encuesta a 124 residentes de la Ciudadela “Las Acacias I” y entrevistó a 2 profesionales de la salud. El autor concluye que: las noticias son difundidas con falta de profesionalismo, conocimiento y credibilidad de algunos temas; asimismo, el lenguaje empleado no es el apropiado; pues, solo busca causar sensación para atraer la atención de sus lectores y provocar reacciones chocantes. Sin embargo, los moradores perciben que las noticias por internet son más creíbles y que los contenidos tiene mayor relevancia. Por lo tanto, es importante que el lector reconozca o identifique qué medios difunde información falsa; de este modo, adoptar una postura crítica y

responsable frente a los diversos contenidos que presentan las diferentes plataformas.

Asimismo, en la investigación de Zapata (2019) denominada: “Estudio Comunicológico de los contenidos Audiovisuales del Programa SÁBANAS AL AIRE de RADIO LA OTRA y su percepción en los estudiantes de octavo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil”, [Tesis de licenciatura], Universidad de Guayaquil, Ecuador. El estudio es de tipo descriptiva, de diseño No experimental - transeccional. Se llevó a cabo, una encuesta a 100 estudiantes. El autor concluye que: los jóvenes perciben que los programas radiales perjudican en la percepción del contenido, indicando que el poder de los medios puede afectar en los pensamientos o ideas de receptor. Por ende, desean que se les imparta con mayor profundidad conocimientos teóricos y prácticos para gestionar adecuadamente sus criterios frente a la comprensión de los contenidos. Por lo tanto, se puede indicar que los programas y medios sensacionalistas tiene el poder de manejar información y estos a su vez generar en los receptores pensamientos o ideas que no estén acordes a la información real.

Del mismo modo, Maldonado (2019) en su investigación: “Incidencia de los códigos visuales del programa de BOCA en BOCA y su percepción de contenidos en Madres de Familia de la comunidad Nueva Esperanza Guayaquil 2019”, [Tesis de licenciatura], Universidad de Guayaquil, Ecuador. La investigación es de tipo descriptiva, de diseño No experimental – transeccional. Se usaron técnicas cualitativas y cuantitativas. Además, se aplicó una encuesta a 45 madres de familia. El autor concluye que: los códigos visuales emitidos por el programa “De Boca en Boca” influyen de manera significativa en la percepción de contenidos y en relación con la comunicación visual, las madres consideran que se debe promover la educación a partir del contenido que difunden los medios de comunicación. Por lo tanto, la responsabilidad que deben asumir los medios siempre es importante en relación con la forma en que estos presentan la información; por lo que deben ser lo más verídicos posibles y difundir la información con precisión, pero con un filtro en el medio para controlar la intensidad del mensaje.

Además, Sarabia (2018) en su investigación: “Análisis de la mediación estructural, amarillismo y sensacionalismo en el programa de farándula de boca en boca. Caso

Toño abril 2016-2017”, [Tesis de licenciatura], Universidad Central del Ecuador. El estudio es diseño descriptivo, utilizó como instrumento el análisis documental. El autor concluye que: el programa de entretenimiento “De Boca en Boca”, solo transmite lo que hacen o dejan de hacer los famosos, con el objetivo de “Informar” a la audiencia con sus actividades, por lo que destaca la capacidad de crear sensacionalismo en las noticias, puesto que este programa hace uso de recursos para dramatizar la realidad y utiliza el lenguaje popular como aliado para despertar el interés y sentimentalismo en los televidentes. Por lo tanto, los programas de farándula o espectáculo, generalmente solo buscan poner como objeto de atención la vida íntima y los escándalos en los que se han visto envueltos los personajes públicos, a fin de solo entretener a sus lectores y crear hábitos de consumo de este tipo de medio sensacionalista.

En el contexto nacional, Rodríguez (2019) en su estudio: “La influencia del contenido de espectáculos del diario trome en la percepción de los jóvenes de la universidad Jaime Bausate y Meza, 2019”, [Trabajo de investigación], Universidad Jaime Bausate y Meza, Perú. La investigación es de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo – correlacional y de diseño No experimental. Aplicó una encuesta a 120 estudiantes. El autor concluye, que: los estudiantes mantienen una percepción negativa acerca del contenido de las noticias de espectáculos del diario Trome y que influye directamente en su comportamiento, al difundir hechos que carecen de objetividad y veracidad. Por lo tanto, el enfoque superficial al momento de presentar los temas de farándula construye una visión limitada, cerrada y engañosa de la realidad; es por ello, que las personas perciben que el contenido carece de seriedad y autenticidad en todas sus formas.

De la misma forma, Herrera (2018) en su investigación intitulada: “Preferencia de la prensa escrita chicha de Iquitos- periódico crónicas, en los pobladores del asentamiento humano Avianca en el periodo de enero – febrero 2018”, [Tesis de licenciatura], Universidad Científica del Perú, Iquitos. La investigación es de enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva, de diseño No experimental, de corte transversal. Aplicó una encuesta a 100 jefes de hogares. El autor concluye, que: la predilección hacia la prensa escrita chicha es regular, así lo dice el 55.17% de los encuestados; además, el consumo de la prensa escrita chicha de Iquitos es frecuente, con el 50%, posteriormente, el nivel de contenido chicha es de 57.5%.

Por lo tanto, esta investigación determina que en la ciudad de Iquitos existe una alta preferencia por el consumo de la prensa chicha.

Por otro lado, Pariona (2018) en su tesis intitulada: “La prensa amarilla en el Fanpage en Facebook del Diario el Hoción en relación con el morbo de los seguidores en Ayacucho – 2018”, [Tesis de licenciatura], Universidad de San Martín de Porres, Lima. La investigación es de enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, de diseño No experimental. Aplicó la técnica de observación sobre la cantidad de noticias realizadas por el Diario. El autor concluye, que: la prensa amarilla no se relaciona directamente con el morbo de los seguidores del diario “El Hoción”; además, este estilo no muestra una dependencia con el morbo de los seguidores del diario. Por lo tanto, el estilo sensacionalista que utiliza el Diario en la elaboración de sus publicaciones no está vinculada con el morbo.

Además, Paz (2019) en su estudio: “El tratamiento periodístico en los portales web de la república y el comercio en percepción de estudiantes de ciencias sociales, 2018. Casos: noticias vinculadas al terrorismo”, [Tesis de licenciatura], Universidad de San Martín de Porres, Lima. La investigación es de enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, de diseño No experimental. Aplicó una encuesta a 117 jóvenes estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNMSM. A su vez, ejecutó una ficha de observación para los medios digitales de El Comercio y La República e hizo seguimiento a ambas plataformas durante un periodo determinado. El autor concluye, que: los diarios digitales, El comercio y la República; brindan principalmente noticias relacionadas con el terrorismo, mayormente de tipo informativas, difundiéndolas en los portales web y/o redes sociales para conocer la opinión y participación de los estudiantes en estas plataformas. Por lo tanto, se puede indicar que, estos diarios pueden generar interacciones negativas en actos de ciberterrorismo en los portales web al proporcionar brindar información sobre terrorismo.

También, Pedreros (2018) en su estudio titulado: “Los titulares de la portada de Perú 21 en la percepción de la marca y la decisión de compra de los lectores de las universidades de Lima Sur”, [Tesis de maestría], Universidad de San Martín de Porres, Lima. El estudio es de enfoque mixto, de tipo correlacional, de diseño No

experimental. Aplicó una encuesta a 350 estudiantes; asimismo, recogió las opiniones de 4 expertos y realizó análisis al corpus de Perú 21, teniendo en cuenta como criterio la selección de 5 portadas por semana. De esta manera, el autor concluye, que: los titulares de la portada influyen positivamente en las percepciones de marca y decisiones de compra de los lectores universitarios; esto quiere decir que, las hipótesis mantienen una correlación altamente significativa. Por lo tanto, se puede asegurar que el uso correcto de la información en las portadas de los diarios, puede ser una herramienta importante para vender o crear pensamientos positivos o negativos sobre la información presentada.

Para el contexto local, la investigación de Rodríguez (2021) “Influencia de la prensa escrita sensacionalista en la percepción de los ciudadanos tumbesinos sobre la inseguridad ciudadana, 2019”, [Tesis de licenciatura], Universidad Nacional de Tumbes. El estudio es de enfoque mixto, de diseño descriptivo y No experimental. Aplicó una encuesta a 73 personas. La autora concluye, que: El 70% de los ciudadanos del distrito de Tumbes; perciben que, las noticias transmitidas por los medios escritos inciden en la inseguridad ciudadana; sin embargo, el 30% de lectores no lo percibe así. Asimismo, el 89% de los lectores está de acuerdo en que dichos medios ofrecen contenido altamente sensacionalista, como también muestra en sus portadas fotografías impactantes con colores llamativos y uso de replana o jerga, el cual es consumido por sus seguidores. Por lo tanto, la percepción de los ciudadanos sobre la prensa local, es el manejo de jergas (82%); la utilización de colores llamativos y tipografía a gran tamaño (73%); difusión de imágenes sangrientas en las portadas (69%) y el bajo precio (51%).

El marco teórico es el pilar principal de la investigación, el cual contiene varios recursos conceptuales que se relacionan entre sí; además, teorías que sustentan las variables “Diarios sensacionalistas” y “Percepción del morbo”, y las que se describen a continuación para una mejor comprensión de la literatura.

Los medios de comunicación. Según Idrovo (2020) señala que los medios de comunicación, son consideradas como herramientas fundamentales para el progreso social y que permite mantener a las personas en constante actualización sobre los eventos que suceden en el entorno, como un instrumento mediante el cual aprueba que un mayor número de personas puedan comunicarse, a través de

diferentes técnicas y canales, todos estos tienen una influencia en las conductas de las personas; si es que son utilizados de manera positiva, pueden transmitir y fomentar una cultura de paz y de armonía social. Sin embargo, al no ser así, podrían generar un sentimiento de agresión, de corrupción, consumo de drogas y sustancias peligrosas, las que afectan negativamente al comportamiento social y el desarrollo de los individuos.

Tipos de medios de comunicación. Como señala Thompson (2006) los medios masivos; como la televisión, la radio, los periódicos, la Internet y el cine tienen un mayor alcance de la audiencia en un momento dado; a diferencia de los medios auxiliares que llegan a un menor número de personas, como es la publicidad exterior, la publicidad interior y la publicidad directa. Asimismo, indica que los medios alternativos son nuevos modelos de promoción de productos y que algunos suelen ser innovadoras y otras ordinarias.

Para una buena comprensión de la variable de estudio, es necesario definir la terminología que conforma la prensa sensacionalista:

La prensa escrita. Es denominada un negocio que se rige por periodos y que estos vienen sufriendo recaídas debido a la transformación digital, pues se sostiene de la publicidad, debido a que ningún medio de comunicación podría surgir sin realizar esta (Vidal, 2016).

Desde el punto de vista, De Esteban (2009) la prensa escrita estaría a punto de desaparecer debido a las ventajas que presenta la era digital, y que para garantizar su subsistencia requiere solo de tres condiciones; primero debe adecuarse a la nueva era; como segundo, indagar nuevas fórmulas transformadoras de financiación y por último que se integre con una sección digital.

