



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
SECCIÓN DE POSGRADO

**LA NOTICIA POLICIAL TELEVISIVA Y SU INFLUENCIA EN LA  
PERCEPCIÓN DE LA CULTURA DE VIOLENCIA EN LOS  
ESTUDIANTES DE PERIODISMO DE UNIVERSIDAD SAN MARTÍN  
DE PORRES Y LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS**

PRESENTADA POR  
**CRIS ANEATTE DIANA BERNAL TORERO**

ASESORA  
**GUISELLA YABAR TORRES**

**TESIS  
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN  
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

**LIMA – PERÚ**

**2018**



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada**

**CC BY-NC-ND**

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y  
PSICOLOGÍA**

**SECCIÓN DE POSGRADO ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

**LA NOTICIA POLICIAL TELEVISIVA Y SU INFLUENCIA EN LA  
PERCEPCIÓN DE LA CULTURA DE VIOLENCIA EN LOS  
ESTUDIANTES DE PERIODISMO DE UNIVERSIDAD SAN MARTÍN  
DE PORRES Y LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS.**

**TESIS:**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN PERIODISMO Y  
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

**PRESENTADA POR:**

**LIC. CRIS ANEATTE DIANA BERNAL TORERO**

**ASESORA:**

**DRA. GUISELLA YABAR**

**LIMA, PERÚ 2018**

#### Dedicatoria:

A Dios por darme la fe, a mi querido hijo Josealfredo, la motivación más grande que tengo en mi vida. A mi esposo, Alfredo Cautin, quien me impulsó para culminar este trabajo y a mi madre, la destacada periodista Diana Torero, por ser mi ejemplo a seguir en todo aspecto, en especial, en el campo profesional.

## INDICE

RESUMEN .....	5
ABSTRACT .....	6
INTRODUCCIÓN .....	7
a) Descripción de la situación problemática .....	7
b) Formulación del problema, objetivos e hipótesis .....	10
c) Importancia del estudio .....	14
d) Limitaciones del estudio: .....	15
e) Enfoque y tipo de diseño metodológico, métodos, población y muestra .....	15
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO .....	17
1.1 Antecedentes de la investigación .....	17
1.1.1 Antecedentes Nacionales .....	17
1.1.2 Antecedentes Internacionales .....	21
1.2 Bases teóricas .....	23
1.2.1 Teorías de la Comunicación que soportan la investigación .....	23
1.2.1.a Teoría de la Ética .....	23
1.2.1.b Teoría de la Agenda Setting .....	24
1.2.1.c Teoría del Refuerzo .....	24
1.2.1.d Teoría de los usos y gratificaciones .....	25
1.2.1.e Teoría de la Construcción de la Noticia .....	26
1.2.1.g La Teoría Crítica .....	27
1.2.1.h La Teoría de la imagen o semiótica visual .....	27
1.2.1.i La Teoría del Encuadre o Framing .....	27
1.2.1.j Teoría del Cultivo y Socialización, .....	28
1.2.1.k La Teoría de la Atribución - Percepción Social .....	30
1.2.1.l La Teoría de la Opinión Pública .....	31
1.2.2 Tratamiento de la noticia policial televisiva .....	31
1.2.2.1 Discurso sensacionalista .....	34
1.2.2.2 Temática delictiva .....	49
1.2.2.3 Construcción de la historia policial .....	54
1.2.2.4 Criterios noticiosos .....	61
1.2.2.5 Responsabilidad social del periodista .....	63
1.2.2.6 Los antivalores del mensaje .....	79
1.2.3 Percepción frente a la cultura de violencia .....	82
1.2.3.1 Nivel de consumo .....	84
1.2.3.2 Usos .....	86
1.2.3.2.a El Reconocimiento .....	91
1.2.3.2.b Conocimientos previos .....	92
1.2.3.3 Proximidad .....	95
1.2.3.4 Prejuicios .....	98

