

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



**Percepción del contenido fotográfico del diario "Tumbes 21" por
los usuarios del distrito de Tumbes, 2021**

TESIS

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

AUTORA:

Br. Leysi Yaneli Apolo Casariego

Código ORCID 0009-0007-0811-7827

TUMBES, 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Percepción del contenido fotográfico del diario "Tumbes 21" por los usuarios del distrito de Tumbes, 2021

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Mg. Cristhian Jacob Hidalgo Sandoval – presidente

Mg. José Martin Mogollón Medina – secretario

Dr. Wilfredo Barrientos Farías – Vocal

Tumbes, 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Percepción del contenido fotográfico del diario "Tumbes 21" por los usuarios del distrito de Tumbes, 2021

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

Leysi Yaneli Apolo Casariego (Autor).....

Código ORCID 0009-0007-0811-7827

Dr. Karl Vladimir Mena Farfán (Asesor).....

Código ORCID 0000 - 0002 - 0995- 5300

Tumbes, 2023

Copia del acta de sustentación



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
** Año de la unidad, la paz y el desarrollo

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Tumbes, el viernes 22 de setiembre del 2023, siendo las 09:30 a.m. horas en el auditorio de la Facultad de Ciencias Sociales, se reunieron el Jurado Calificador de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tumbes, designado por RESOLUCIÓN Nº178-2023/UNTUMBES-FACSO-D, Presidente: Mg. Cristhiam Jacob Hidalgo Sandoval, Secretario: Mg. José Martín Mogollón Medina, Vocal: Dr. Wilfredo Barrientos Farías, reconociendo en la misma resolución al Dr. Karl Vladimir Mena Farfán como asesor, se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis, titulada: "PERCEPCIÓN DEL CONTENIDO FOTOGRÁFICO DEL DIARIO "TUMBES 21" POR LOS USUARIOS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2021" para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la comunicación, presentado por la Bachiller LEYSI YANELI APOLO CASARIEGO

De la Escuela Profesional de Ciencias de la comunicación, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tumbes.


Concluida la sustentación y absueltas las preguntas por parte del sustentante y después de la deliberación, el jurado según el artículo N° 65 del Reglamento de Tesis para pregrado y posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a la Bachiller LEYSI YANELI APOLO CASARIEGO, **APROBADO**, con calificación **33**

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

En consecuencia, queda LEYSI YANELI APOLO CASARIEGO para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de Licenciado en 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 10:15 a. m. del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 22 de setiembre del 2023.

 Mg. Cristhiam Jacob Hidalgo Sandoval DNI N° 44752528 Código Orcid: 0000-0003-4806-9907 Presidente	 Mg. José Martín Mogollón Medina DNI N°: 43849098 Código Orcid: 0009-0004-1921-3812 Secretario
Dr. Wilfredo Barrientos Farías DNI N°09598660 Código Orcid: 0000-0001-7155-9408 Vocal	

- CC.
- Jurados (03)
 - Asesor
 - Interesado
 - Coseesor
 - Archivo (Decanato)

Informe de similitud mediante el software Turnitin

Tesis final

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	www.grafiati.com Fuente de Internet	1%
3	www.researchgate.net Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Tecnológica del Peru Trabajo del estudiante	<1%
8	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
9	lareferencia.info Fuente de Internet	

Dr. Karl Vladimir Mena Farfán

DNI. 16727481

Código ORCID 0000 - 0002 - 0995- 5300

		<1 %
10	1library.co Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.udl.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	repositorio.unicartagena.edu.co Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Universidad Estatal de Milagro Trabajo del estudiante	<1 %
14	Submitted to Corporación Universitaria Iberoamericana Trabajo del estudiante	<1 %
15	Submitted to Universidad Nacional de Tumbes Trabajo del estudiante	<1 %
16	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA BIBLIOTECA Trabajo del estudiante	<1 %
19	ddd.uab.cat Fuente de Internet	<1 %



20	h10032.www1.hp.com Fuente de Internet	<1 %
21	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
22	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
23	repository.uniminuto.edu Fuente de Internet	<1 %
24	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	repositorio.upch.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
28	doaj.org Fuente de Internet	<1 %
29	dspace.unl.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
30	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
31	repositorio.bausate.edu.pe	



	Fuente de Internet	<1 %
32	repositorio.uandina.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
33	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
34	repository.unab.edu.co Fuente de Internet	<1 %
35	www19.uniovi.es Fuente de Internet	<1 %
36	dspace.espoch.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
37	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
38	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
39	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
40	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
41	repositorio.unitec.edu Fuente de Internet	<1 %
42	winred.com Fuente de Internet	<1 %



43

www.coursehero.com

Fuente de Internet

<1 %

44

www.papeleriacorporativa.net

Fuente de Internet

<1 %

45

eprints.ucm.es

Fuente de Internet

<1 %

46

pirhua.udep.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo



DEDICATORIA

El presente estudio de investigación le lo dedico a mi madre quien a sido mi guía y motivación desde que era una niña; gracias a sus consejos y constantes enseñanzas me impulsó a seguir desarrollándome como profesional y como persona, a su vez le agradezco a mi hermano quien ha sido mi gran amigo y alentador en todo mi proceso de crecimiento.

Asimismo, a mis tías. Gracias a su apoyo incondicional me impulsaron para seguir mi camino y construir un futuro mejor.

Leysi Yaneli

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud, para mi Asesor el Dr. Karl Vladimir Mena Farfán, que por su apoyo y sus conocimientos me han ayudado a seguir aprendiendo y desarrollándome en el campo laboral, del mismo modo le ofrezco mi gratitud al docente Mg. Cristhiam Hidalgo, quién me ha enseñado y ayudado a desarrollarme como profesional desde que estaba en mis primeros ciclos.

A mi alma mater por permitirme crecer y enseñar como el futuro depende de quien se esfuerce día a día.

La Autora

INDICE GENERAL

	Pág.
Carátula y primera página	i
Carátula firmada por el jurado	ii
Caratula de originalidad	iii
Copia de acta de sustentación	iv
Turnitin	v
Dedicatoria	viii
Agradecimiento	ix
Índice general	x
Índice de cuadros	xi
Índice de anexos	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
I. Introducción	17
II. Revisión de literatura	20
III. Métodos y materiales	28
IV. Resultados y discusión	34
V. Conclusión	38
VI. Recomendaciones	39
VII. Referencias bibliográficas	40
Anexos	48

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1:	Operacionalización de las variables.	29
Cuadro 2:	Nivel de percepción de los lectores de los contenidos fotográficos del diario Tumbes 21.	34
Cuadro 3:	Percepción de los lectores de los contenidos fotográficos del diario Tumbes 21, en la dimensión color	34
Cuadro 4:	Percepción de los lectores de los contenidos fotográficos del diario Tumbes 21, en la dimensión volumen.	34
Cuadro 5:	Percepción de los lectores de los contenidos fotográficos del diario Tumbes 21, en la dimensión sentimientos.	35
Cuadro 6:	Percepción de los lectores de los contenidos fotográficos del diario Tumbes 21, en la dimensión resolución de imágenes.	35

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1	Matriz de consistencia: Percepción del contenido fotográfico del diario "tumbes 21" por los usuarios del distrito de tumbes, 2021	49
Anexo N° 2	Instrumento realizado a las publicaciones de las Ediciones	53
Anexo N° 3	Validación del instrumento	61

RESUMEN

La percepción de una fotografía está directamente relacionada con el modo en el que cada persona puede captarla, a su vez, también tiene estrechos lazos con su historia, sus recuerdos, sus intereses o el aprendizaje que haya tenido, así como su motivación; por ello, la presente investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de percepción de los lectores de los contenidos fotográficos del diario Tumbes 21. Teniendo una metodología cuantitativa, no experimental, básica descriptiva, con diseño prospectivo, tuvo una muestra de 185 participantes, utilizando la técnica de la encuesta, se evaluó a los participantes con un cuestionario tipo Likert validado por juicio de expertos. Los resultados evidencian que un 50.3% de usuarios encuestados alcanzó un nivel alto de percepción del contenido fotográfico del diario Tumbes 21, asimismo, se logró identificar que el factor color de la fotografía es de suma importancia para transmitir mejor el contexto de la noticia, el contraste de luz, la ubicación y las formas con la que se emplea una buena fotografía; no obstante, se logró identificar que las imágenes de alto contenido violento, debe ser censuradas. En base a ello, se concluye que la mayoría tiene un conocimiento avanzado del proceso adecuado de una fotografía para prensa escrita.

Palabras clave: Percepción, contenido fotográfico, fotografía, comunicación, usuarios.