El Sensacionalismo. Para Casa y Osorio (2017) el sensacionalismo es definido como un término periodístico peyorativo, ya que manipula la información para provocar sentimientos o emociones; lo cual es una forma de suscitar polémica y atraer la atención de la audiencia. De esta manera, los autores afirman que este tipo de prensa busca mantener constante emoción en el público. Por su parte, Pariona (2018) refiere que, el sensacionalismo, ya sea expresada en la prensa

escrita, televisión, radio, internet o redes sociales; es un contenido que muestra una serie de imágenes o publicaciones que infringen ciertos derechos.

Diario sensacionalista.

Una de sus principales formas de expresión; son los diarios sensacionalistas, que son definidos por Mejía (2011) y que están dirigidos a las clases populares. Estos contienen un lenguaje y una temática morbosa, calificada como de mal gusto y poco estética, se relaciona además con el fenómeno de la migración interna, fuente de información de las masas procedentes de provincias.

La Problemática de la prensa sensacionalista. El concepto es definido por López (2008) en el cual expone, que este tipo de prensa destaca mucho más el contenido de tipo sexual o erótico. Como medio pretende convertir todo lo cotidiano, en un espectáculo para que el lector consuma su contenido; además, presenta imágenes que transmiten violencia hacia la mujer, en primera plana y con sus portadas coloridas. La actitud frente a este tipo de prensa en diversos sectores de la población, en su mayoría jóvenes de sectores pobres, no es pasiva, más bien actúan dando a conocer su repercusión a este tipo de prensa y, demandan calidad en la información.

Al respecto, Berti (2010) manifiesta, que el sensacionalismo ha traspasado fronteras y ha logrado un amplio desarrollo, ubicándose tanto en la prensa seria como en la radio y la televisión, diferente a lo que se piensa, ya que es aceptada por el tipo de lector menos instruido y de sectores socioeconómicos considerados como “marginales”. La prensa sensacionalista mantiene un nivel predominante de contenido “lúdico”, mientras que la prensa “tradicional” separa su contenido de diversión a las secciones misceláneas y de humor.

Dimensiones de los diarios sensacionalistas.

Según Casa y Osorio (2017) definen las siguientes dimensiones, las mismas que serán mencionadas en este estudio. El estilo sensacionalista, que suele dramatizar, manipular y exagerar el contenido de la noticia, haciendo uso de adjetivos prejuiciosos y presentando en sus portadas; imágenes con crudeza y agresividad. Para ello, el autor desglosa los siguientes estilos como es la

dramatización de la noticia, la cual narra los hechos de forma melodramática; con la finalidad de provocar reacciones que extiendan lo únicamente informativo. Asimismo, los calificativos prejuiciosos que presentan en la construcción de la noticia (estereotipos sexistas) que son los principales causantes y que ejercen mayor influencia en los lectores.

Igualmente, las fotografías de tragedias que muestran en primera plana como accidentes, muertes, ajustes de cuentas, entre otros; a fin de lucrar con el dolor ajeno. Por otra parte, los criterios en la construcción periodística; en su mayoría, las fuentes de información no son fidedignas y los términos que emplean son inapropiados para la redacción. De esta manera, se consideran los siguientes criterios. El manejo de fuentes en donde la estructura de la noticia presenta mayor subjetividad, no se analiza ni profundiza la trascendencia de los hechos y más aún sus fuentes carecen de valor. En los términos para la redacción hacen uso de replana (jerga), palabras con doble sentido o neologismos para causar empatía e identificación; dirigido a sectores populares, pese a que la gran mayoría le parezca vulgar consigue una recepción insuperable.

Por consiguiente, los mismos autores consideran las siguientes características de la prensa sensacionalista. Como primero, el vedetismo, que usualmente son contenidos de mujeres semidesnudas en poses eróticas para que resulte muy atractivo y capte la atención del consumidor. Asimismo, el precio bajo para cualquiera que pueda adquirir este medio impreso y solo así asegurar su subsistencia únicamente con la venta de sus ejemplares. Además, el color llamativo de la tipografía es muy peculiar con el propósito de que el lector logre reconocerlo, normalmente en las portadas se evidencia el melodrama textual; produciendo impacto por el gran tamaño.

Definiciones y teorías de los medios masivos.

Teoría del Encuadre o Framing

El desarrollo de la teoría del encuadre o Framing explica que la objetividad es difícil de lograr para los periodistas. Aunque el periodista pretenderá ser objetivo al informar de lo que sucede, siempre “enmarcará” la realidad y dará su punto de vista.

Si es cierto que la objetividad no existe (y eso es lo que explica la teoría), los periodistas deben diseñar sus mensajes con la mayor objetividad posible. En otras

palabras, debe trabajar con un enfoque amplio que le permita retener los hechos tal y como sucedieron.

Al aplicar el Framing al periodismo, tratamos de resaltar los puntos que los periodistas consideran importante conocer. A veces, estos puntos pueden ser invisibles para la audiencia, pero se vuelven visibles después que se interpreta el mensaje.

El Framing en los medios de comunicación, es un fenómeno estudiado durante las últimas cuatro décadas, mediante el cual se intenta explicar el proceder de la prensa y la información que se transmite, con el objetivo de informar y dar explicación a la realidad (Bustamante, 2017).

Teoría de la aguja hipodérmica o modelo hipodérmico.

La presente investigación está vinculada a "La teoría de la aguja hipodérmica", porque permite comprender el impacto que puede ejercer la manera de presentar las noticias y las posibles consecuencias de la reacción del público. Desde este punto de vista, Boni (2008) apoya con rigor esta teoría de resaltar las intenciones inmorales de los medios:

Las audiencias de los medios y el impacto de los medios sobre ellos (y sobre la sociedad en general), son estos dos aspectos siempre centrales para el estudio de la comunicación de masas, que generalmente se encuentran enlazados. Según la teoría imperante en un determinado momento o en un contexto cultural. Muestra que los medios de comunicación se van insertando lentamente, como una aguja hipodérmica, en una masa individual invisible e indistinta que controla su comportamiento y decisiones; o como agente de propaganda y persuasión, su eficacia es, quizás, "limitada" por la intervención de los líderes de opinión (p. 205).

Esta teoría señala la influencia de los medios en el comportamiento y/o percepción del receptor, encontrando un estímulo en el mensaje presentado.

Indicadores de los diarios sensacionalistas.

Dramatización en la noticia. El sensacionalismo se identifica por poseer una tendencia a dramatizar y exagerar la información e incluso alterar la realidad para cautivar grandes audiencias mediante la difusión de información impactante y controvertida que llame la atención. Con esto lo que se logra es apelar las ansias y avivar las emociones pasionales del lector. El principal reto para la prensa de Tumbes es evadir este tipo de dramatización en los contenidos e información; sin embargo, es una forma común de redactar las noticias. Esto significa, narrar los hechos estableciendo una curva de atención más ascendente y estable, en la que no solo se puede atraer al lector, sino atraparlo.

Calificativos prejuiciosos. El desarrollo del periodismo involucra acciones de profundidad, enmarcadas en la comprensión de otros lenguajes hablados o escritos que permitan convertirlos en narrativas adecuadas, transmitiendo una sensación de facilitación a los lectores, siempre que presenten un comportamiento sensible de ciertas historias. Por su parte, Vega (2016) tales noticias destacan titulares distorsionados, uso frecuente de lenguaje violento y perjudicial, falta de respeto a los principios morales, uso de la desnudez femenina y selección de sujetos patológicos de las noticias que involucran a funcionarios públicos.

Imágenes de tragedias. Una de las preocupaciones éticas más constantes en los medios audiovisuales es establecer qué se debe mostrar y qué se debe proteger en las imágenes que muestran hechos trágicos, como accidentes, suicidios, actos de violencia, entre otros. En estos casos, es difícil descifrar el papel que ciertas imágenes explícitas que, además de informativas, guardan relación con los efectos repugnantes o sensacionalistas (Alcalá, et al., 2009).

Manejo de fuentes. La fuente no es solo el origen de la información y la garantía de su confiabilidad, sino que también se convierte en el eje de la narración periodística. Los acontecimientos son una especialidad en el periodismo que se enfoca en información sobre crímenes, accidentes, desastres y eventos que intrigan y sorprenden. La fuente es fundamental y define no solo al experto sino a los medios de comunicación con los que trabaja o colabora, pues mientras mejores fuentes disponibles, mejor excelencia en la información (Rodríguez, 2016, pp. 2-3).

Términos para la redacción. Los términos que se usen en el relato de una noticia deben ser claros, precisos y concisos, centrarse en lo que de verdad importa: el acontecimiento. Se debe evitar ser ambiguos, escribir de forma abstracta y utilizar varios adjetivos calificativos. El propósito de las noticias es informar eventos de manera oportuna, sin exageraciones ni adornos (IE Periodismo y Comunicación, 2018).

Precio. Estos diarios mantienen precios bajos para atraer a una audiencia masiva, y para seguir subsistiendo deben aceptar cualquier tipo de publicidad, incluida la sexual; y sobrevivir solo con las ventas del día. Mientras que, los diarios de circulación nacional generan mayor publicidad debido a que cuentan con respaldo financiero estable (Rodríguez, 2021).

Color tipográfico. En los diarios sensacionalistas se destaca la tipografía a gran tamaño, precisamente en los titulares que son los más atractivos y de colores enormemente saturados, principalmente rojo y amarillo. De acuerdo con Isin, et al., (2018) el color tipográfico es el complemento de la imagen en el diseño, cada letra, número o marca denominativa en sí misma es un componente gráfico que le da elegancia al conjunto.

Vedetismo. Como expresa Rodríguez (2021) es evidente que el vedetismo acapara las portadas de los diarios denominados “chicha” en donde se muestran fotografías de mujeres con prendas pequeñas y poses eróticas; además, aumenta su fama al dedicar más páginas a los escándalos que ellas mismas protagonizan.

Diarios sensacionalistas en Tumbes.

Según Rodríguez (2021) Los diarios sensacionalistas en la ciudad de Tumbes, como Hechicera, Tumbes 21 y Correo Tumbes, actualmente son la principal tendencia en presentar imágenes de violencia, crímenes y delincuencia. Estos a su vez se aprovechan para atraer más lectores y generar ganancias; exponiendo contenidos orientados a la inseguridad ciudadana, siendo unos de los mayores problemas a los que se enfrenta la ciudadanía.

Además, como señala la autora, estos diarios se han convertido en los favoritos de la región, los cuales se describen de la siguiente manera: el diario Hechicera. Es

uno de los medios escritos más populares y con mayor acogida, eso debido a que interactúa con su audiencia y los compensa por su fidelidad. El sensacionalismo es visible no sólo en su edición impresa, sino también en digital, donde presenta una sección con contenido dirigido a un público mayor de edad, llamada *Hot zone* (Zona Picante). Además, para resaltar los titulares, usan colores imponentes y presentan imágenes fuertes en primera plana. De modo que, podría vulnerar la susceptibilidad de las personas, sin limitación alguna.