1.2.3.5	Comprensión de la violencia.....	100
1.2.3.6	Construcción del sentido sobre violencia.....	104
A.	Caso Segisfredo Luza .....	113
B.	Asesinato del primer industrial pesquero en el mundo , Luis Banchemo Rossi .....	114
C.	Asesinato de Fernando de la Romaña “Calígula” .....	115
D.	El caso Giuliana Llamaja.....	116
E.	Asesinato de Miriam Fefer .....	117
F.	Crimen de Alicia Delgado .....	118
G.	Muerte de Ciro Castillo Rojo.....	119
H.	La captura de Alexander Manuel Pérez Gutiérrez, alias “Gringasho”.....	120
I.	La muerte del hincha aliancista Walter Oyarce .....	121
J.	La muerte de Edita Guerrero .....	122
K.	El caso Marco Arenas.....	122
L.	La captura de Gerald Oropeza .....	123
M.	Asesinato de Wilbur Castillo .....	124
N.	El caso Silvana Buscaglia .....	124
O.	Recaptura del Chapo.....	125
P.	La captura de Shirley Silva Padilla, alias “La Gata”. .....	125
 <b>CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES .....</b>		<b>131</b>
3.1	Formulacion de Hipotesis .....	131
3.1.1	Hipótesis General: .....	131
3.1.2	Hipótesis específicas .....	131
3.2.	Variables.....	133
3.2.1	Definición Conceptual.....	133
3.2.2	Operacionalización de variables.....	139
 <b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>		<b>140</b>
3.1	Diseño metodológico .....	140
3.2	Diseño muestral .....	140
3.3	Técnicas para la recolección de datos .....	142
3.3.1	Descripción de los instrumentos.....	142
3.3.2	Validez y confiabilidad del instrumento.....	143
3.4	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información .....	146
3.5	Aspectos Éticos.....	147
 <b>CAPITULO IV: RESULTADOS .....</b>		<b>148</b>
 <b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN .....</b>		<b>183</b>
 <b>CONCLUSIONES.....</b>		<b>195</b>
 <b>RECOMENDACIONES .....</b>		<b>197</b>
 <b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>		<b>199</b>
<b>ANEXO 1: INSTRUMENTO .....</b>		<b>205</b>
<b>ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....</b>		<b>209</b>
<b>ANEXO 3: MATRIZ DE PREGUNTAS .....</b>		<b>212</b>

## RESUMEN

El objetivo central de esta investigación fue determinar la influencia que tiene el tratamiento de la noticia policial televisiva en la percepción respecto a la cultura de violencia de los estudiantes de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas. El instrumento que se utilizó fue la encuesta y las respuestas a las preguntas están en la Escala Likert. Asimismo, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach y la V de Aiken para demostrar su validez y confiabilidad.

La muestra estuvo constituida por 98 unidades de análisis. Conformada por estudiantes de los cursos de Periodismo de noveno ciclo de ambas universidades a quienes se les aplicó el instrumento. Luego de analizar los resultados, a través de la prueba estadística técnica de Correlación de Pearson se demostró la correlación e influencia de las variables.

En ese sentido, los resultados indican que existe influencia significativa del tratamiento de la noticia policial televisiva y la percepción de la cultura de violencia.

Palabras clave: Noticia policial, percepción, cultura de violencia.

## **ABSTRACT**

The main objective of this investigation was to determine the influence that the treatment of the television police news has on the perception regarding the culture of violence of the students of journalism of the Faculty of Communication Sciences of the University of San Martin de Porres and The Alas Peruanas University. The instrument that was used was the survey and the answers to the questions are in the Lickert Scale. Likewise, the Alpha coefficient of Cronbach and the V of Aikenque were used to demonstrate its validity and reliability.

The sample consisted of 98 analysis units. Conformed by students of the ninth cycle journalism courses of both universities to whom the instrument was applied. After analyzing the results through the statistical statistical test of Pearson correlation, they demonstrated the correlation and influence of the variables.

In this sense, the results indicate that there is a significant influence of the treatment of television police news and the perception of the culture of violence.

Keywords: Police news, perception, culture of violence



## INTRODUCCIÓN

### a) Descripción de la situación problemática

Las noticias policiales forman parte del género informativo, son un tipo específico de discurso, de larga historia, que actualmente se han convertido en el insumo periodístico preferido por los medios de comunicación. Se consolidan como noticia de primera plana en periódicos y noticieros y están enmarcadas dentro de un contexto social en el que a diario se cometen crímenes y delitos que corresponden a la ola de inseguridad ciudadana que vive el país.

En la sociedad peruana existe una producción de “malas noticias”. A diario se observa en los medios que los accidentes, asesinatos, robos, asaltos, y extorsiones y crímenes por encargo, forman parte de la rutina informativa.

La División de Homicidios de la Dirección de Investigación Criminal informó que de enero a setiembre del año 2014 la delincuencia y la criminalidad son problemas que no solo afectan a nuestro país sino también a Latinoamérica. El Perú es el país con la más alta tasa de delincuencia en la región.

Según el diario Gestión, en la última encuesta de percepción sobre violencia, del 27 de enero de 2017, el 81% de los limeños piensa que la delincuencia sigue creciendo. El INEI, por su parte, revela en un estudio, el temor que sienten las personas en Lima, pues según un estudio, el 96.6 % de la población cree que será víctima de un delito, datos citados por el Diario Perú 21, el 27 de junio de 2016.