ABSTRACT

The perception of a photograph is directly related to the way in which each person can capture it, in turn, it also has close ties with their history, their memories, their interests or the learning they have had, as well as their motivation; For this reason, the objective of this research was to determine the level of perception of the readers of the photographic contents of the Tumbes 21 newspaper. Using a quantitative, non-experimental, basic descriptive methodology, with a prospective design, it had a sample of 185 participants, using the In the survey technique, the participants were evaluated with a Likert-type questionnaire validated by expert judgment. The results show that 50.3% of surveyed users reached a high level of perception of the photographic content of the newspaper Tumbes 21, likewise, it was possible to identify that the color factor of photography is of the utmost importance to better convey the context of the news, the contrast of light, the location and the ways in which a good photograph is used; however, it was possible to identify that images with a high violent content should be censored. Based on this, it is concluded that most have an advanced knowledge of the proper process of a photograph for written press.

Keywords: Perception, photographic content, photography, communication, users.

I. INTRODUCCIÓN

Se conoce como canales de difusión masiva a aquellos medios que se encargan de informar todos los sucesos actuales de nuestra sociedad a los usuarios. Entre los más comunes encontramos a la pantalla chica, diarios escritos y radiodifusión. Para ello se ha tomado en cuenta la recopilación de algunas investigaciones remotas; debido a que es una investigación nueva y son pocos los estudios realizados (encontrados por esta tesista)

De acuerdo a la revista Public Knowledge Project (2020), realiza un estudio del diario Extra en Ecuador, el cual aplica métodos como la observación a través de un focus group, analizando herramientas como la tipografía, el estilo visual, diagramación, diseño y las fotos con su contenido; permitiendo evaluar el impacto de éstas. Esta investigación concluye que la mayor parte de la información analizada, las familias ecuatorianas prefieren las imágenes sin censura porque les gusta percibir con mayor realidad; debido a, que aprecian mejor las noticia y no sienten que es mentira.

Según, la teoría señalada por la Universidad Jaime Bausate Meza (2016) en su estudio realizado al periódico Trome para analizar el tema en relación a la mujer, determina; a través de entrevistas con trabajadores del diario, que se pretende cambiar el enfoque sensacionalista que perciben los lectores. Sin embargo, existen contradicciones por parte del mismo diario, porque, en base al cuantioso trabajo para modificar el concepto sensacionalista que se tiene de éste, continúan publicando su popular sección de “Las malcriadas”, en donde se puede observar diariamente a modelos con ropa sugerente, casi desnudas, contenido que presenta a la mujer como objeto sexual. Es decir, el diario no está interesado en cambiar la percepción de sus usuarios, sino en aumentar sus ventas acosta de sus contenidos mórbidos

De tal manera, la Universidad de Vigo (2013), describe el tratamiento de las fotografías en la prensa de España, abarcando su análisis a los terremotos de Haití en el año 2010 y Japón en 2011 respectivamente, debido a la cobertura fotográfica

de estos sucesos configuró un desafío para medios escritos como El País, ABC, y El Mundo. A partir de este escenario del terremoto ocurrido en Haití; todas las portadas de diarios y noticias internacionales, en la prensa escrita española, difundieron imágenes no apropiadas para la sociedad, por lo tanto al someter al análisis comparativo entre los diarios ya mencionados, se pudo constatar que los tres medios impresos hacían énfasis en el carácter destructivo del fenómeno, priorizando imágenes en primer plano, como mujeres, niños y adultos mayores; mientras que, para construcciones importantes como el palacio de gobierno, recurrieron a planos generales; sin embargo, el tipo de imágenes publicadas no eran las adecuadas ya que lo único que genera es más morbo y disgusto en los usuarios. La mayoría de medios impresos tiene la idea que mientras más mórbida sea la fotografía mejor acogida tendrá la noticia, pero no caen en cuenta que pueden generar cierta incomodidad en las personas.

Asimismo, la revista Latinoamérica de comunicación Chasqui (2004), destaca el apogeo del sensacionalismo en la prensa peruana con el fenómeno “chicha” que surgió con la inmigración de peruanos de distintas zonas del país en la capital. Define que la prensa chicha es el extremo del sensacionalismo que se pretende evitar, pero es el preferido por los lectores debido a la presencia de imágenes mórbidas, impactantes, sugerentes, entre otros; asimismo; se ajusta a sus condiciones socioculturales, identificándose con el contenido de estos diarios. Este tipo de imágenes inadecuadas causara que los usuarios tengan cierta impresión ya que cuando se trata de noticias lamentables el diario muestra fotografías impactantes generando que el lector observe fotografías sin censura alguna el fallecimiento de una persona; también cuenta con imágenes sugestivas que ocasionan un aumento de morbosidad hacia la mujer.

Actualmente, en Tumbes existe el diario Tumbes 21; donde se ha determinado que utiliza colores, fotografías y tipografías llamativas para el lector, pero la mayoría de imágenes generan cierto disgusto en sus lectores porque no tiene un filtro previo a la hora de difundir la información; sin embargo, el diario Tumbes 21 publica este tipo de imágenes porque genera más ventas y atrae al lector.

En base a lo mencionado anteriormente, se ha podido identificar las fotografías no adecuadas, no solo existe en la región Tumbesina, sino también en diversas regiones y países; de acuerdo a ello se ha planteado la siguiente interrogante:

¿Cuál es será el nivel de percepción fotográfica en el contenido del diario Tumbes 21?

El presente estudio se justificó teóricamente por la contribución conceptual de la variable percepción del contenido fotográfico; es importante determinar las dimensiones en la prestación del contenido como: Composición de color, volumen, resolución de imágenes y sentimientos. Los cuales van determinar el contenido y la percepción del usuario para satisfacer sus necesidades. La información del estudio se fundamenta en la base teórica que describe las variables que se abarcan, permitiendo conocer su comportamiento en la sociedad, que, a su vez, facilita contrastar estas consecuencias según la bibliografía recopilada, que aborda el tema de investigación.

Asimismo, se justifica en el aspecto practico, ya que, los resultados encontrados, ayudarán a conocer la interpretación personal que los usuarios tienen respecto al contenido fotográfico, lo que conllevará a los diarios saber lo que causa sus imágenes mórbidas; además, estos serán elevados a quien corresponda para realizar charlas o capacitaciones orientados a mejorar el tratamiento de las fotografías seleccionadas y publicadas, de esta manera contribuir a un mejor análisis y lectura de los usuarios.

De manera metodológica porque a través de la recopilación de literatura para cumplir los objetivos de la investigación, se utilizará técnicas, como la encuesta para obtener resultados verídicos, confiables y así poder medir las dimensiones e indicadores, donde se determinará la percepción fotográfica en los lectores. Además, la investigación será de gran ayuda para los próximos investigadores que deseen trabajar bajo la misma variable de estudio.

Se justifica socialmente porque es importante y novedoso; además se determinó malestar en los usuarios a consecuencia de las fotografías mórbidas. Asimismo, esta investigación contribuirá en el ámbito social y científico debido a que será de alcance importante para la sociedad e investigadores de las Ciencias Sociales, en especial en la rama de las comunicaciones; quienes a partir de los resultados podrán tener un punto de vista profundo acerca del correcto tratamiento fotográfico.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. INTERNACIONALES

Jurado (2020), en el ámbito internacional, buscó evaluar los índices de impacto de los diarios en la percepción de los lectores del sector San Francisco número 2 del Cantón Valencia, en su estudio aplicó un cuestionario a una muestra de 140 personas, concluyendo que, los consumidores de los medios impresos, identifican el sensacionalismo mediante su contenido violento, sexista y ocio, en el cual publican fotografías que no son supervisadas por los editores del diario; se determinó, que las imágenes publicadas del diario afectan negativamente en el desarrollo de conductas en los menores de edad; debido a que, utilizan frases denigrantes y muestran a la mujer como un objeto; Actualmente no existen campañas que contrarresten la difusión sensacionalista de los diarios ya que los medios de comunicación se respaldan bajo su derecho de libre expresión. Por lo tanto, se evidencia que la prensa escrita solo busca vender la noticia sin pensar en los efectos negativos que puede causar al usuario.

Por su parte, Rivera (2020) analizó el contenido del periódico del Sol de San Luis; en el cual, buscó identificar el nivel de relevancia, manejo y utilización del conjunto multimedia como de la información para la expresión objetiva de los fenómenos sociales en el periódico; contó con una muestra de 69 ejemplares, por lo que concluyó que, las fotografías mostradas en un 60% no cumplen con el tamaño adecuado para portada o notas de prensa, por lo que fueron tomadas en plano general, es decir sobresalen del ángulo normal; el diario cuenta con una gran cantidad de fotografías importantes, el 85% de sus portafolios fotográficos son producidos por ellos mismos, lo que demuestra que el diario toma en cuenta la importancia de generar sus propias imágenes para la publicación de sus notas periodísticas. Por lo tanto, se evidencia que el diario no realiza capacitaciones o charlas a su personal que lo oriente hacer un buen uso de encuadres y planos fotográficos en sus notas periodísticas.