Por otra parte, el diario Tumbes 21. Es el tipo de prensa que se encarga de ofrecer información a la población a través de sus variadas secciones como: política, opinión, deportes, arte, entretenimiento y demás. Bajo su slogan “Hecho por tumbesinos”, es uno de los principales diarios, pues recoge las noticias más resaltantes del día, para luego plasmar las más chocantes en su portada, empleando así, el recurso del sensacionalismo como un modo de operación atractivo para agradar a más lectores.

Por último, el diario Correo Tumbes. Ha adoptado por este recurso de dar a conocer información amarillista y polémica a través de titulares negativos e imágenes frívolas que evidencian sensacionalismo. Si bien es cierto que, forma parte del grupo “El Comercio” y cuenta con una edición regional, la cual abarca las provincias de Tumbes, Zarumilla y Contralmirante Villar.

El Morbo.

Desde el punto de vista de muchas personas, resulta atrayente y estimula la curiosidad en el contenido que puede ser incómodo o desagradable; sin embargo, su difusión suele ir en contra de la moral. En este sentido, afirma Portocarrero (2015) que los medios de comunicación son los que satisfacen y alimentan el morbo de su público, que espera deseoso esas primicias en que la información recalca lo desagradable y lo malsano.

De esta manera, Sánchez (2022) define el morbo como la necesidad de ver, oír, oler, sentir, o interactuar con cosas socialmente prohibidas. Es el deseo de participar en él y experimentar satisfacción o placer, que disfruta romper las reglas o adentrándose en un mundo prohibido. El mismo autor señala, que otros

comportamientos también se clasifican como patológicos, es decir, cuando alguien quiere saber más sobre la vida íntima de una persona, o cuando la gente se complace viendo imágenes sangrientas o extremadamente violentas.

Contenidos negativos del morbo.

En la investigación de Pariona (2018) el morbo como tal, es una herramienta manejada por los medios masivos para aumentar significativamente sus ventas; asimismo, presentan contenido de dudosa procedencia que solo busca exacerbar impresión en el público. En ese sentido, como sostiene Fernández, et al. (2018) el significado del morbo varía según el contexto, refiriéndose a lo negativo y lo oculto. Los actos sexuales solo serían morbosos mientras sean violentos o que estén ocultas, en cambio los acontecimientos de violencia son en su mayoría siempre morbosos o son vistas como morbo. También señalan que, otros autores aluden a la morbosa curiosidad por el interés de los museos que se relacionan a las guerras, las torturas, la violencia política o la represión.

También, Torrico (2014) indica que el morbo representa un conjunto de factores comúnmente utilizados en los casos de homicidio, hurto, suicidio, asalto, violación, vandalismo, uso de armas de fuego, agresión, entre otros. Igualmente, a cualquier tipo de accidentes, muerte natural, hallazgo de cadáver, secuestro, tentativa de robo o homicidio frustrado, amoríos ocultos o abuso de poder y demás. Con el principal objetivo de atraer a un público más amplio (p. 5).

Accidentes de tránsito. Como expresa Almuiña y Antón (2011) otra herramienta utilizada por los medios es recurrir a este tipo de información sensacional, la cual presenta contenido altamente explícito. Claramente se refieren claramente a la realidad y muestran más sociabilidad. Mientras tanto, el enfoque en la negatividad, el sensacionalismo, la violencia y el sexo, incluso en periódicos de calidad, satisface las narrativas que también se conoce de la cobertura de accidentes, desastres, crímenes y catástrofes.

Asimismo, para Muñoz (2018) los medios deben trabajar en un marco que respete la intimidad y el honor de las personas, víctimas de accidentes; más aún cuando reciben la atención de los medios. Más allá de ser un homenaje a la víctima, que

en todo caso estaría reservado a su entorno más íntimo, es un hecho que favorece a la banalización y a la construcción de prejuicios hacia las víctimas de accidentes.

Muertes violentas. Según Gallego, et al. (2016) señala que el sensacionalismo es un problema evidente en los medios y que esto repercute en la sociedad actual. Por su parte, el público recibe imágenes impactantes y escalofriantes de muertes diarias (suicidios, accidentes de tránsito, feminicidios, entre otros.) en primera plana, convirtiendo el dolor ajeno en espectáculo para vender más y generar ingresos.

A su vez, la continuidad y la secuencialidad de los casos abiertos de muertes es lo que ha mantenido a los consumidores interesados durante mucho tiempo. Asimismo, las tácticas de narrativas que emplean los redactores son principales para transformar una muerte en un drama social. Como también, el gancho de las noticias sensacionalistas se da mediante la exhibición de cadáveres e imágenes crudas.

Contenidos ocultos del morbo.

Según Lema (2011) define el contenido oculto como la exhibición de imágenes sin censura que transgreden la dignidad humana, o los temas estrechamente vinculados con la pornografía o la privacidad.

Pornografía. El sexo es un elemento frecuente en los medios de hoy. Por un lado, la intimidad y el cuerpo humano que éste envuelve; se muestran al espectador con mayor crueldad, como si fueran una mercancía más. Por otro lado, los contenidos pornográficos, ya sea difundido de manera directa o subliminal, distorsiona la visión de la sexualidad incansablemente. Compensar los gustos de los consumidores sin el mínimo compromiso y responsabilidad son los vitales argumentos de quienes vienen llenando los medios de contenidos basura (Camacho y Córdova, 2008).

De acuerdo con Bitar (2021) los medios de comunicación, especialmente, las redes sociales difunden cada vez más contenidos con exuberantes pasajes de texto cuyas provocaciones argumentan de manera pornográfica, desvergonzada e íntima hasta el punto del escándalo.

Imágenes sin censura. En algunos casos, los medios tienden a exponer imágenes que se perciben como socialmente poderosas, pero sin censura, esto con el propósito de captar la atención del público en general. A esto, el Consejo Nacional de Televisión (2015) señala que, las imágenes dolorosas generalmente no ofenden ni molestan a la víctimas o seres queridos, quienes permiten la grabación tanto como sea posible, pero pueden inquietar a un espectador. Por lo tanto, es muy importante que los periodistas profesionales consideren los aspectos éticos y utilicen los filtros apropiados para evitar el morbo.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1. MÉTODOS

3.1.1. Hipótesis

H_i: Existe relación directa entre diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.

H₀: Existe relación inversa entre diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.

Definición conceptual de las variables

Variable 1: Diarios sensacionalistas. Para Castrillo (2014) los diarios sensacionalistas son una forma de periodismo que se enfoca en reportar eventos de estilo picaresco de acuerdo a las preferencias del público objetivo; procurando no inventar noticias falsas que desacrediten sus actividades profesionales.

Variable 2: Percepción del morbo. Según Lema (2011) define el morbo como una enfermedad moral en la que las personas asocian con su psiquismo y puede estar relacionada con problemas sociales, curiosidad, deseo y atracción por los demás con diferentes eventos, asimismo se precisa como la insalubridad de las personas ante los problemas que se presentan en su entorno.

Matriz de operacionalización de las variables

Tabla 1: Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE 1: Diarios sensacionalistas	Está referido a evaluar el tipo de contenido que difunden los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes; mediante la valoración de las dimensiones: estilo sensacionalista, criterios en la construcción periodística y características de los diarios sensacionalistas.	<p>Estilo sensacionalista</p> <p>Criterios en la construcción periodística</p> <p>Características de los diarios sensacionalistas</p>	<p>- Dramatización en la noticia.</p> <p>- Calificativos prejuiciosos.</p> <p>-Imágenes de tragedias.</p> <p>-Manejo de Fuentes.</p> <p>-Términos para la redacción.</p> <p>-Precio.</p> <p>-Color tipográfico.</p> <p>-Vedetismo.</p>	Likert (Ordinal)
VARIABLE 2: Percepción del morbo	Esta referido a conocer la percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes; teniendo en cuenta las dimensiones: contenidos negativos y contenidos ocultos.	<p>Contenidos negativos</p> <p>Contenidos ocultos</p>	<p>-Accidentes de tránsito.</p> <p>-Muertes violentas.</p> <p>-Pornografía.</p> <p>-Imágenes sin censura.</p>	

Fuente: Elaboración propia, mayo, 2023.

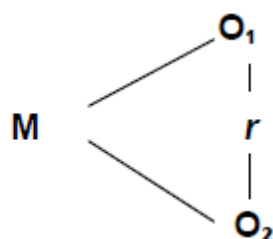
3.1.2. Tipo y diseño de la investigación

La presente investigación “Diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023”, es descriptiva básica, pura o teórica. Según su finalidad es aplicada, de enfoque cuantitativo, de diseño No experimental; y de acuerdo a su alcance es correlacional. Para Álvarez (2020) es básica, dado que la investigación está orientada en la búsqueda de un nuevo conocimiento, el cual permanece en un marco teórico, sin tomar en consideración los fines prácticos; con el único propósito de ampliar el conocimiento de una realidad concreta.

Asimismo, es aplicada porque el problema de investigación está determinado y utiliza teorías para responder a preguntas específicas y encontrar soluciones efectivas; igualmente adopta un enfoque cuantitativo en la recopilación y análisis de datos para verificar o comprobar la hipótesis de investigación, a través del uso de mediciones numéricas y análisis estadísticos, como también, es correlacional ya que se centra en esclarecer las relaciones existentes entre las variables más características, a través del uso de los coeficientes de correlación (Hernández et al., 2014).

El diseño de la investigación es No experimental, de corte transversal, prospectivo. Es No experimental porque se lleva a cabo sin la manipulación de las variables; de esta manera, el investigador no reemplaza intencionalmente las variables independientes porque los sucesos fueron observados y examinados en su contexto real y por un periodo de tiempo. Además, es de corte transversal porque los datos fueron recogidos en un momento dado (Hernández et al., 2014). De igual forma, Mejía (2017) señala que es prospectivo porque está orientado a indagar o explorar posibles efectos futuros de las variables de investigación.

Esquema:



Dónde:

M: Muestra integrada por lectores del distrito de Tumbes.

O1: Observación de los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes.

O2: Observación de la percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes.

r: Relación entre las variables de estudio **O1** y **O2**

3.1.3. Población, muestra y muestreo

Población. La población o población objetivo, es un conjunto de elementos finitos o infinitos con características comunes a partir de los cuales se pueden extraer conclusiones adecuadas (Arias, 2012).

El universo o la población del estudio sobre la cual se ha diversificado los resultados está conformado por los ciudadanos entre los 30 a 39 años de edad del distrito de Tumbes, que asciende a 23373 (INEI, 2017).

Tabla 2. *Distribución de los ciudadanos del distrito de Tumbes, 2023.*

Grupo etario	Sexo		Total
	M	F	
30-34	5838	6147	11985
35-39	5634	5754	11388
Total	11472	11901	23373

Fuente: INEI (2017).

Muestra. Según Hernández, et al. (2014) una muestra es una parte de una población o universo de la cual se recolectan datos para la investigación y que deben ser característicos de la misma.

La muestra está constituida por los ciudadanos que oscilan entre las edades de 30 a 39 años, con residencia en el distrito de Tumbes. Para ello, se aplicó la fórmula estadística, dando como resultado 378 participantes. Sin embargo, siendo la

muestra muy grande, se realizó un ajuste estadístico por conveniencia, y de esta manera, se consideró a 97 ciudadanos.