Dichas cifras revelan que la población se siente atemorizada. Ante esto, existe cierta preocupación frente al tratamiento periodístico de la noticia policial que le otorga especialmente la televisión, como el exceso de detalles, sensacionalismo, repetición de temas, es decir, una exposición constante de la violencia y de las miserias humanas, que sin una adecuada contextualización que incentive a la prevención, o a entender las causas del delito, hace que este se banalice y que la violencia y la criminalidad empiecen a tomarse como algo normal en la sociedad. Últimamente hasta el hecho que adolescentes y niños actúen como sicarios demostrando que la vida de las personas cada vez vale menos.

Hacerle frente a estos problemas requiere de un esfuerzo sostenido en conjunto y es aquí donde el periodismo puede ser de gran ayuda para el país por el poder de influencia que tiene sobre la opinión pública.

Existe una crisis de valores y mucho desconocimiento por parte de los jóvenes de otros problemas relevantes que forman parte de la sociedad, porque, como lo señalan los autores, los temas de discusión los imponen los medios. Además, hay una tendencia a creer que todo se soluciona a base de golpes o insultos o que es absolutamente normal hacerlo, y que esto no va a cambiar, se observa que también los medios de comunicación pueden infundir miedo o temor en los televidentes por la manera en cómo presenta la información.

Por lo tanto, interesa averiguar la percepción que tienen las personas sobre la cultura de violencia que hay en la sociedad y cómo influye en ello el tratamiento periodístico de la noticia policial, puesto que, el periodista sirve de mediador, ya que, el público nunca puede acceder directamente a lo que pasó. Asimismo, lo que la televisión informa y cómo lo informa determina significativamente la manera de pensar, incluso de sentir, que tienen las

personas frente a los acontecimientos que ocurren a su alrededor. En consecuencia, el impacto es significativo, por los recursos propios del lenguaje audiovisual.

La utilidad de la noticia policial también es un aspecto importante para investigar, pues sería perjudicial para la sociedad que en lugar de incentivar una cultura de prevención, esta solo ayude para intensificar el problema.

La noticia policial, por lo general, ha sido abordada como parte de las investigaciones que se realizan sobre sensacionalismo, en cambio, poco se ha tocado la manera cómo estas noticias son percibidas en la población.

Se advierte que de no haber un cambio en el tratamiento de la noticia policial en televisión, cada vez se estará más lejos de ser una sociedad donde haya una cultura de paz, ya que, las informaciones no aportarían nada bueno al televidente, son solo para despertar el morbo. Los antivalores en la sociedad irían en aumento, especialmente entre los adolescentes que al igual que los niños, son seres humanos vulnerables con escasa madurez. Ellos, por lo general, no cuentan con sus padres en casa para que les ayuden a discernir entre lo bueno y lo malo que les presenta la televisión, una caja de resonancia que en muchos casos reemplaza no solo a la familia, sino hasta a la escuela a la hora de educar, porque promueve ciertos modelos de conducta.

La violencia física y psicológica se asumiría como algo normal, los estereotipos equivocados sobre hombre y mujer se afianzarían más y cabría el peligro de la pérdida del respeto a la dignidad. Además, la alta cantidad de noticias trágicas puede hacer que la gente permanezca en pánico, un estado emocional que paraliza a las personas y no les ayuda para saber cómo actuar frente al problema.

Asimismo, se hace necesario un perfil profesional del periodista acorde con los retos que impone la globalización, especialmente en el aspecto humano y profesional.

**b) Formulación del problema, objetivos e hipótesis**

**Problema principal:**

- ¿De qué manera influye el tratamiento de la noticia policial televisiva en la percepción respecto a la cultura de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017?

**Problemas específicos**

- ¿De qué manera influye el discurso sensacionalista en el nivel de consumo de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017?
- ¿De qué manera influye el temática delictiva en el uso que le dan los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017?
- ¿De qué manera influye la construcción de la historia en la noticia policial televisiva en el proximidad de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017?

- ¿De qué manera influyen los criterios de noticiabilidad en los prejuicios de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017?
- ¿De qué manera influye la responsabilidad social del periodista en la comprensión de la violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017?
- ¿De qué manera influyen los antivalores del mensaje en la construcción del sentido de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017?

### **Objetivo principal**

- Determinar la influencia que tiene el tratamiento de la noticia policial televisiva en la percepción respecto a la cultura de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.

### **Objetivos específicos**

- Determinar la influencia que tiene el discurso sensacionalista en el nivel de consumo de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

- Determinar la influencia que tiene la temática delictiva en el uso que le dan los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.
- Determinar la influencia que tiene la construcción de la historia en la noticia policial televisiva en la proximidad de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.
- Determinar la influencia que tienen los criterios de noticiabilidad en los prejuicios de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.
- Determinar la influencia que tiene la responsabilidad social del periodista en la comprensión de la violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.
- Determinar la influencia que tienen los antivalores del mensaje en la construcción del sentido de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.