En Ecuador, Patiño (2015) hizo un estudio sobre la *Fotografía Publicitaria en la Promoción Turística de la Fundación Municipal "Turismo para Cuenca"*, basado en un enfoque cuantitativo, de corte transversal. La muestra fue por 216 participantes; realizando su recopilación de datos con un cuestionario. Este estudio concluye que, el material fotográfico es de carácter tradicional y no es el adecuado para la difusión en medios ya que en su mayoría emplean imágenes repetitivas, causando un aburrimiento en los usuarios; la fotografía publicitaria busca aportar a la sociedad, teniendo el propósito de difundir y llamar la atención del turista de una manera rápida y precisa; Las imágenes publicitarias han logrado persuadir e informar a los turistas de conocer más la ciudad, beneficiando no solo a la fundación sino también a la ciudad con más ingresos económicos. Por lo tanto, la organización debe de contar con una visión innovadora al momento de difundir fotografías publicitarias y contar con una persona capacitada que sepa llegar a los usuarios con imágenes atractivas y persuasivas.

Argiñano y Bilbao (2020) en España, investigaron la percepción del impacto del Covid-19 en las portadas de los principales diarios: El País, El Mundo, La Vanguardia, ABC y El Correo entre enero y abril. La investigación, en la que codificaron 609 titulares y fotografías, tuvo una metodología de análisis de contenido y del discurso, y se ha recurrido al software Nvivo para el análisis cualitativo. Los resultados muestran que los medios trataron la pandemia como una cuestión extranjera, manteniendo el protagonismo habitual de los actores gubernamentales, pero crece la exposición de la sociedad civil, especialmente en las fotografías. El recurso al lenguaje bélico actúa de agente militarizador y de domesticación de la sociedad. Se concluyó que el rol de la prensa influye en la percepción de los usuarios como reconstructor simbólico de los acontecimientos, en convergencia y en tensión con el sistema político, para homogeneizar los discursos manteniendo la cohesión social.

2.1.2. NACIONALES

En el contexto nacional, Pimentel (2019) en Lima, buscó determinar cómo se relaciona la fotografía con el cuidado del agua y la interpretación que los niños de las Instituciones Educativas les dan a estas fotografías, para ello se estudió una muestra probabilística a 1000 alumnos, para el estudio se aplicó un cuestionario. En esta investigación se encontró que la percepción de las fotografías del cuidado del agua es una buena herramienta para concientizar a los demás ya que emplea elementos importantes como la iluminación, colores, volumen, entre otros; las imágenes empleadas causaron una percepción positiva porque se les permitió ampliar más su conocimiento y así aplicar técnicas que ayudará al cuidado del agua; la localidad en donde se realizó las fotografías ayudo a las personas a crear ideas que ayuden a mejorar el cuidado de agua. En consecuencia, se evidencia que al realizar imágenes de carácter informativo y educativo ayuda al crecimiento del estudiante y de la sociedad.

Valverde (2020), en Lima, buscó estudiar la asociación entre el Catálogo fotográfico de la explotación en la niñez y la interpretación visual de los jóvenes, para ello se estudió una muestra probabilística de 150 personas. Para el estudio se aplicó un cuestionario; de tal manera, el autor concluye: que, la línea grafica utilizada por la organización es aceptada porque cuenta con una buena diagramación, ilustración, colorización e información que los hace tener una perspectiva más amplia del trabajo infantil; la percepción visual del catálogo es aprobada porque es llamativa y hace buen uso de ángulos y planos que no denigran a los niños, sino que muestran la ardua labor que realizan; el 95% de encuestados les resultó educativo e interesante, la forma en que se presentó el trabajo infantil dentro del catálogo ya que están sujetos a figuras coloridas, textos llamativos, entre otros. Los cuales precisan que muchos el trabajo infantil interrumpe el derecho a la educación de los niños, argumento que permite visualizar el contenido veraz de la expresión de la realidad mediante las fotografías realizadas, logrando una concientización social. En consecuencia, se evidencia que los medios hacen un buen uso de fotografías informativas e innovadoras, donde el usuario queda complacido sin necesidad de visualizar fotografías mórbidas que causa fastidio e incomodidad.

Carranza (2020), en Lima, se planteó analizar la percepción que tienen los usuarios sobre los contenidos periodísticos de servicio de la página de Facebook (fanpage) del sistema de transporte Metropolitano y cómo influye en su satisfacción, por la utilidad recibida en sus viajes. Su investigación fue de metodología mixta, correlacional, no experimental, hipotética-deductiva, con soporte de investigación documental argumentativa (exploratoria). La encuesta, fue a una muestra de 385 usuarios seguidores de la fanpage, los resultados comprueban la influencia de los contenidos de la página en la satisfacción de los usuarios, quienes la perciben como un medio útil de comunicación, sea para respaldar o criticar el servicio de transporte. Por lo cual concluye que se comprueba la vigencia del periodismo de servicio y la teoría de usos y gratificaciones, gracias a las herramientas de la comunicación digital.

Chávez (2020), en Lima, tuvo como objetivo relacionar la percepción hacia la forma y contenido del diario Trome por el tipo de conductores de transporte público de Lima Metropolitana. Por ello, se empleó una metodología de tipo descriptivo comparativo simple, diseño no experimental, transversal, utilizó una encuesta de escala de tipo Likert en 236 conductores. Los resultados evidencian que existe asociación entre la dicotomía contenido y forma del mensaje periodístico con el tipo de conductor de transporte público. Es así que los conductores de transporte regular presentan una mayor relación al mensaje mediante la forma centrándose en los colores, imágenes y titulares llamativos, dejando de prestar atención a temas de fondo porque se encuentran convencidos de la veracidad del diario Trome. En cambio, el conductor de taxi se asocia también al contenido del mensaje, pero en mínima proporción, por lo que se concluye que la gran influencia del diario se da por la forma, pues un sector limitado de transportistas se percata del mensaje implícito.

Bartolo y Giraldo (2022), en Huacho se plantearon como objetivo describir la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022-I; teniendo una metodología de tipo no experimental, básica, descriptiva, en una muestra censal de 27 participantes, a los que aplicó una encuesta de 18 ítems; los resultados expresan que el 85,2% manifiesta que la percepción de la fotografía

tiene un nivel bajo mientras que el 14.81% considera que cuentan con el nivel medio; concluyendo que la percepción que tienen los participantes evaluados es bajo y no positiva.

2.1.3. LOCALES

En el contexto local; Serna (2022), en Tumbes, tuvo como objetivo determinar la relación entre el fotoperiodismo y la calidad informativa de los diarios regionales de tumbes, de enfoque cuantitativo, de tipo de estudio correlacional, de diseño no experimental, de corte transversal, prospectivo; utilizando como instrumento de investigación el cuestionario que fue aplicado a 100 participantes; los resultados obtenidos muestran que el 42% de los individuos de 40 a 50 años de la región Tumbes perciben como regular la información, el 21% de los encuestados percibe en nivel buena la información; el 11% perciben un nivel Malo en la relación de las mismas. Concluye que existe relación directa entre el fotoperiodismo y la calidad informativa en las portadas de los diarios regionales de Tumbes, 2022, lo cual brinda indicios de la percepción que los usuarios tienen de los diarios de la región.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. PERCEPCIÓN FOTOGRAFICA.

El portal web FotoNostra (2021), determina que son los procesos de reconocer e interpretar estímulos sensoriales; para ello califica que la percepción fotográfica es la recopilación de información visual que logra a obtener el ser humano; es decir, el cerebro se encargará de seleccionar solo el tipo de información que va necesitar y raíz de ahí ello creará percepciones de las cosas que observa.

Para, Ojeda (2018) añade que desde pequeños el cerebro se entrena para percibir diferentes cosas como: colores, aromas, sabores, sonidos, entre otras. Los cuales nos ayuda a identificar las necesidades básicas de nuestro cuerpo; de tal modo, que al observar una imagen debemos interpretar los estímulos visuales de cómo podemos relacionarlo ya sea positiva o negativa.

Sánchez (2021) señala 8 tipos de percepción fotográfica, el fondo de una figura, la imagen principal del elemento redondeado debe estar conectada con el fondo para que destaque como espectador. Los objetos redondeados siempre se representan con fondos; la proximidad, debido a su proximidad entre sí, los elementos de la fotografía se ven como un todo; los principios rectores del destino común, cuando los objetos viajan juntos o por el mismo camino, forman grupos. El principio de similitud, han producido bienes que se parecen entre sí; el principio de coherencia. Los elementos se combinan en conjuntos perceptuales; el principio de cierre, donde los elementos se agrupan y dan una perspectiva de figura cerrada. El principio de la buena forma, donde son los objetos agrupados y pertenecen al mismo patrón y el principio de la experiencia pasada, que se basa en las experiencias del observador.