Fórmula para determinar el tamaño de la muestra:

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

Donde:

N= Tamaño de la población.

Z= Coeficiente de confiabilidad: para un 95% de confiabilidad.

Z= 1,96 \cong 2

p= Probabilidad de éxito o proporción de aciertos = 0.5

q= 1-p

Tabla 3. *Distribución de la muestra de estudio, lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.*

Grupo etario	Sexo		N° de lectores
	F	M	
30-39			
Total	48	49	97

Fuente: Elaboración propia.

Muestreo. Según Espinoza (2016) afirma que el muestreo es un método o conjunto de reglas que se utiliza para seleccionar un conjunto de elementos que componen una muestra; de esta manera, en la investigación se trabajó con el siguiente tipo de muestreo:

Muestreo No Probabilístico.

Muestreo casual o incidental. Según Requena (2014) define que el muestreo casual o incidental es no probabilístico, donde los individuos se eligen al azar, sin ningún juicio previo.

Por ello, la muestra es de 97 participantes; dado que, la investigadora lo ha considerado que así sea, por lo cual es de tipo incidental, sea el caso.

8.4. Criterios de selección

Los participantes incluidos son los que se encuentran en el rango de edad de 30 a 39 años y que pertenezcan al distrito de Tumbes. Por otro lado, se han excluido a los que no se encuentren en el rango de edad de 30 a 39 años y que no pertenezcan al distrito de Tumbes.

3.1.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

En la investigación, los datos se consiguieron mediante la técnica de la encuesta; además, se aplicó un procedimiento analítico, a partir del cual se pueden medir u observar resultados mediante una herramienta predeterminada (Hernández, et al., 2014).

De esta manera, el instrumento de investigación fue el cuestionario que se utilizó para el recojo de datos, compuesto por reactivos que se redactaron de acuerdo a las variables e indicadores medibles (Hernández, et al., 2014).

A la vez, el cuestionario estuvo compuesto por 20 ítems; igualmente, para la medición de las variables de investigación, se utilizó la escala de Likert (ordinal), porque determina una secuencia u orden de niveles que medición que expresan actitudes, según las variables de estudio.

3.1.5. Confiabilidad y validación

El instrumento de investigación fue valorado mediante un “Juicio de expertos” para determinar la validez y confiabilidad del mismo; el cual estuvo conformado por 2 profesionales, siendo uno de ellos del campo de la comunicación; además, un doctor especialista en investigación.

De igual manera, con el objetivo de medir el nivel de confiabilidad, el cuestionario fue aplicado a 97 participantes, y se trabajó mediante el programa IBM SPSS Statistics versión 22 a fin de calcular el Alfa de Cronbach; dando como resultado 0,812 sobre 20 reactivos aplicados en el cuestionario, generando coherencia y consistencia en los resultados posteriores.

3.1.6. Procedimiento de recolección de datos

El proceso de recolección de datos fue mediante el cuestionario, donde se especificó el objetivo general de la investigación; asimismo, se brindó a los participantes las respectivas instrucciones para la resolución del formulario; el mismo que se llevó a cabo de forma presencial y con una duración de 20 minutos.

Luego de recoger la información, se trasladó a la matriz de datos en el programa de Microsoft Excel para ser ordenados de manera sistemática.

3.1.7. Métodos de análisis de los datos

Recogida la información mediante el cuestionario, posteriormente se trasladaron los datos al programa Microsoft Excel de acuerdo con las dimensiones e indicadores de cada variable. También, se usaron métodos estadísticos mediante el programa IBM SPSS Statistics versión 22, empleando la base estadística “*t*” de Pearson, para comparar y proceder con la hipótesis de investigación, basada en la confiabilidad del estudio. De esta forma, los resultados se presentaron mediante figuras y tablas, para su adecuada comprensión e interpretación del comportamiento de las variables de estudio.

3.2. MATERIALES

Durante el trabajo de investigación, se utilizaron los siguientes recursos materiales como hojas bond, lapiceros, resaltadores, entre otros. Además, se adquirió del servicio de internet para todo el proceso.

Se manejó el programa IBM SPSS Statistics versión 22 para la confiabilidad de los ítems y contrastación de la hipótesis de investigación; asimismo, el programa Microsoft Excel para una adecuada sistematización de los datos e interpretación de los mismos.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS

En este apartado, se presentan los resultados de forma ordena y objetiva; de tal manera, que puedan ser interpretados mediante ilustraciones de tablas y figuras, a fin de que se relacionen con otros estudios.

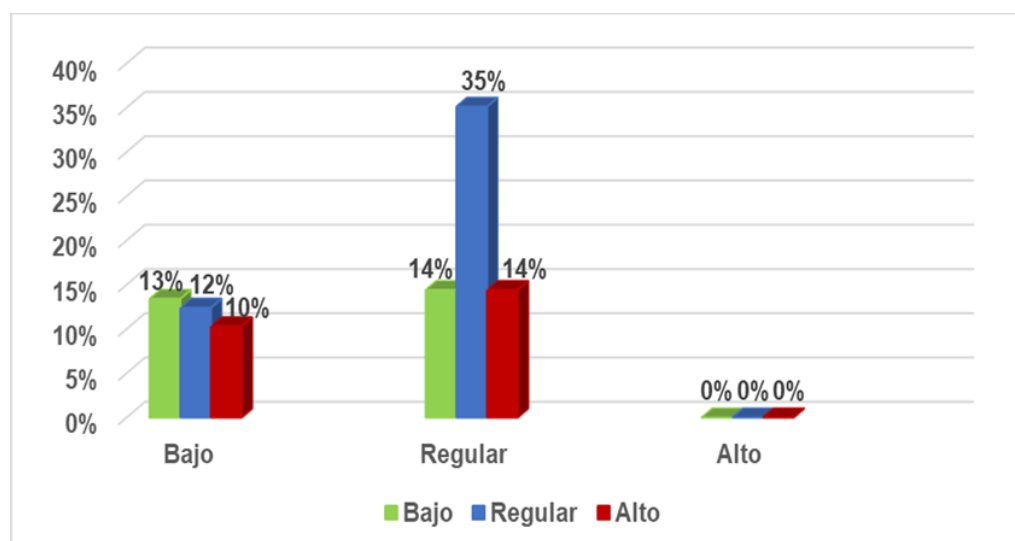
Tabla 4:

Relación entre las variables diarios sensacionalista y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.

		Variable 2: Percepción del morbo							
		Bajo		Regular		Alto		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%
Variable 1: Diarios sensacionalistas	Bajo	13	13%	14	14%	0	0%	27	28%
	Regular	12	12%	34	35%	0	0%	46	47%
	Alto	10	10%	14	14%	0	0%	24	25%
	Total	35	36%	62	64%	0	0%	97	100%

Fuente: Elaboración propia, mayo, 2023.

El cuadro 4, representa la relación de las variables de estudio que, de la muestra total, el 47% de los lectores perciben un nivel “Regular”; asimismo, el 28% lo consideran como “Bajo” y el 25% se encuentra en un nivel “Alto”.



Fuente: Cuadro 4

Figura 1: Distribución porcentual de la relación entre las variables “Diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023”.

Tabla 5:

Prueba estadística “r” de Pearson de las variables “Diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023”.

		Diarios sensacionalistas	Percepción del morbo
Diarios sensacionalistas	Correlación de Pearson	1	,621**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	97	97
Percepción del morbo	Correlación de Pearson	,621**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	97	97

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

El cuadro 5, muestra que el valor estadístico “r” de Pearson es de 0,621, asimismo esta correlación es directa. Entonces, se asegura que, en el área de estudio existe una “correlación positiva alta” entre la variable diarios sensacionalistas y la variable percepción del morbo, con un valor de Sig. (bilateral) de 0,000; por debajo del nivel establecido; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación: H_i : Existe relación directa entre los diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023; y se rechaza la hipótesis nula.

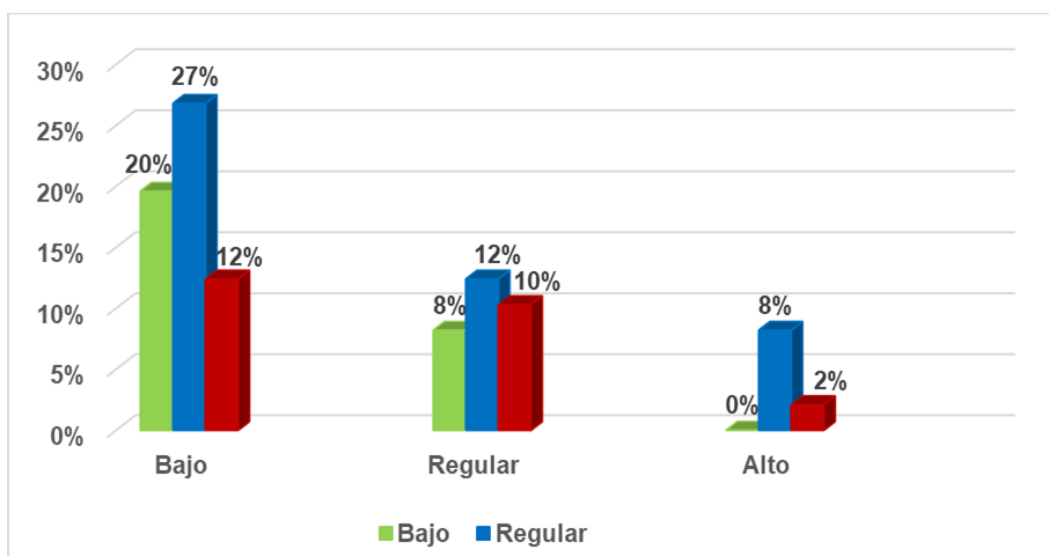
Tabla 6:

Relación entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos.

		Dimensión 4: Contenidos negativos							
		Bajo		Regular		Alto		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%
Variable 1: Diarios sensacionalistas	Bajo	19	20%	8	8%	0	0%	27	28%
	Regular	26	27%	12	12%	8	8%	46	47%
	Alto	12	12%	10	10%	2	2%	24	25%
	Total	57	59%	30	31%	10	10%	97	100%

Fuente: Elaboración propia, mayo, 2023.

En el cuadro 6, muestra la relación de la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos que, de la muestra total, el 47% de los lectores lo califican como un nivel de relación “Regular”, el 28% lo consideran como “Bajo” y el 25% se encuentra en una escala valorativa de “Alto”.



Fuente: cuadro 6

Figura 2: Distribución porcentual de la relación entre los diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos.

Tabla 7:

Prueba estadística “r” de Pearson de la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos.

		Diarios sensacionalistas	Contenidos negativos
Diarios sensacionalistas	Correlación de Pearson	1	,454**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	97	97
Contenidos negativos	Correlación de Pearson	,454**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	97	97

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

El cuadro 7, muestra que el valor estadístico “r” de Pearson es de 0,454; asimismo esta correlación es directa. Entonces, se asegura que, en el área de estudio existe una “correlación positiva moderada” entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos, con un valor de Sig. (bilateral) de 0,000; por debajo del nivel requerido; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

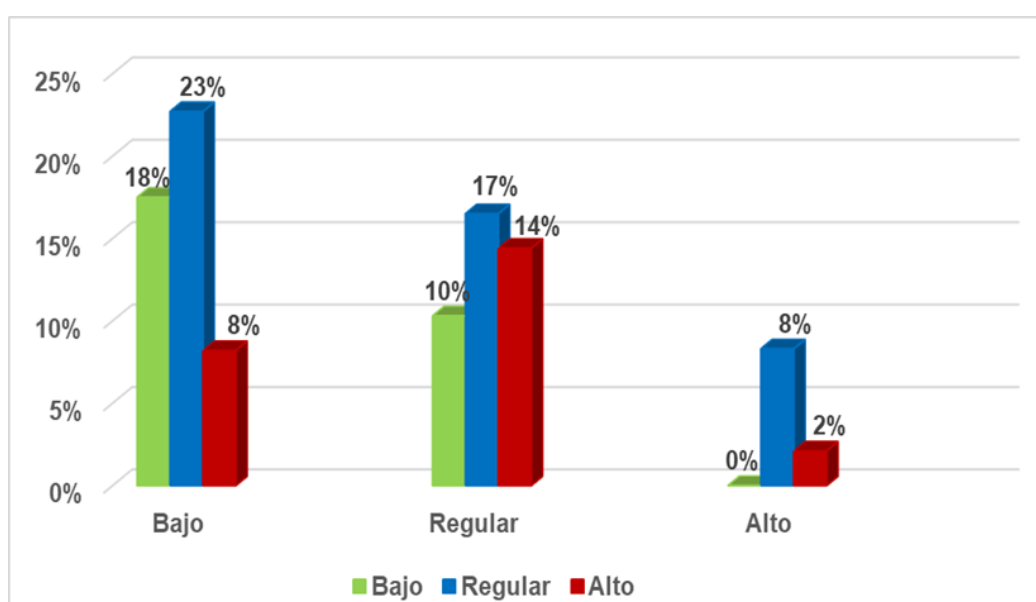
Tabla 8:

Relación entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos ocultos.

		Dimensión 5: Contenidos ocultos							
		Bajo		Regular		Alto		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%
Variable 1: Diarios sensacionalistas	Bajo	17	18%	10	10%	0	0%	27	28%
	Regular	22	23%	16	17%	8	8%	46	47%
	Alto	8	8%	14	14%	2	2%	24	25%
	Total	47	49%	40	41%	10	10%	97	100%

Fuente: Elaboración propia, mayo, 2023.

En cuadro 8, indica la relación de la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos ocultos que, de la muestra total, el 47% de los lectores lo califican como un nivel “Regular”, el 28% tienen un juicio de nivel “Bajo” y el 25% lo consideraron en una escala valorativa de “Alto”.



Fuente: cuadro 8

Figura 3: Distribución porcentual de la relación entre los diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos.

Tabla 9:

Correlación mediante la prueba estadística “r” de Pearson de la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos ocultos.

		Diarios sensacionalistas	Contenidos ocultos
Diarios sensacionalistas	Correlación de Pearson	1	,509**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	97	97
Contenidos ocultos	Correlación de Pearson	,509**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	97	97

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

El cuadro 9, muestra que el valor estadístico “r” de Pearson es de 0,509; asimismo esta correlación es directa. Entonces, se asegura que, en el área de estudio existe una “correlación positiva moderada” entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos ocultos, con un valor de Sig. (bilateral) de 0,000; por debajo del nivel requerido; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

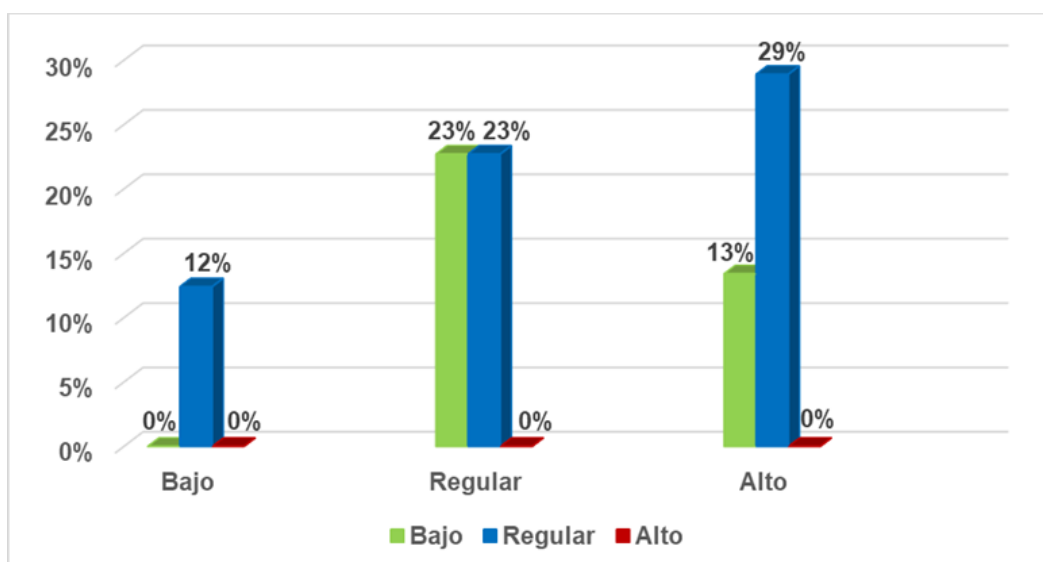
Tabla 10:

Relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista.

		Dimensión 1: Estilo sensacionalista							
		Bajo		Regular		Alto		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%
Variable 2: Percepción del morbo	Bajo	0	0%	22	23%	13	13%	35	36%
	Regular	12	12%	22	23%	28	29%	62	64%
	Alto	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Total	12	12%	44	46%	41	42%	97	100%

Fuente: Elaboración propia, mayo, 2023.

El cuadro 10, señala la relación de la variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista que, de la muestra total, el 64% de los lectores perciben como un nivel de relación “Regular”; asimismo, el 36% lo califican como “Bajo” y se muestra deficiencia en el nivel “alto”.



Fuente: Cuadro 10

Figura 4: Distribución porcentual de la relación entre variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista.

Tabla 11:

Correlación mediante la prueba estadística “r” de Pearson de la variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista.

		Percepción del morbo	Estilo sensacionalista
Percepción del morbo	Correlación de Pearson	1	,258*
	Sig. (bilateral)		.011
Estilo sensacionalista	N	97	97
	Correlación de Pearson	,258*	1
	Sig. (bilateral)	.011	
		N	97

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

El cuadro 11, muestra que el valor estadístico “r” de Pearson es de 0,258; asimismo esta correlación es directa. Entonces, se sostiene que, en el área de estudio existe una “correlación positiva baja” entre la variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista, con un valor de Sig. (bilateral) de 0,011; por debajo del nivel establecido; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

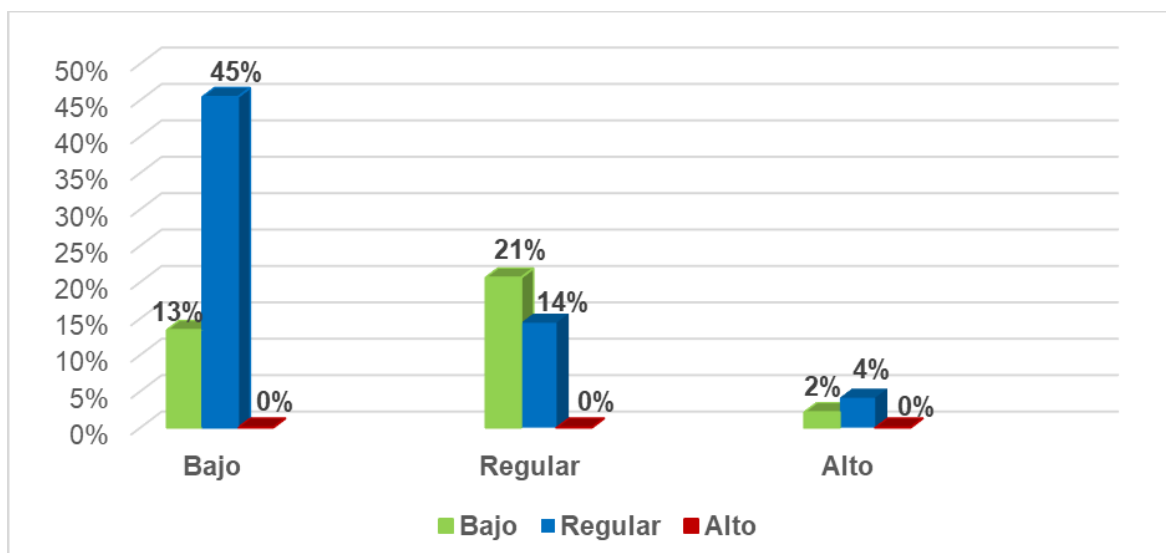
Tabla 12:

Relación entre la percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística.

		Dimensión 2: Criterios en la construcción periodística							
		Bajo		Regular		Alto		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%
Variable 2: Percepción del morbo	Bajo	13	13%	20	21%	2	2%	35	36%
	Regular	44	45%	14	14%	4	4%	62	64%
	Alto	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Total	57	59%	34	35%	6	6%	97	100%

Fuente: Elaboración propia, mayo, 2023.

Los datos que se muestran en el cuadro 12, donde la relación de la variable percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística, indican que, del total de la muestra de estudio, el 64% de los lectores lo categorizan en un nivel “Regular”, el 36% tiene una concepción de nivel “Bajo”; asimismo, se evidencia deficiencia en el nivel “Alto”.



Fuente: cuadro 12

Figura 5: Distribución porcentual de la relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística.

Tabla 13:

Prueba estadística “r” de Pearson de la variable percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística.