Finalmente, se define, que la percepción fotográfica es la forma en como percibe el ser humano una imagen, ya sea de manera negativa o positiva.

2.2.2. DIMENSIONES DE LA PERPCIÓN DEL CONTENIDO FOTOGRAFICO.

La primera dimensión es la composición de color, la cual para, el portal web α Universe (2021) indica que nos permite sentir sensaciones y emociones; de esta manera, percibimos al mundo con otra visión, ya que los colores forman parte nuestro alrededor y a veces no le damos mucha importancia.

Asimismo, según, Vidal (2018) señala de se puede clasificar en 3 formas, blanco y negro, que es la forma de ver las imágenes en otra perspectiva, es por ello que siempre llama más la atención que una de color, ya que es muy usual en medio fotográfico; los colores básicos, que ayudan estimular el cerebro humano, mientras y transmiten tranquilidad y a todo color, donde son más llamativos, se usan cuando quieres captar más la atención en el espectador.

La segunda dimensión es el volumen Fotográfico, que para, el portal web dzoom (2021) señala que es uno de los elementos que más favorecen y facilitan a la construcción de una fotografía, entre ellos se encuentran: El tamaño, debido a que

debes considerar los formatos de tamaño de cada toma, ya sean para redes sociales o medios impresos, es una de las consideraciones más cruciales; la ubicación, se debe considerar las dimensiones con la cuenta cada fotografía y de esta manera será ubicada en un punto clave que llame más la atención y el contraste de luz., también es conocida como luz dura o suave; debido a que, independientemente la luz dura, produce una intensidad que genera sobras y les quita estética a las fotografías, es por ellos que ambas deben complementarse para una mejor trasmisión del mensaje.

La tercera dimensión es la resolución de imágenes: Canson Infinity (2021) señala que la resolución de imágenes se mide en píxeles por pulgada; cuanto mayor sea el número de puntos por pulgada, mayor será la nitidez de las imágenes. El portal web dzoom que se clasifica en elementos: Borrosas, cuando no se logra identificar bien los objetos de una imagen; las granuladas, aparecen siempre cuando el iso es muy alto y le quita estética a la fotografía y la nitidez, que es el manejo adecuado de la velocidad del obturador con el diafragma e iso, logrando una fotografía apreciable y dinámica para el espectador.

La cuarta dimensión del contenido fotográfico viene a ser los sentimientos fotográficos, que según, la revista Gadget (2021), para captar las emociones del público se debe contar una historia que los haga sentir vivos, que sientan que les hablan, es por ello aquí se debe emplear las experiencias, recuerdos visuales que capten la atención de la persona. Dentro de ello se encuentran: La tristeza, que busca que el espectador se conmueva con la fotografía mostrada; la angustia, que trasmite inquietud, genera deseos desagradables en la persona que está visualizando dicha imagen; la incomodidad, que causa fastidio a las personas que no les agrada dichas fotografías; ira, la cual genera mucha sensación en las personas más que cuando la imagen muestra alguna actitud violenta entre los elementos y la violencia, que en los medios impresos se ve mucho de contenido violento ya que muestran imágenes muy sangrientas que no es adecuada para el consumo del ser humano.

2.3.3. MARCO LEGAL

La presente investigación se basa principalmente en las normas de la Constitución Política del Perú del año 1993, como cuyos principales impulsores son el Congreso de la República, en colaboración con el Colegio de Periodistas del Perú (CPP) y otras entidades competentes que tienen como único propósito establecer el marco legal en las funciones que cumplen los periodistas en nuestro País.

Según, la Sociedad Interamericana de Prensa (2015) menciona que, al hallarse un orden reglamentario sobre la prensa en el Perú, los artículos son los siguientes:

La Constitución Política del Perú del año 1993: Para, el Congreso de la Republica (1993) indica que en los artículos 2 inciso 4 de la carta magna, describe que toda persona tiene derecho a la libertad de expresión, opinión, de información, ideas y difusión pensamientos mediante la palabra escrita u oral, donde estos elementos son importantes para realizar la labor periodística en el país.

Ley N.º 23221, Ley que legaliza la Colegiación como requisito para desempeñar la labor periodística: La Ley N° 23221, fue aprobada el 01 de octubre de 1980, el objetivo de esta ley es la creación del Colegio Periodistas del Perú, esta entidad decreta normas para periodistas incorporados al

III. METODOS Y MATERIALES

3.1. MÉTODOS

3.1.1. Hipótesis de investigación

Debido a que la investigación es de carácter descriptiva se empleará las indicaciones de color, volumen, resolución de imagen y sentimientos para encontrar la hipótesis; de acuerdo con los hallazgos de la herramienta de recopilación de información.

3.1.2. Definición y operacionalización de las variables

Definición conceptual

Percepción del contenido fotográfico. Según, el portal web Yolasite.com (2021) indica que las imágenes activan nuestra percepción y ya no solo somos simples receptores pasivos de estímulos, sino que adquirimos la capacidad de sentir y rechazar el interés de la empatía percibida por las imágenes; es decir, se activa nuestros procesos mentales superiores como la memoria

Definición operacional

Percepción del contenido fotográfico. Describir los indicadores de la interpretación visual que realizan los lectores respecto al medio de prensa escrita de la región, denominado “Tumbes 21”.

Matriz de Operacionalización de las variables

Cuadro 1: Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE 1: Percepción del contenido fotográfico	El diario "Tumbes 21" hace referencia a un nuevo proceso de comunicación que pretende mejorar la gestión de las fotografías publicadas en el diario. También tiene la intención de definir la realidad a través de sus dimensiones, incluyendo el color, los sentimientos, el volumen y la resolución de la imagen. Describe el nivel de percepción de los usuarios del periódico	Composición de color	- Blanco y Negro. - Colores básicos - A todo color.	Likert
		Volumen	-Tamaño - Ubicación - Contraste a la luz	
		Resolución de imágenes	- Borrosas - Granuladas - Contraste de luz	
		Sentimientos	- Tristeza - Angustia - Incomodidad - Ira - Violencia	

Fuente: Elaboración propia

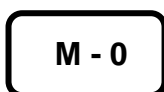
3.1.3. Tipo y diseño de investigación

Es cuantitativa y descriptiva son dos características de la investigación. Se realizó análisis estadístico inferencial de forma que se acepten las hipótesis planteadas, según Hernández et al. (2014), quienes afirman que la investigación cuantitativa se basa en hechos objetivos. De manera similar, Bernal (2006) señala que, si bien la investigación descriptiva está impulsada por las preguntas proporcionadas por el investigador y se basa en encuestas, observaciones, entrevistas y otras metodologías, intenta mostrar, transmitir o identificar hechos, pero no explica las razones de los hechos. Es característico de la investigación que se recopile información de los usuarios que leen el periódico con un instrumento dotado de una escala de calificación que puede ser utilizada para evaluar el nivel de observación del contenido de la foto.

La investigación es de corte prospectivo no es un experimento. Un diseño prospectivo, por otro lado, es un estudio que recopila todos los datos de acuerdo con los criterios del investigador después del diseño. Por ejemplo, The IPS Institute (2021) señala que la investigación no experimental se basa en categorías, variables, eventos o contextos que ocurren sin la intervención directa del investigador; esto significa que el investigador no cambia el objeto de investigación. Se representa con el siguiente el esquema:

comprender el presente.

Esquema



Dónde:

M: Noticias referente a la COVID-19 en los meses: Enero, febrero y marzo.

O: Observación el diario Tumbes 21.

3.1.4. Población, muestra y muestreo

Población. Poblaciones son términos similares que se refieren al número total de componentes que conforman una región analíticamente interesante y de la cual deseamos sacar conclusiones para nuestro estudio estadístico, sustantivo o

teórico, según la investigación de López y Fachelli (2015). Naturaleza en este caso, es el número de ejemplares impresos por Diario Tumbes 21, denominándose consumo del diario. Hay alrededor de 1000 usuarios, de los cuales 700 están incluidos en la población de estudio de Tumbes.

Muestreo. Según los escritores antes mencionados, el muestreo tiene como objetivo combinar los cuatro factores de amplitud universal, nivel de confianza, error de muestreo y varianza para lograr representatividad o precisión potencial en la estimación de parámetros de población. La siguiente fórmula se utiliza para poblaciones finitas:

3.1.5. Criterios de Selección

Criterios de inclusión.