		Percepción del morbo	Criterios en la construcción periodística
Percepción del morbo	Correlación de Pearson	1	,312**
	Sig. (bilateral)		.002
Criterios en la construcción periodística	N	97	97
	Correlación de Pearson	,312**	1
	Sig. (bilateral)	.002	
	N	97	97

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

El cuadro 13, muestra que el valor estadístico “r” de Pearson es de 0,312; asimismo esta correlación es directa. Entonces, se sostiene que, en el área de estudio existe una “correlación positiva baja”, entre la variable percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística, con un valor de Sig. (bilateral)

de 0,002; por debajo del nivel establecido; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

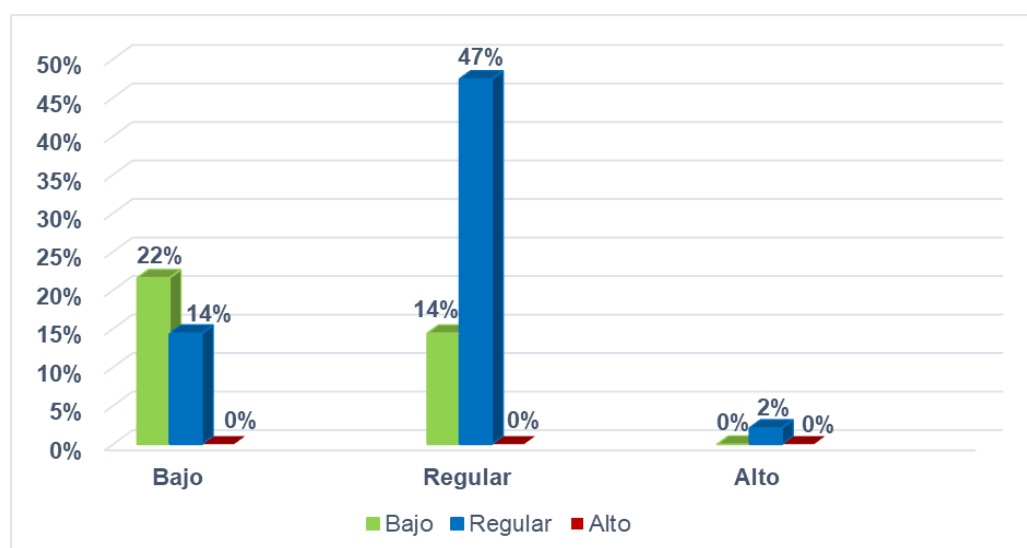
Tabla 14:

Relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas.

		Dimensión 3: Características de los diarios sensacionalistas							
		Bajo		Regular		Alto		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%
Variable 2: Percepción del morbo	Bajo	21	22%	14	14%	0	0%	35	36%
	Regular	14	14%	46	47%	2	2%	62	64%
	Alto	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Total	35	36%	60	62%	2	2%	97	100%

Fuente: Elaboración propia, mayo, 2023.

El cuadro 14, señala la relación de la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas que, del total de la muestra de estudio, el 64% de los lectores presentan un nivel de relación “Regular”, el 36% lo califican en la categoría de “Bajo”; asimismo, se evidencia deficiencia en el nivel “Alto”.



Fuente: cuadro 14

Figura 6:

Distribución porcentual de la relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas.

Tabla 15:

Correlación mediante la prueba estadística “r” de Pearson de la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas.

		Percepción del morbo	Características de los diarios sensacionalistas
Percepción del morbo	Correlación de Pearson	1	,755**
	Sig. (bilateral)		.000
Características de los diarios sensacionalistas	N	97	97
	Correlación de Pearson	,755**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	97	97

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

El cuadro 15, muestra que el valor estadístico “r” de Pearson es de 0,755; asimismo esta correlación es directa. Entonces, se sostiene que, en el área de estudio existe una “correlación altamente positiva”, entre la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas, con un valor de Sig. (bilateral) de 0,000; por debajo del nivel establecido; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 16:

Prueba de hipótesis de la relación entre las variables, diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.

		Diarios sensacionalistas	Percepción del morbo
Diarios sensacionalistas	Correlación de Pearson	1	,621**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	97	97
Percepción del morbo	Correlación de Pearson	,621**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	97	97

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

El cuadro 16, muestra que el valor estadístico “*r*” de Pearson es de 0,621, asimismo esta correlación es muy significativa. Entonces, se sostiene que, en el área de estudio existe una “correlación altamente positiva” entre la variable diarios sensacionalistas y la variable percepción del morbo, con un valor de Sig. (bilateral) de 0,000; por debajo del nivel establecido; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación: *H_i*: Existe relación directa entre los diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023; y se rechaza la hipótesis nula.

4.2 DISCUSIÓN

El estudio de investigación tiene como objetivo: “Establecer el nivel de relación entre diarios sensacionalista y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023”. Se trabajó con una muestra de 97 ciudadanos lectores, quienes fueron encuestados mediante el instrumento de investigación (cuestionario); con la finalidad de demostrar si existe relación entre ambas variables.

Los resultados del cuadro 4, indican que, de la muestra total, el 47% de los lectores perciben que la relación entre las variables de estudio se encuentra en un nivel “Regular”; asimismo, el 28% lo consideran como “Bajo” y el 25% en un nivel “Alto”, respectivamente. Dichos resultados tienen similitud con el estudio de Herrera (2018) donde hace mención que la predilección hacia la prensa escrita chicha es regular, así lo dice el 55.17% de los encuestados; además, el consumo de la prensa escrita chicha de Iquitos es frecuente, con el 50%, posteriormente, el nivel de contenido chicha es de 57.5%. Por lo tanto, al comparar los resultados, se puede señalar que no se han teniendo en cuenta los problemas sociales que se presentan a diario por la falta de control en la edición de los diarios de Tumbes.

Los resultados del cuadro 6, señalan que, del total de la muestra de estudio, el 47% de los ciudadanos lectores califican la relación entre los diarios sensacionalistas y los contenidos negativos, en un nivel “Regular”, el 28% tiene una concepción de nivel “Bajo” y el 25% se encuentra en una escala valorativa de “Alto”. Los resultados se asemejan con el marco teórico, contextualizado por Arellano (2010) pues el autor refiere que realizó un estudio en Lima y tres ciudades del interior acerca de los diarios más accesibles por los peruanos, de acuerdo con la naturaleza y calidad de la información; entre ellos el diario más leído es el “Trome”, con mayor contenido sensacionalista, cuyo porcentaje de lectores es de 47.2% superior al de “El Comercio” con un 33.6%; por lo tanto, sostiene que este resultado podría deberse al tratamiento que realizan ambos diarios al momento de informar. Por su parte, Villamar (2019) en su estudio afirma que, los lectores consumen mayormente la sección de contenido sangriento (muertes, asesinatos y violencia) el cual despierta su interés y que esto a su vez causa impresión y/o asombro. De esta manera, se

puede indicar que los diarios están teniendo baja confianza y credibilidad por parte de los lectores.

Los resultados del cuadro 8 muestran que, de la muestra total, el 47% de los lectores califican la relación entre los diarios sensacionalistas y los contenidos ocultos, en un nivel “Regular”, el 28% tienen una concepción de nivel “Bajo” y el 25% lo consideraron en una escala valorativa de “Alto”, respectivamente. En ese sentido, tales resultados guardan aproximación con el marco teórico, donde Lema (2021) asevera que los diarios sensacionalistas se relacionan estrechamente con la pornografía, mostrando imágenes sin censura y violando descaradamente la dignidad de las personas de manera pública. Por lo tanto, se observa que el contenido de los diarios viola su aspecto ético al momento de informar a sus lectores.

Los resultados del cuadro 10, refieren que, del total de la muestra de estudio, el 64% de los lectores consideran la relación entre la percepción del morbo y el estilo sensacionalista, en un nivel “Regular”; asimismo, el 36% lo califican en la categoría de nivel “Bajo”; y se evidencia deficiencia en el nivel “Alto”, respectivamente. Estos resultados tienen similitud con el estudio de Rodríguez (2021) donde refiere que el 70% de los ciudadanos del distrito de Tumbes; perciben que, las noticias transmitidas por la prensa escrita influyen en la inseguridad ciudadana; asimismo, el 89% de los lectores afirma que este tipo de prensa presenta un alto contenido sensacionalista, como también muestra en sus portadas fotografías impactantes con colores llamativos y uso de replana o jerga, el cual es consumido por el bajo precio. Por lo tanto, la percepción de los ciudadanos sobre la prensa local es el manejo de jergas (82%); la utilización de colores llamativos y tipografía a gran tamaño (73%); difusión de imágenes sangrientas en las portadas (69%) y un bajo precio (51%). Sin embargo, existe un porcentaje de lectores que no percibe a la prensa del distrito de Tumbes como sensacionalista (30%). Por lo tanto, se difunden en los diarios diversos contenidos que inducen a promover violencia y malas acciones en la población.

Los resultados del cuadro 12, indican que, de la muestra total, el 64% de los lectores consideran la relación entre la percepción del morbo y los criterios en la construcción periodística, en un nivel de relación “Regular”; el 36% lo califican como “Bajo” y se muestra deficiencia en el nivel “alto”, respectivamente. Estos hallazgos son parecidos a la investigación de Rodríguez (2019) donde señala la falta de objetividad y veracidad de la información que se presenta en los medios escritos que tal manera que influye en el comportamiento de las personas. Asimismo, en el estudio de Casa y Osorio (2017) menciona que lucrar con el dolor ajeno se ha vuelto común en los diarios de tendencia sensacionalista a fin de provocar reacciones que conlleven a desgracias. Con ello se demuestra que lejos de brindar una información adecuada, los diarios no aportan en elevar los niveles de cultura logrando confundir y aprovecharse de los lectores en el consumo de contenidos negativos.

Los resultados del cuadro 14, señalan que, del total de la muestra de estudio, el 64% de los lectores consideran la relación entre la percepción del morbo y las características de los diarios sensacionalistas, como un nivel de relación “Regular”; el 36% lo califican como “Bajo” y se muestra deficiencia en el nivel “alto”, respectivamente. Este resultado tiene una relación con los resultados que indica Paz (2019) y Rodríguez (2021) en donde manifiestan que los diarios pueden generar con sus contenidos comportamientos negativos los cuales son provocados en el contenido de sus imágenes y redacción de textos en sus publicaciones diarias, es decir que existe un poder de manipulación que puede ser utilizado en favor de alguien. Por lo tanto, se deben evitar estas acciones y brindar una información adecuada para generar un equilibrio en el comportamiento social sin afectar negativamente a los lectores.

V. CONCLUSIONES

Existe relación directa entre las variables, diarios sensacionalistas y percepción del morbo. Los resultados indicaron que, hay una “correlación altamente positiva” cuyo valor de 0,621, y con un nivel de Sig. (bilateral) de 0,000; lo cual indica que este tipo de diario influye en la percepción de los lectores del distrito de Tumbes.

La variable, diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos, se relacionan directamente. De acuerdo con los resultados, existe “correlación positiva moderada”; entre la variable y la dimensión, respectivamente; siendo los indicadores: accidentes de tránsito y muertes violentas.

Existe relación directa entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos ocultos. Conforme a los resultados, existe “correlación positiva moderada” entre la variable y la dimensión, respectivamente; siendo los indicadores: pornografía e imágenes sin censura.

La relación de la variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista criterios en la construcción periodística, es directa. Los resultados señalaron que, existe “correlación positiva baja” entre la variable y la dimensión; siendo los indicadores: dramatización en la noticia, calificativos prejuicioso e imágenes de tragedias.

La variable, percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística, se relacionan directamente. De acuerdo a los resultados, existe “correlación positiva baja” entre la variable y la dimensión; siendo los indicadores: manejo de fuentes y términos para la redacción

Existe relación directa entre la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas. Conforme a los resultados, existe “correlación positivamente alta” entre la variable y la dimensión; siendo los indicadores: precio, color tipográfico y vedetismo.

Los resultados de la prueba estadística del coeficiente correlacional “ r ” de Pearson, muestran correlación positivamente alta entre las variables de estudio; siendo el nivel de significancia de 0.000, cuyo valor es inferior al nivel establecido; por tal razón, se acepta la hipótesis de investigación: H₁: Existe relación directa entre

diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023; y se rechaza la hipótesis nula.

VI. RECOMENDACIONES

Al Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa peruana, se recomienda, optar por medidas estrictas para aquellos diarios que recurren al sensacionalismo, y así promover la autorregulación de los periodistas para el ejercicio responsable de la libre información objetiva, veraz y oportuna, en beneficio de la ciudadanía.

A los directores, redactores y editores de los medios escritos del distrito de Tumbes (Hechicera, Tumbes 21 y Diario Correo), se recomienda, realizar un correcto manejo de la información; asimismo, seguir los criterios de selección y gestión de las imágenes que se exponen en las portadas; evitando en cierto modo que se vean alteradas o grotescas.

A las universidades, se recomienda, brindar a los estudiantes de comunicación; las herramientas necesarias para que logren aplicar criterios y puedan distinguir los buenos contenidos de los que no contribuyen a la comunidad, creando filtros apropiados que permitan a las personas estar más informadas y no se vean influenciadas en el morbo.

A los futuros investigadores, este estudio ofrece nuevos espacios de búsqueda a medida que las variables cambian con el tiempo, lo que genera diferentes respuestas que valen la pena seguir investigando.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almuiña, C., y Antón, M. (2011). El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español. [Tesis de doctorado, Universidad de Valladolid]. Repositorio institucional. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/891>
- Álvarez, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales. [Nota académica, Universidad de Lima]. Repositorio institucional. <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%C3%A9mica%20%20%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%C3%B3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Arellano, M. (24 de mayo de 2010). Diarios más recordados por los peruanos, *El comercio*. <https://archivo.elcomercio.pe/economia/peru/cuales-son-diarios-mas-recordados-peruanos-noticia-484221>
- Arias, G. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica*. [Archivo PDF] https://trabajosocialudocpno.files.wordpress.com/2017/07/fidias_g-_arias-_el_proyecto_de_investigacion3a3c2b3n_6ta-_edicion3a3c2b3n1.pdf
- Asociación Nacional de Periodistas del Perú (5 de abril de 2020). Invoca respeto y responsabilidad en coberturas periodísticas. *Crónica Viva, el pueblo tiene derecho a saber la verdad*. <https://www.cronicaviva.com.pe/anp-invoca-respeto-y-responsabilidad-en-coberturas-periodisticas/>
- Berti, F. (2010). *Creación y Producción en Diseño y Comunicación*. [Archivo PDF] <https://www.palermo.edu/dyc/documentacion/creacion/pdf/creacion13/creacion&Produccion13.pdf>
- Bitar, R. (2021). La pornografía en los medios de comunicación Social (II) *Desde mi trinchera*. <https://www.desdemitrinchera.com/2021/11/29/la-pornografia-en-los-medios-de-comunicacion-social-ii/>
- Boni, F. (2008). *Teorías de los Medios de Comunicación*. Barcelona: Septem Universidad Autónoma

- Camacho y Córdova (2008) *Pornografía en los medios de comunicación*. Catholic.net.https://es.catholic.net/op/articulos/27333/cat/155/pornografia-en-los-medios-de-comunicacion.html#google_vignette
- Casa, S., y Osorio, L. (2017). *Influencia de la prensa sensacionalista escrita en la construcción de la agenda ciudadana en los lectores de Arequipa Metropolitana del 2016*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú]. Repositorio institucional. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/3699>
- Castrillo, C. (2014). El sensacionalismo. Algunos elementos para su comprensión y análisis. España: Alianza Editorial. https://www.alianzaeditorial.es/minisites/manual_web/3491295/CAP3/3_Se nsacionalismo.pdf
- Consejo Nacional de Televisión. (2015). Identificación de buenas prácticas para la cobertura televisiva de tragedias, desastres y delitos de Chile. Departamento de estudios. [Archivo PDF]. https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/04/victimizacion_y_buenas_practicas_entrevistas.pdf
- De Esteban, J. (29 de julio de 2009). La prensa escrita sigue siendo necesaria. *El consejo editorial*. <https://www.elmundo.es/elmundo/2009/07/29/consejoeditorial/1248860225.html>
- Fernández, C. Revilla, J. Dávila, C. (2018). Morbo: discursos sobre contemplación y emisión de violencia en informativos. *Athenea Digital*, 18(2), 8-14. Universidad Autónoma de Barcelona, España. <https://raco.cat/index.php/Athenea/article/view/v18-n2-fernandez-revilla-davila>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. [Archivo PDF] <https://drive.google.com/file/d/1Fjufmi0oGY4Zs8EajFiAJYNT2qoecH4k/view>
- Herrera, F. (2018). *Preferencia de la prensa escrita chicha de Iquitos- periódico crónicas, en los pobladores del asentamiento humano Avianca en el periodo de enero – febrero 201*. [Tesis de pregrado, Universidad Científica del Perú, Iquitos]. Repositorio institucional. <http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/660>

- Instituto Europeo de periodismo y comunicación (2018). *Claves para aprender a redactar una noticia*. Madrid, España. <https://ieperiodismo.com/aprender-a-redactar-articulo/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017) *XII Censo de Población y VII de Vivienda. Resultados definitivos*. [ARCHIVO PDF]. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1544/00TOMO_01.pdf
- Isin, M. Vimos, G. y Rodríguez, A. (2018) La importancia del código tipográfico en el diseño de los periódicos: la prensa y los andes, de la ciudad de Riobamba. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, núm. 6, 46-66. <https://www.redalyc.org/journal/5717/571763395004/html/>
- Lema, M. (2011). El morbo: ¿sólo atracción malsana? Análisis de su conceptualización en dos culturas. *Romanica.doc*, 12. <http://studylib.es/doc/5857667/el-morbo-%C2%BFs%C3%B3loatracci%C3%B3n-malsana%3F-an%C3%A1lisis-de-su>
- López, V. (2008). Análisis psicosocial del discurso de la prensa sensacionalista peruana y las actitudes de sus lectores. *Revista de investigación en psicología*, 11(2), 153-181. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/3846/3080>
- Maldonado, K. (2019) *Incidencia de los códigos visuales del programa de BOCA en BOCA y su percepción de contenidos en Madres de Familia de la comunidad Nueva Esperanza Guayaquil 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil, Ecuador]. Repositorio institucional. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/41595>
- Mejía, C. (2011). *Cultura popular limeña y prensa chicha*. Lima, Perú: Grupo Editorial Mesa Redonda.
- Mejía, C. (2018). *La autorregulación en el periodismo peruano: el derecho a la información y sus conflictos con el derecho a la intimidad y la vida privada*. [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres, Lima]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/3961>
- Muñoz, L. (26 de enero de 2018). *Los medios de comunicación deben respetar la dignidad de las víctimas de accidentes*. Asociación DIA de víctimas de accidentes. <https://asociaciondia.org/medios-comunicacion-respetar-la-dignidad-de-las-victimas-de-accidentes/>

- Olvera, S. (2021). *Influencia Comunicacional de las Noticias difundidas por Ecuavisa durante la Emergencia Sanitaria COVID 19 y su Percepción en la Cdra. Las Acacias I, Guayaquil*. [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil, Ecuador]. Repositorio institucional. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54780>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (3 de mayo de 2008). *Voces para acallar el silencio: Libertad de expresión y de prensa*. https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO_REP/752
- Pariona, A. (2018). *La Prensa amarilla en el Fanpage en Facebook del Diario el Hoción en relación con el morbo de los seguidores en Ayacucho – 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres, Lima]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/5060>
- Paz, V. (2019) *El tratamiento periodístico en los portales web de la república y el comercio en percepción de estudiantes de ciencias sociales, 2018. Casos: noticias vinculadas al terrorismo*. [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5231>
- Pedrerros, J. (2018) *Los titulares de la portada de Perú 21 en la percepción de la marca y la decisión de compra de los lectores de las universidades de Lima Sur*. [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4353>
- Portocarrero, G. (2016). *El morbo*. Consejo Consultivo de Radio y televisión. <https://www.concortv.gob.pe/el-morbo-en-la-tv-peruana/>
- Real Academia Española. (2023). Sensacionalismo. En *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/sensacionalismo>
- Requena, B. (2014). Muestreo casual o accidental. *Universo Fórmulas* <http://www.universoformulas.com/estadistica/inferencia/muestreo-casual/>
- Rodríguez, A. (2019) *La influencia del contenido de espectáculos del diario trome en la percepción de los jóvenes de la universidad Jaime Bausate y Meza, 2019*. [Trabajo de investigación, Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima, Perú]. <https://repositorio.bausate.edu.pe/handle/20.500.14229/228?show=full>

- Rodríguez, L. (2021). *Influencia de la prensa escrita sensacionalista en la percepción de los ciudadanos tumbesinos sobre la inseguridad ciudadana, 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes, Perú]. Repositorio institucional <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/2476>
- Sánchez, G. (2022) ¿Qué es el morbo y dónde está su límite? *Revista digital La mente es maravillosa*. Psicología clínica. <https://lamenteesmaravillosa.com/que-es-el-morbo-y-donde-esta-su-limite/>
- Sarabia, M. (2018) *Análisis de la mediación estructural, amarillismo y sensacionalismo en el programa de farándula de boca en boca. Caso Toño abril 2016-2017*. [Tesis de licenciatura, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio institucional. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/15048>
- Thompson, I. (julio de 2006). Tipos de Medios de Comunicación. *Promonegocios.net*. <https://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>
- Vega, P. (2016). El sensacionalismo en Costa Rica. *RIHC. Revista internacional de Historia de la Comunicación*, 2(5), 17-34. <https://revistascientificas.us.es/index.php/RiHC/article/view/6357>
- Vidal, M. (16 de noviembre de 2016). La prensa escrita y la transformación de su modelo de negocio. *Marcvidal*. <https://www.marcvidal.net/blog/2016/11/9/la-prensa-escrita-y-la-transformacin-de-su-modelo-de-negocio>
- Villamar, K. (2019) *Análisis del sensacionalismo en los titulares de la sección crónica roja del diario Extra y su influencia en adultos del mercado José Mascote*. [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil, Ecuador]. Repositorio institucional. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38638>
- Zapata, G. (2019) *Estudio Comunicológico de los contenidos Audiovisuales del Programa SÁBANAS AL AIRE de RADIO LA OTRA y su percepción en los estudiantes de octavo semestre de Comunicación Social*. [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil, Ecuador]. Repositorio institucional. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/44956>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

DIARIOS SENSACIONALISTAS Y PERCEPCIÓN DEL MORBO EN LOS LECTORES DEL DISTRITO DE TUMBES, MAYO, 2023.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	METODOLOGIA				
PRINCIPAL ¿Cuál es el nivel de relación entre diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023?	GENERAL Establecer el nivel de relación entre diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.	GENERAL H ₁ : Existe relación directa entre diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.	Variable 1: Diarios sensacionalistas				
		H ₀ : Existe relación inversa entre diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Items	Escala
P. ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos?	O. ESPECÍFICOS Identificar el nivel de relación entre la variable diarios sensacionalistas y contenidos negativos. Evaluar el nivel de relación entre la	H. ESPECÍFICAS Existe relación significativa entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos negativos.	Estilo sensacionalista	- Dramatización de la noticia. - Calificativos Prejuiciosos. - Imágenes de tragedias.	Cuestionario aplicado a los ciudadanos lectores del distrito de Tumbes	1,2,3,4, 5	Likert (Ordinal)
			Criterios en la construcción periodística	- Manejo de fuentes. - Términos para la redacción.		6, 7, 8,9	
Características de los diarios sensacionalistas	- Precio. - Color tipográfico. - Vedetismo.	10, 11, 12,13,14					

¿Cuál es la relación entre la variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos ocultos?