Se tuvo en cuenta a los participantes para la aplicación del cuestionario, los cuales fueron:

Personas mayores de 18 años,

Usuarios lectores del Diario Tumbes 21.

Criterios de exclusión.

Son las personas que no pudieron formar parte del cuestionario estructurado.

Personas menores de 18 años.

Personas analfabetas.

3.1.6. Técnica e instrumento de recolección de datos

Técnica. En la presente investigación, la técnica empleada para recolectar datos fue una encuesta, pues según Casas et al. (2003) describe que es ampliamente utilizada como un método estandarizado para obtener y preparar información de manera rápida y eficiente, que tiene potencial para aplicaciones masivas y para obtener información sobre muchos temas al mismo tiempo.

Instrumento. Se trata de la herramienta que se utiliza para recopilar la información específica de información; lo que para Huesos et al. (2012) viene a ser un conjunto de preguntas agrupadas en orden para obtener información sobre una muestra de la población.

3.1.7. Confiabilidad y validación del instrumento

Para que sea confiable el instrumento se someterá a juicio de experto, es decir, a la opinión experta de tres especialistas, donde, por lo menos, uno debe ser profesional en ciencias de la comunicación y los otros, especialistas en metodología de la investigación, principalmente en el campo de las Ciencias sociales.

Es decir, para lograr la confiabilidad del instrumento, se utilizó una evaluación piloto para ofrecer un equilibrio a los resultados conseguidos. Por lo tanto, se verificaron las pruebas proporcionadas con el fin de brindar mayor autenticidad y seguridad en la investigación elaborada, y obtener una buena precisión en la organización de los ítems, teniendo en cuenta la diversidad del proyecto.

3.1.8. Procedimientos de recolección de datos

Para dirigir la encuesta, el entrevistador comunicó el objetivo de la investigación a todos sus evaluados y la reserva de la información entregada, la escala de calificación de los puntos, la encuesta se realizó con el consentimiento del participante.

Primero, el encuestador fue estricto en el registro de los datos informativos, llenando todos los aspectos solicitados.

Segundo, una vez concluido el llenado de los datos informativos, se procedió con el llenado del cuestionario de la presente investigación, en forma ordenada, asegurando que se marque un solo valor por pregunta y así para todas las

3.1.9. Métodos de análisis de datos

Al finalizar la realización de la encuesta, el material se organizó, tabuló, visualizó, sistematizó y resumió según dimensiones e indicadores por medio de un cuestionario estructurado especial, aplicando los métodos de la estadística descriptiva. El nivel de confiabilidad del instrumento se midió en una prueba piloto de 20 personas que no forman parte de la muestra, con el coeficiente Alfa de Cronbach, que varía entre 0-1, con el software estadístico SPSS V21. Los datos se presentaron como tablas de frecuencia absoluta y acumulada; como en un gráfico de barras, tomando como parámetros la media aritmética y la razón; así como a través de gráficos y sus etiquetas de interpretación utilizando el software estadístico Microsoft Excel.

3.2. Materiales

En el transcurso de ejecución del proyecto de investigación se utilizó diferente utilitario como: Lapiceros, hojas bond, grapadora. Además, se usó computadoras e impresora, en lo que corresponde al equipamiento técnico.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Se logró determinar que el 50.3% de usuarios encuestados alcanzó un nivel alto de percepción, seguido de un 45.9% de encuestados que evidenciaron un nivel medio, así como un 3.8% que evidenció un nivel bajo de percepción del contenido fotográfico del diario Tumbes 21, lo que indica que en su mayoría tiene un conocimiento avanzado del proceso adecuado de una fotografía para prensa escrita.

Se logró observar que el 69.7% de la muestra encuestada obtuvo un nivel de percepción media en cuanto al color, eso quiere decir que si tienen un conocimiento previo de cómo debería ser el color adecuado para una fotografía en medios impresos, ya sea para una portada, columnas y notas periodísticas, luego el 20% de la muestra consiguió tener un nivel de percepción alto; de tal manera se observa que este porcentaje de usuarios conocen más a fondo el tratamiento de color adecuado para una imagen y que tan de importante es para que pueda transmitir bien el mensaje, finalmente, solo el 10.3% de la muestra ha alcanzado un nivel de percepción bajo, es decir que no tienen un conocimiento gnoseológico relevante respecto a los colores en una fotografía periodística.

Asimismo, se evidencia que el 79.5 % de los evaluados obtuvo un nivel de percepción media en cuanto al volumen, por lo tanto, se interpreta que este porcentaje de encuestados si conoce la importancia del volumen en una fotografía, ya que va ayudar al lector a ver con más realidad la imagen y transmitir un mejor mensaje; por otra parte, el 12.4% de población alcanzó un nivel de percepción alta, es decir que el diario si cuenta con usuarios que saben un poco más del trasfondo del procedimiento adecuado para una imagen periodística, y el 8.1% de la muestra alcanzó un nivel de percepción bajo, es decir que no conocen que tan importante es el volumen en una fotografía.

De tal manera el 62.2% de la población obtuvo un nivel de percepción medio respecto a los sentimientos; por consiguiente, se refiere que las imágenes publicadas por la empresa si logra transmitirle emociones ya sean buenas o malas, en paralelo a ello, el 18.9% alcanzado un nivel de percepción baja, es decir que pocas veces las fotografías que el diario difunde le llegan a causar

sentimientos de ira, tristeza, tirria, entre otros; mientras que solo el 18.9% obtuvo un nivel alto de percepción, es decir que perciben mayor detalle las imágenes, por lo cual el diario debe utilizar el uso correcto de ángulos, planos y retoques, para que el consumidor no se sientan incomodo o impactado con las fotografías que publica.

Por consiguiente, 47.03% de los encuestados alcanzó un nivel alto de percepción en cuanto a la resolución de imágenes; es decir, reconocen que la mayoría de las fotografías que imprime el diario no son de buena calidad y no les permite visualizar bien el contexto en que se ha desarrollado un hecho; además, se refiere que el 41.08% alcanzó un nivel de percepción media, es decir, este porcentaje de la muestra tiene un conocimiento gnoseológico de la importancia de una resolución de imágenes en una nota periodística; del mismo modo se observa que el 11.89% de la muestra ha alcanzado un nivel bajo de percepción, en otras palabras, no comprende que tan primordial es la calidad de las imágenes en una noticia.

4.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación no tuvo contrastación de hipótesis por ser subjetiva, es decir, se basa en las percepciones de las personas; es también un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, por lo que trata de identificar hechos, pero no explica las causas de las situaciones; se guía por las preguntas del investigador.

Asimismo, durante su ejecución, permite referir mediante los hallazgos que el nivel de percepción de los usuarios es alto, de acuerdo al cuadro 2, 50.3% respectivamente, concordando así con la investigación de Jurado (2020), quien define que la gran cantidad de su población estudiada percibe que el medio impreso viraliza este tipo de información con tal de vender y posicionarse mejor en el mercado sin interesarles que tan mórbido y violento sea el contenido.

De tal manera, se observa que en el cuadro 3 de la dimensión color, el 69.7% de la muestra evaluada obtuvo un nivel medio de percepción, estando en contraste con la investigación de Valverde (2020) quien refiere que 95% de su muestra acepta los colores que emplea el medio al cual estudia; por lo cual, los usuarios no consideran que es correcto la colorización de las fotografías que emplea el diario; por tal motivo, considera que no va acorde con que desea transmitir.

En la misma línea, se muestra según cuadro 4, que los resultados de la dimensión volumen, solo el 12.4% de los participantes obtuvo alta percepción; lo cual, no genera nada si el diario no ubica de forma adecuada las imágenes, aplicando diferentes tipos de contrastes que haga de una fotografía más estética y llamativa; estos resultados concuerdan con la investigación de Rivera (2020), quien precisa que los medios impresos deben capacitar a su personal para que realicen un buen trabajo fotográfico, acorde al tamaño, las medidas y ubicación adecuada para un periódico.

Por consiguiente, en el cuadro 5 de la dimensión sentimientos se observa que la muestra alcanzó un 62.2% de percepción media; concordando con la investigación de Jurado (2020) quienes señalan que los diarios buscan generar sentimientos en las personas mediante fotografías violentas, sanguinolentas, mórbidas, entre otras, con el objetivo de posicionarse y vender más en el mercado.

Finalmente, en la dimensión resolución imágenes del cuadro 6 se obtiene que el 47.03% de la muestra alcanza un nivel de percepción alto; lo cual no concuerda con la investigación de Pimentel (2019) quien refiere que las fotografías analizadas en su investigación influyen de manera positiva en su muestra, ya que emplea el uso correcto de color y de resolución que trasmite un mejor mensaje; mientras que los usuarios de la presente investigación no aceptan la baja resolución de las imágenes que difunde el diario, generando un bajo entendimiento del contexto en el que se origina la noticia, siendo poco llamativa.

V. CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada, según la variable de estudio, se determinó que la percepción fotográfica de los lectores del diario Tumbes 21 es de nivel alto; por lo tanto, sus imágenes son percibidas de manera negativa por parte de su comunidad lectora.

Asu vez, se analizó que la percepción de los lectores en su contenido fotográfico del diario Tumbes 21, es de Alto nivel, ya que las imágenes de gran contenido violento, debe ser censuradas; debido a que la mayoría de sus usuarios les genera sentimientos de incomodidad o estrés postraumático, por ello es importante que el lector se sienta cómodo al observar las fotografías y pueda leer la nota periodística sin dejarla por la mitad al observar una imagen con contenido inapropiado para su visión.

De tal manera se identificó que los usuarios toman en cuenta el contraste de luz, los colores cálidos, fríos y las formas con la que se emplea la fotografía; por lo tanto, el diario Tumbes 21 debe ser mucho más meticuloso al momento de colorizar sus fotografías con las noticias y darle buen uso de luz natural para que la lectura del usuario sea más amena.

Del mismo modo, se describió que la ubicación de las fotografías es de suma importancia para transmitir mejor el contexto de la noticia, ya que, si empleas una buena combinación entre los contrastes de luz y posición de la imagen, será mejor percibido por parte los usuarios y obtendrán un mejor reconocimiento en el medio impreso.

VI. RECOMENDACIONES

El diario Tumbes 21, debe emplear un mejor uso de sus imágenes, debido a que la mayoría de sus usuarios tienen un nivel alto de percepción; por lo tanto, si quieren ser vistos como un diario serio con calidad e información, debe mejorar el tratamiento de sus fotografías publicadas o de lo contrario seguirá siendo visto como un diario de bajo nivel profesional.

Asimismo, debe emplear constantes capacitaciones a su personal, porque los tiempos cambian y cada día salen diferentes formas de como tomar una fotografía, que planos son los correctos para una nota periodística, que colores se deben emplear, etc. Es por ello que si una empresa no está en constante aprendizaje se quedará en el olvido; por lo tanto, debe centrarse en brindar un contenido adecuado para el consumidor.

En resumen, el Diario Tumbes 21, deben contratar a profesionales en ciencias de la comunicación que se encuentren especializados en el tema, que les aporte a mejorar su imagen y a su crecimiento empresarial.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia de Publicidad en Valencia. (2019) La percepción Visual como recurso creativo. Recuperado de <https://dicreato.com/la-percepcion-visual-como-recurso-creativo/>
- Argiñano, J.-L., & Bilbao, U. G. (2020). Análisis de los titulares y las fotografías de portada en España en el contexto de la crisis del coronavirus: Protagonistas, frames y lenguaje bélico. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(2), Article 2. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).1-23](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).1-23)
- Art Gallery 1819. (2021) Impacto de la fotografía en la actualidad. Recuperado de <https://1819.es/impacto-de-la-fotografia-en-la-actualidad/>
- αUniverse. (2021) El color y su importancia en la fotografía. Recuperado de <https://alphauniverse-latin.com/notas/el-color-y-su-importancia-en-la-fotografia>
- Baena, G. (2017). Metodología de la investigación (Tercera Edición ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Bartolo Shigueta, E. T., & Giraldo Shahuano, L. K. (2023). *Percepción de la fotografía en los estudiantes del VI ciclo, escuela profesional de ciencias de la comunicación, Huacho 2022* [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <https://repositorio.unifsc.edu.pe/handle/20.500.14067/7436>

Calvo, A. (2021) Contenido Fotográfico. Recuperado de <https://www.puomarketing.com/10/16060/relevancia-fotografias-imagenes-marketing-contenidos.html>

Canson Infinity. (2021) Resolución de imagen. Recuperado de <https://www.canson-infinity.com/es/faq/que-es-la-resolucion-de-una-imagen>

Carranza Gonzales, C. M. (2020). *La percepción sobre los contenidos periodísticos de servicio de la red social Facebook del metropolitano y su influencia en la satisfacción de los usuarios de este sistema de transporte público limeño durante agosto del 2020* [Tesis de Posgrado, Universidad San Martín de Porres]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/7452>

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 pregrado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/3699>

Chávez Espinoza, E. L. (2020). *Percepción hacia la forma y el contenido de un diario popular de circulación nacional en conductores de transporte público y analistas de información de Lima Metropolitana* [Tesis de Posgrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/15510>

CogniFit. (2021) Concepto de Percepción. Recuperado de <https://www.cognifit.com/es/percepcion>

Club de la Fotografía. (2013) La Importancia del Color en la Fotografía. Recuperado de <https://clubdefotografia.net/importancia-del-color-en-la-fotografia/>

Club F2.8. (2021) La importancia del color en la fotografía. Recuperado de <https://www.daniabeatrizfotografiasypinturas.com/2018/03/el-color-para-mejorar-fotografiar.html>

De la Cruz, J., Guzmán, K., Ortega, L. y Puello, D. (2020). Percepciones que tienen los lectores del barrio Blas de Lezo de Cartagena de los periódicos el Q´hubo y el Teso en torno a su diseño y discurso. [Tesis de pregrado, Universidad de Cartagena]. Recuperado de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/11231>

El portal de las tesis. (2021). Investigación cualitativa, cuantitativa y mixta. Recuperado de <https://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion.php>

Fernández, J. (2013). La fotografía en la prensa: análisis comparativo del tratamiento de las imágenes de los terremotos de Haití (2010) y de Japón (2011) en la prensa española. *adComunica: Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (6), pp. 189-204. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/78306>

FotoNostra. (2021) Tipos de Fotografía. Recuperado de <https://www.fotonostra.com/fotografia/tiposfoto.htm>

FotoNostra. (2021) Percepción Fotografía. Recuperado de <https://www.fotonostra.com/fotografia/percepcion.htm>

Gogotik. (2019) Qué es la resolución de imagen. Recuperado de <https://gogotick.com/resolucion-imagen/>

Gómez, M., Pierre, J., & Alzate, M. (2010). *Cómo hacer tesis de maestría y doctorado* (Primera ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Hueso, A., & Cascant, J. (2012). *Metodologías y técnicas cuantitativas de investigación* (Primera ed.). Universidad Politécnica de Valencia.

InformaBTL. (2018) 10 términos que debes conocer para generar contenido fotográfico. Recuperado de <https://www.informabtl.com/10-terminos-que-debes-conocer-para-generar-contenido-fotografico/>

Jurado, J. (2020). La prensa sensacionalista y su impacto en los habitantes del Sector San Francisco Número 2 del Cantón Valencia año 2019. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Babahoyo]. Recuperado de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/7889>

Langle, V. (2016). Imparcialidad periodística en las fotografías de las portadas políticas del diario Correo Chimbote. Abril - junio, 2013. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Santa]. Recuperado de <http://repositorio.uns.edu.pe/handle/UNS/2676>

La prensa chicha en Perú. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, (88), pp. 32-27. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/160/16008806.pdf>

Lugo, M. (2022). Tipos de percepción en psicología. Recuperado de <https://www.psicologia-online.com/tipos-de-percepcion-en-psicologia-6287.html>

Medina, L., Pezo, C. y Torres, J. (2020). Análisis antropológico del lector de crónica roja en la prensa sensacionalista: Caso Diario Extra. Journal of business and entrepreneurial studies, 4(1), s.p. Recuperado de <http://journalbusinesses.com/index.php/revista/article/view/29/136>

Minervini, M. y Pedrazzini, A. (2004). El protagonismo de la imagen en la prensa. Revista Latina de Comunicación Social, 7(58), pp. 1-4. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81975808.pdf>

Moot. (2020) Cómo expresar emociones y sentimientos en la fotografía. Recuperado de <https://mott.pe/noticias/como-expresar-emociones-y-sentimientos-en-la-fotografia/>