¿Cuál es la relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista?

¿Cuál es la relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística?

¿Cuál es la relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas?

variable diarios sensacionalistas y la dimensión contenidos ocultos.

Analizar el nivel de relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista.

Calificar el nivel de relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística.

Determinar el nivel de relación entre la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas.

Existe relación significativa entre la variable diarios y la dimensión contenidos ocultos.

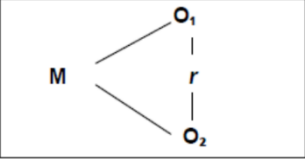
Existe relación significativa entre la variable percepción del morbo y la dimensión estilo sensacionalista.

Existe relación significativa entre la variable percepción del morbo y la dimensión criterios en la construcción periodística.

Existe relación significativa entre la variable percepción del morbo y la dimensión características de los diarios sensacionalistas.

Variable 2: Percepción del morbo

Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Items	Escala
Contenidos negativos	- Accidentes. - Muertes.	Cuestionario aplicado a los ciudadanos lectores del distrito de Tumbes	15, 16, 17	Likert (Ordinal)
Contenidos ocultos	- Pornografía. - Censura en los medios.		18,19, 20	

METODO Y DISEÑO	POBLACION Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADISTICA																																
<p>TIPO Y DISEÑO DEL ESTUDIO</p> <p>El estudio tiene un enfoque cuantitativo de tipo descriptiva, según su finalidad es aplicada, de diseño No experimental, de alcance correlacional, de corte transversal, prospectivo.</p> <p>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inductivo – Deductivo - Análisis – Síntesis <p>GRÁFICA</p>  <p>Donde:</p> <p>M = Muestra constituida por los lectores del distrito de Tumbes.</p> <p>O₁ = Observación de la variable independiente.</p> <p>O₂ = Observación de la variable dependiente.</p> <p>r = Relación entre las variables de estudio O₁ y O₂</p>	<p>POBLACION</p> <p>Para la realización de esta investigación, se consideró a los ciudadanos lectores pertenecientes al distrito de Tumbes.</p> <table border="1" data-bbox="638 311 1160 518"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Grupo etario</th> <th colspan="2">Sexo</th> <th rowspan="2">Total</th> </tr> <tr> <th>M</th> <th>F</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>30-34</td> <td>5838</td> <td>6147</td> <td>11985</td> </tr> <tr> <td>35-39</td> <td>5634</td> <td>5754</td> <td>11388</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>11472</td> <td>11901</td> <td>23373</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: INEI (2018).</p> <p>MUESTRA</p> <p>Para determinar el tamaño de la muestra de estudio, se aplicó una formula estadística, dando como resultado 378 participantes. Sin embargo, siendo la muestra muy grande se realizó un ajuste por conveniencia, tal como se muestra en el siguiente cuadro:</p> <table border="1" data-bbox="638 1029 1176 1204"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Grupo etario</th> <th colspan="2">Sexo</th> <th rowspan="2">N° de lectores</th> </tr> <tr> <th>F</th> <th>M</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>30-39</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>48</td> <td>49</td> <td>97</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: Elaboración propia.</p>	Grupo etario	Sexo		Total	M	F	30-34	5838	6147	11985	35-39	5634	5754	11388	Total	11472	11901	23373	Grupo etario	Sexo		N° de lectores	F	M	30-39				Total	48	49	97	<p>Para el estudio se planteó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario.</p> <p>CUESTIONARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Finalidad: Encontrar la relación existente entre diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes. - Duración: 20 minutos - Ámbito de aplicación: Dirigido a los lectores del distrito de Tumbes. - Estructura: El instrumento está conformado por 20 ítems. - Confiability: Se realizó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, dando como resultado 0,812. - Validez: Fue evaluado y validado por el juicio de 2 expertos; un doctor especialista en comunicación y un doctor especialista en investigación. <p>MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS</p> <p>La información se recogió a través del cuestionario y posteriormente se sistematizó en una tabla matriz de datos en el programa Microsoft Excel; considerando el orden de las dimensiones e indicadores. Los resultados se mostraron en tablas y figuras para su adecuada interpretación.</p>	<p>Luego de la aplicación de la encuesta, se recogió la información, posteriormente, los datos se trasladaron a una base de datos para codificar los resultados; igualmente, se aplicaron métodos estadísticos mediante el coeficiente correlacional "r" de Pearson para medir la relación de ambas variables y realizar la contrastación de la hipótesis de investigación a través de la aplicación IBM SPSS Statistics versión 22.</p>
Grupo etario	Sexo		Total																																
	M	F																																	
30-34	5838	6147	11985																																
35-39	5634	5754	11388																																
Total	11472	11901	23373																																
Grupo etario	Sexo		N° de lectores																																
	F	M																																	
30-39																																			
Total	48	49	97																																

ANEXO 2: Instrumento de investigación aplicado a los lectores del distrito de Tumbes para la recopilación de datos.

CUESTIONARIO

Diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.

I. DATOS GENERALES:

Edad:

Sexo: (M) (F)

Grado de instrucción.....

Ocupación.....

Lugar.....

II. OBJETIVO:

Establecer el nivel de relación entre diarios sensacionalistas y percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.

III. INDICACIONES: Este cuestionario está constituido por 20 ítems, y se ha diseñado bajo el modelo de la escala de Likert.

4: Siempre 3: Casi siempre 2: Casi nunca 1: Nunca

Marque con un aspa (x) la alternativa que usted considere conveniente. Solo es de interés los datos que pueda proporcionar de forma sincera y la colaboración que pueda brindar para llevar a feliz término la recopilación de información. El cuestionario es anónimo y tiene una duración de 20 minutos.

¡Gracias por su valiosa colaboración!

		Escala de Likert			
N°	ITEMS	Siempre (4)	Casi siempre (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)
1	¿Considera que los diarios del distrito de Tumbes, son de tendencia sensacionalista?				
2	¿Para Ud. los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, recurren al drama y/o exageración en sus notas informativas?				
3	¿Cree Ud. que los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, presentan contenidos prejuiciosos y discriminatorios?				
4	¿Considera que las imágenes de accidentes y/o muertes que presentan los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes se transmiten con crudeza y agresividad?				
5	¿Cree Ud. que los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, presentan imágenes sangrientas en primera plana para aumentar sus ganancias?				
6	¿Cree Ud. que los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, manejan fuentes de información confiables?				
7	¿Cree Ud. que los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, emplean un lenguaje apropiado para la redacción de noticias?				
8	¿Considera que los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, en su mayoría recurre a las jergas?				
9	¿Para Ud. la información que difunden los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, se comprende fácilmente?				
10	¿Para Ud. los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes están al alcance de su economía?				
11	¿Considera que los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes buscan llamar la atención a través de sus titulares coloridos o escandalosos?				
12	¿Cree Ud. que es mejor percibir la tipografía a gran tamaño en los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes?				
13	¿Para Ud. los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, muestran imágenes de mujeres con prendas diminutas y en posición erótica?				

14	¿Considera que los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, presentan a las vedettes y/o modelos como objeto sexual?				
15	¿Cree Ud. que los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, exhibe fotografías de las víctimas de asesinatos a fin de generar sensación o miedo?				
16	¿Cree Ud. que los diarios sensacionalistas exponen a las víctimas de abuso sexual con intención de incentivar el morbo?				
17	¿Cree Ud. que los diarios sensacionalistas atentan contra la dignidad de la persona?				
18	¿Para Ud. los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, transmiten contenido pornográfico o similares para sus lectores?				
19	¿Considera que los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, difunde contenido violento?				
20	¿Para Ud. los diarios sensacionalistas del distrito de Tumbes, expone imágenes sin censura?				

ANEXO 3: Constancia de validación del instrumento de investigación por el “Juicio de expertos”.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Oscar Calixto La Rosa Feijoo, identificado con Documento Nacional de Identidad N.º 00230120, con grado académico de Doctor en Educación, labor que ejerzo actualmente como docente de la Universidad Nacional de Tumbes.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado, “Encuesta a los ciudadanos del distrito de Tumbes, mayo, 2023”, cuyo propósito es medir la relación de los Diarios sensacionalistas y la percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración cualitativa			
	Aplicable		Inaplicable	
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Calidad de redacción de los ítems.		✓		
Amplitud del contenido a evaluar.		✓		
Congruencia con los indicadores.		✓		
Coherencia con las dimensiones.		✓		

Apreciación total:

Aplicable: solo si los valores se encuentran en el rango de bueno o excelente

Inaplicable: solo si los valores se encuentran en el rango de deficiente o regular

Conclusión final del experto: Aplicable (✓) Inaplicable ()

Tumbes, 29 de marzo del 2023



Dr. Oscar Calixto La Rosa Feijoo

D.N.I. 00230120

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Karl Vladimir Mena Farfán, identificado con Documento Nacional de Identidad N.º 16727481, con grado académico de Doctor en Comunicación social, labor que ejerzo actualmente como docente de la Universidad Nacional de Tumbes.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado, “Encuesta a los ciudadanos del distrito de Tumbes, mayo, 2023”, cuyo propósito es medir la relación de los diarios sensacionalistas y la percepción del morbo en los lectores del distrito de Tumbes, mayo, 2023.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración cualitativa			
	Aplicable		Inaplicable	
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Calidad de redacción de los ítems.	X			
Amplitud del contenido a evaluar.	X			
Congruencia con los indicadores.	X			
Coherencia con las dimensiones.	X			

Apreciación total:

Aplicable: solo si los valores se encuentran en el rango de bueno o excelente

Inaplicable: solo si los valores se encuentran en el rango de deficiente o regular

Conclusión final del experto: Aplicable (X) Inaplicable ()

Tumbes, 08 de junio del 2023



Dr. Karl Vladimir Mena Farfán
D.N.I. 16727481

ANEXO 4: Resultado de confiabilidad del instrumento de investigación a través del coeficiente Alfa de Cronbach.

➔ **Fiabilidad**

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	97	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	97	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

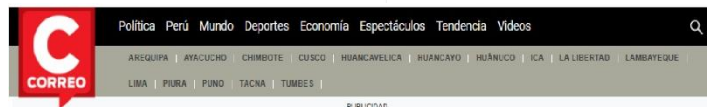
Alfa de Cronbach	N de elementos
,812	20







ANEXO 7: Principales diarios sensacionalistas que circulan en el distrito de Tumbes, mayo, 2023.



Tumbes: Trabajadores de empresa langostinera se salvan de morir tras la caída de ómnibus a un canal de regadío (VIDEO)

Al parecer, el vehículo presentó un desperfecto mecánico cuando se desplazaba por la carretera en el distrito de Corrales