- Nates, Ó. (2014) Elementos del lenguaje fotográfico. Recuperado de <https://oscarenfotos.com/2014/05/03/elementos-del-lenguaje-fotografico/>
- Navarro, R. (2015). La fotografía de prensa : la perspectiva de autor y las representaciones sociales. La mirada de Héctor García a través de la prensa 1958-1960. Recuperado de <https://journals.openedition.org/orda/2332>
- Ochoa, C. (2021). Muestreo probabilístico: muestreo aleatorio simple. Retrieved 6 August 2021, from <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-muestreo-aleatorio-simple>
- Ojeda, J. (2017) Fotografiar sentimientos. Recuperado de <http://fotografiaparapincipiantes.blogspot.com/2017/08/fotografiar-sentimientos.html>
- Ojeda, J. (2011). Percepción visual y fotografía. Recuperado de <http://fotografiaparapincipiantes.blogspot.com/2011/06/percepcion-visual-y-fotografia.html>
- Patiño, C. (2015). Análisis de la Fotografía Publicitaria en la Promoción Turística de la Fundación Municipal “Turismo para Cuenca. [Tesis de pregrado Universidad de Cuenca] Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22450/1/TESIS.pdf>
- Pimentel, G. (2019). Fotografía sobre el cuidado del agua y la percepción visual en los niños en instituciones educativas, Rímac - Lima 2019. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48753>
- Portal web, concepto (2021). Método inductivo - Concepto, pasos, problemas y ejemplos. Recuperado de <https://concepto.de/metodo-inductivo/>

- Portal web, dzoom. (2014). Luz Suave y Luz Dura: Qué Son y Cómo Sacarles Partido. Recuperado de <https://www.dzoom.org/es/luz-suave-y-luz-dura-que-son-y-como-sacarles-partido/>
- Portal web, lifeder (2020). Método Sintético: Características, Leyes y Ejemplos. Recuperado de <https://www.lifeder.com/metodo-sintetico/>
- Portal web Pguardio. (2021) Concepto de percepción. Recuperado de <https://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/percepcion.pdf>
- Portal web, virtual. urbe. (2021) Marco metodológico. Recuperado de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0088963/cap03.pdf>
- Psicología Bachillerato. (2008) Factores que influyen en la percepción. Recuperado de <https://agameog.blogia.com/2008/112501-factores-que-influyen-en-la-percepci-n.php>
- Revista Latina de Comunicación Social. (1998) La fotografía, como texto informativo. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/z8/r2ab8carlos.htm>
- Revista seo (2010). Método analítico. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpsua/v2n2/v2n2a8.pdf>
- Rivera, J. (2020). El Fotoperiodismo en los Medios Impresos: aplicaciones prácticas y estudio de la imagen en el sol de San Luis. [Tesis doctoral, Universidad de Complutense]. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/64368/1/T42145.pdf>
- Rodríguez, E. (1992). La realidad fragmentada: Una propuesta de estudio sobre la fotografía y la evolución de su uso informativo. (Tesis doctoral). Universidad Complutense, Madrid. Recuperado de <http://webs.ucm.es/BUCM/tesis//19911996/S/3/S3019901.pdf>

Sacristán, L. (2021). ¿Cómo provocar impacto emocional con la fotografía?
Recuperado de <http://www.revista-gadget.es/reportaje/provocar-impacto-emocional-fotografia/>

Sánchez, F. (2020) Los ocho principios que podemos aplicar a la composición fotográfica según la psicología de la Gestalt. Recuperado de <https://www.xatakafoto.com/tutoriales/composicion-fotografia-gestalt>

Sánchez, M. (2016). Criterios de selección fotográfica en los casos de violencia contra la mujer en el Diario Trome. (Trabajo académico). Universidad Jaime Bausate y Meza. Recuperado de http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/78/SANCHEZ_RAMIREZ_MARIA_LUISA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Serna Dioses, D. M. (2022). *Fotoperiodismo y Calidad informativa en las portadas de los diarios regionales de Tumbes, 2022* [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Tumbes]. <https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/64279>

Soria, L. (2011). Estudio de la fotografía publicitaria de Revista Diners (2009); Creación de un Manual de Fotografía Publicitaria. (Tesis de licenciatura). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba - Ecuador.

Tatay, T. (2021). La Importancia del Volumen en Fotografía y Cómo Trabajar con Él. Recuperado de <https://www.dzoom.org.es/la-importancia-del-volumen-en-fotografia-y-como-trabajar-con-el/>

Tatay, T. (2021). La Psicología del Color y su Uso en Fotografía. Recuperado de <https://www.dzoom.org.es/psicologia-color-fotografia/>

Tips de fotografía, V. (2018) La Importancia del Volumen en Fotografía y Cómo Trabajar con Él. Recuperado de

<https://consejosfotografias.wordpress.com/2018/10/17/la-importancia-del-volumen-en-fotografia-y-como-trabajar-con-el/>

Uriarte, J. (2018). Percepción. Recuperado de **<https://www.caracteristicas.co/percepcion/>**

Valverde, C. (2020). Catálogo Fotográfico del Trabajo Infantil y Percepción Visual en Jóvenes de 20 a 30 años, Independencia, Lima, 2020. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Recuperado de **https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51896/Valverde_ECE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y**

Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), pp. 47-53. Recuperado de **<https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/588>**

Vidal, M. (2014). Las 6 Características de una Buena Fotografía Según Michael Freeman. Recuperado de **<https://www.dzoom.org.es/las-6-caracteristicas-de-una-buena-fotografia-segun-michael-freeman/>**

Villa, E. (2012) El impacto de la fotografía en las masas sociales. Recuperado de **<https://discursoscontemporaneosdedisenioetel.wordpress.com/2012/12/05/ensayo-final-el-impacto-de-la-fotografia-en-las-masas-sociales/>**

Wix.com. (2021) Impacto de la fotografía en la sociedad. Recuperado de **<https://competenciabasicadig.wixsite.com/fotografia/lifestyle>**

Yolasite.com (2021) Percepción y Dirección Fotográfica. Recuperado de **<http://percepcion3000.yolasite.com/percepci%C3%B3n.php>**

ANEXO

ANEXO 1: Matriz de consistencia del estudio de investigación

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA																		
PRINCIPAL ¿Cuál es el nivel de percepción del contenido fotográfico por los usuarios lectores del distrito	GENERAL Determinar el nivel de percepción fotográfica de los usuarios lectores del diario "Tumbes 21".	GENERAL La hipótesis se encontrará, de acuerdo a los resultados obtenidos del instrumento de recojo de información, a través los indicadores: color, volumen, resolución de imagen y sentimientos.	Variable 1: Percepción del usuario en el contenido fotográfico = 40 preguntas <table border="1"> <thead> <tr> <th>IMENSIONES</th> <th>INDICADORES</th> <th>INSTRUMENTOS</th> <th>ITEMS</th> <th>NDICE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Composición de color</td> <td>Blanco y Negro</td> <td rowspan="3">Encuesta Aplicada a los usuarios lectores del distrito de Tumbes.</td> <td rowspan="2">1, 2, 3, 4, 5, 6; 7, 8, 9, 10, 11, 12,</td> <td rowspan="3">Likert</td> </tr> <tr> <td>Colores cálidos y fríos</td> </tr> <tr> <td>Tamaño</td> <td></td> <td>1, 2, 3, 4, 5,</td> </tr> </tbody> </table>					IMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	ITEMS	NDICE	Composición de color	Blanco y Negro	Encuesta Aplicada a los usuarios lectores del distrito de Tumbes.	1, 2, 3, 4, 5, 6; 7, 8, 9, 10, 11, 12,	Likert	Colores cálidos y fríos	Tamaño		1, 2, 3, 4, 5,
IMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	ITEMS	NDICE																	
Composición de color	Blanco y Negro	Encuesta Aplicada a los usuarios lectores del distrito de Tumbes.	1, 2, 3, 4, 5, 6; 7, 8, 9, 10, 11, 12,	Likert																	
	Colores cálidos y fríos																				
Tamaño			1, 2, 3, 4, 5,																		

P. ESPECÍFICOS	O. ESPECÍFICOS	H. ESPECÍFICAS	Volumen	Ubicación		6; 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13		
a. ¿Qué relación existe entre la composición de color de las imágenes con los usuarios del diario "Tumbes 21"?	- 3 a. Identificar el factor color en las imágenes fotográficas según su presentación en blanco y negro, colores cálidos y fríos.	a. Existe buena composición de color en el diario "Tumbes 21". b. Existe una buena resolución de imágenes en el diario "Tumbes 21". c. Existe una buena línea grafica del diario "Tumbes 21"	en	Contraste de luz		, 2, 3, 4, 5, 6; 7, 8, 9, 10, 11	1	
b. ¿Qué relación existe entre la resolución de imágenes con los usuarios del diario "Tumbes 21"?	b. Describir el volumen de las imágenes fotográficas	d. Existe sentimientos en los usuarios en las imágenes publicadas por el diario "Tumbes 21".	Resolución de imágenes	Granuladas		1, 2, 3, 4, 5, 6; 7, 8, 9, 10, 11, 12	6	
c. ¿Qué relación existe entre la línea gráficas y en los usuarios del diario "Tumbes 21"?				Borrosas				
				Nitidez		, 2, 3,	1	

<p>d. ¿Qué relación existe entre los sentimientos que causa las imágenes en los usuarios del “Tumbes 21” a los usuarios?</p>	<p>en función al tamaño, ubicación y el contraste a la luz.</p> <p>c. Identificar la categoría de resolución de las imágenes fotográficas según su presentación en borrosas, granuladas y nitidez.</p> <p>d. Describir los sentimientos transmitidos por las</p>		<p>Sentimientos</p>	<p>Tristeza</p> <p>Angustia</p> <p>Incomodidad</p> <p>Ira</p> <p>Violencia</p>		<p>4, 5, 6; 7, 8, 9, 10, 11, 12</p>		
--	--	--	---------------------	--	--	-------------------------------------	--	--

	imágenes fotográficas como tristeza, angustia, incomodidad, ira y violencia		
--	---	--	--

Anexo 2: Cuestionario

PERCEPCION DEL CONTENIDO FOTOGRAFICO DEL DIARIO TUMBES21

Buenos días, reciba mi cordial saludo; le informo que estoy realizando una investigación en el distrito de Tumbes, con el propósito de determinar el grado de percepción del contenido fotográfica del diario “Tumbes 21” de los usuarios lectores, con particular interés en identificar los factores de color, establecer el volumen, identificar la categoría de resolución y reconocer los sentimientos transmitidos en las imágenes fotográficas.

El cuestionario consta de 28 ítems, distribuidos en dos secciones, la primera es de datos informativos del participante y la segunda, está dividido en la variable, las dimensiones y sus indicadores, tiene una duración de 15 minutos.

En tal sentido, le solicito a usted ser honesto en sus respuestas, que permitirá establecer una línea base y de implementación de acciones de fortalecimiento y mejoras.

I. DATOS INFORMATIVOS

Distrito	Tumbes	Edad	años
Lugar			
Grado de Instrucción			
Primaria ()	Secundaria ()	Superior Técnica ()	Universitaria ()

1. ¿Con qué frecuencia compra el diario Tumbes21?

Diariamente	Inter diariamente	Toda la semana	Todo el mes
--------------------	------------------------------	---------------------------	------------------------

--	--	--	--

2. ¿Con que frecuencia usted lee el diario Tumbes21?

Diariamente	Interdiariamente	Toda la semana	Todo o el mes	NUNCA O LO COMPRA

ESCALA LIKERT

Nunca	Casi nunca	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4

PERCPECION DEL CONTENIDO FOTOGRÁFICO

Nº	Ítems	1	2	3	4
	Dimensión 1: Color				
	Indicador 1: Blanco y Negro				
1	Cree usted, que las fotografías en blanco y negro, en el diario Tumbes, ayudan a describir mejor la noticia.				
2	Piensa usted, que las fotografías en blanco y negro				

	en el Diario Tumbes21, reflejan la noticia con mayor detalle.				
	Indicador 2: Colores básicos				
3	Estima usted, que las fotografías presentadas por el diario “Tumbes 21”, solo emplean colores rojo, azul y amarillo.				
4	Cree usted que las imágenes de colores básicos (rojo, azul y amarillo) que imprime el diario Tumbes 21 hace más llamativa la noticia.				
	Indicador 3: A todo color				
5	Las fotografías a todo color hacen más amena su lectura de la noticia.				
6	Considera usted que el diario Tumbes 21 exagera (satura) el color de las fotografías publicadas que acompañan la noticia.				
	Dimensión 2: Volumen				
	Indicador 4: Tamaño				

7	Considera usted que el tamaño de las fotografías en la portada del diario Tumbes 21 es el adecuado.				
8	Considera usted que el tamaño de la fotografía en el Diario "Tumbes 21", es adecuado a las notas periodísticas.				
	Indicador 5: Ubicación				
9	La fotografía de la noticia más importante (portada) esta adecuadamente ubicada.				
10	En alguna ocasión ha observado que la fotografía no corresponde a la noticia publicada en el diario Tumbes 21.				
	Indicador 6: Contraste a la luz				
11	Considera usted, que la fotografía que se publican el diario Tumbes 21 se visualiza mejor cuando fueron tomadas a la luz día.				

12	Al observar las fotografías que publica el diario Tumbes 21, ¿Consideras que el fondo de la imagen destaca más que los personajes principales de la noticia?				
	Dimensión 3: Resolución de imágenes				
	Indicador 7: Borrosas				
13	¿Considera usted, que las fotografías publicadas en el diario Tumbes 21 de manera borrosa o difuminadas, impiden conocer más detalles que tiene la imagen?				
14	En las fotografías borrosas publicadas por el diario Tumbes 21 ¿logra usted identificar detalles en la imagen de la noticia?				
	Indicador 8: Granuladas				
15	Cree usted que las fotografías granuladas le				

	quitan la estética a la imagen.				
16	Considera usted que el diario Tumbes 21 debería censurar las imágenes de sucesos muy fuertes (violencia doméstica, víctimas de asalto, asesinatos, etc.)				
	Indicador 9: Nitidez				
17	Las fotografías presentadas por el diario Tumbes 21 tienen un alto grado (nivel óptimo) de nitidez.				
18	Considera usted que las imágenes con mayor resolución hacen más atractiva la noticia.				
	Dimensión 4: Sentimientos				
	Indicador 10: Tristeza				
19	Las fotografías presentadas por el diario Tumbes 21 le causan algún sentimiento de tristeza.				

20	Ha observado usted, que el diario Tumbes 21 publica fotografías con escenas de llanto y dolor para llamar su atención.				
	Indicador 11: Angustia				
21	Las fotografías publicadas por el diario Tumbes 21 ¿le generan desagrado por su contenido sanguinolento?				
22	Considera usted, que las fotografías publicadas por el diario Tumbes 21 pueden perturbar (repugnancia) a los lectores.				
	Indicador 12: Incomodidad				
23	Las fotografías publicadas por el diario Tumbes 21 muestran imágenes trágicas.				
24	Considera usted que el diario Tumbes 21 debería censurar las imágenes que muestre un alto nivel de tragedia.				
	Indicador 13: Ira				

25	Considera usted, que las fotografías de las noticias publicadas en el diario Tumbes 21 le llegan a reflejar molestia.				
26	Observa usted, que las fotográficas publicadas por el diario Tumbes 21 causa sentimiento de ira en los lectores.				
	Indicador 14: Violencia				
27	Considera usted, que las fotografías publicadas por el diario Tumbes 21 tienen un grado alto de contenido violento.				
28	Piensa usted, que las fotografías violentas incrementan las ventas del diario Tumbes 21.				

Anexo 3: Validación de expertos

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, SAMUEL DAVID ANCAJIMA MENA, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 40721106, de profesión Licenciado en Educación, con grado académico de Magister, labor que ejerzo actualmente como Docente de esta Casa Superior de Estudios.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado, "Encuesta a los usuarios lectores del diario Tumbes 21, del distrito de Tumbes "cuyo propósito es Determinar el nivel de precepción fotográfica de los usuarios lectores del diario "Tumbes 21".

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

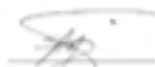
Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		✓			
Amplitud del contenido a evaluar.		✓			
Congruencia con los indicadores.		✓			
Coherencia con las dimensiones.		✓			

Apreciación total:

Muy adecuado () Bastante adecuado (✓) A= Adecuado () PA= Poco adecuado () No adecuado () No aporta: ()

Tumbes, a los 12 días del mes de diciembre del 2020

Apellidos y nombres: Ancajima Mena, Samuel David DNI: 40721106 Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Wilmer Rafael Chorres Saldarriaga con Documento Nacional de Identidad de profesión Docente grado académico Doctor, labor que ejerzo actualmente como Docente, en 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 usuarios lectores del diario Tumbes 21, del distrito de Tumbes”, cuyo propósito es Determinar el nivel de precepción fotográfica de los usuarios lectores del diario “Tumbes 21”.

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

Criterios evaluados	Valoración cuantitativa			
	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 y excelente.

Inaplicable: Si los valores se encuentran en el rango de regular y deficiente.

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

Tumbes, 23 de diciembre del 2021



DR. WILMER R. CHORRES SALDARRIAGA
DNI: 00251793

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Ruperto Arroyo Coico**, con Documento Nacional de Identidad N.º 42366595, de profesión **Lic. En Ciencias de la Comunicación**, grado académico **Mg. Gestión Pública** labor que ejerzo actualmente como **Docente**, en la "Universidad Nacional de Tumbes".

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado "Encuesta los usuarios lectores del diario Tumbes 21, del distrito de Tumbes", cuyo propósito es Determinar el nivel de percepción fotográfica de los usuarios lectores del diario "Tumbes 21".

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 y excelente.

Inaplicable: Si los valores se encuentran en el rango de regular y deficiente.

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

Tumbes, 15 de julio del 2023



Ruperto Arroyo Coico
DNI: 42366595