### **Hipótesis principal:**

- El tratamiento de la noticia policial televisiva influye significativamente en la percepción respecto a la cultura de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.

### **Hipótesis específicas**

- El discurso sensacionalista influye significativamente en el nivel de consumo de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.
- La temática delictiva influye significativamente en el uso que le dan los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.
- La construcción de la historia en la noticia policial televisiva influye significativamente en la proximidad de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.
- Los criterios de noticiabilidad influyen significativamente en los prejuicios de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.
- La responsabilidad social del periodista influye significativamente en la comprensión de la violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de

Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

- Los antivalores del mensaje influyen significativamente en la construcción del sentido de violencia de los estudiantes de Periodismo de la Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

c) **Importancia del estudio**

Esta investigación tiene relevancia teórica y científica porque se desarrolla tomando en cuenta las principales teorías de la comunicación y percepción tales como: Teoría de la Ética de Discurso, Teoría de la Acción Comunicativa, Teoría de la Construcción de la Noticia, Teoría de Los Géneros Periodísticos, Teoría Crítica, Teoría del Cultivo, Teoría de Usos y Gratificaciones, Teoría de la Gestalt, Teoría de la Agenda Setting, Teoría del Encuadre o Framing, Teoría de la Atribución-Percepción Social y Teoría del Refuerzo.

Asimismo, tiene relevancia empírica debido a que se obtendrá información sobre lo que piensan los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación respecto a la noticia policial y si en realidad es efectiva a la hora de comunicar el mensaje favoreciendo la comprensión de la realidad o distorsionándola, magnificando lo que ocurre.

La investigación tiene relevancia social, porque permitirá entender cómo es que los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación perciben las noticias policiales en relación a la cultura de violencia que existe en la sociedad, asimismo se podrá detectar los modelos de conducta equivocados que se estén promoviendo al estar asociados con la violencia.



El estudio beneficia al gremio periodístico: estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación que se quieran especializar en Periodismo y que deseen trabajar en el campo policial, dueños de medios de comunicación, y periodistas debido a que se ofrecerán propuestas para que el periodista policial cumpla con un adecuado perfil profesional y humano que le permita ejercer la profesión con excelencia.

Asimismo, beneficia a la comunidad, al aportar mejoras en el tratamiento de estas noticias para que se conviertan en un aliado de la ciudadanía al cumplir un rol preventivo en la sociedad.

**d) Limitaciones del estudio:**

Durante el desarrollo de la presente investigación se presentaron algunas limitaciones como son:

La escasa producción de tesis de posgrado hechas en el Perú sobre la noticia policial.

El alto costo económico que demanda la realización de la investigación para la elaboración del trabajo de campo.

**e) Enfoque y tipo de diseño metodológico, métodos, población y muestra**

La presente investigación posee un diseño no experimental, transversal, de tipo aplicada. De nivel explicativa. Para esta investigación se plantea como población total a todos los estudiantes de Periodismo del VII ciclo de la Universidad Alas Peruanas (97 alumnos) y a todos los estudiantes del IX ciclo de la Universidad San Martín de Porres (34 alumnos). Obteniendo como población total a 131 estudiantes.

La investigación consta de cinco capítulos: en el primero, se expone la introducción con la descripción de la situación problemática, formulación del problema, objetivos e hipótesis, importancia, limitaciones y el enfoque. En el segundo, el marco teórico con los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y su aplicación a las variables de estudio, la definición de términos básicos. En el tercero, se expone la metodología, diseño metodológico, muestral, técnicas para la recolección de datos y las técnicas estadísticas que se emplearon y aspectos éticos.

En el cuarto capítulo, se colocan los resultados del estudio, con la presentación de hallazgos y análisis. Por último, en el quinto capítulo, se realiza la discusión de los resultados, se plantean las conclusiones, recomendaciones y finalmente se presenta la bibliografía.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Antecedentes de la investigación.**

Los siguientes trabajos son considerados antecedentes de la investigación al estar relacionados al problema que es objeto de estudio:

#### **1.1.1 Antecedentes Nacionales**

Quispe, M (2014) en su tesis titulada Exhibición de la intimidad y percepción del público televidente del programa “El Valor de la Verdad” de Frecuencia Latina, en estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo, sede Lima Este, año 2014, desarrollada en la Universidad de San Martín de Porres para optar el grado de Maestro en Periodismo.

Esta tesis se realiza bajo las siguientes hipótesis /objetivos:

Objetivo principal:

- Conocer de qué manera la exhibición de la intimidad en el programa “El Valor de la Verdad” de Frecuencia Latina, se relaciona con la percepción del Público televidente, estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede Lima Este, año 2014.

Objetivos específicos:

- Determinar qué relación existe entre la libertad de expresión del programa “El Valor de la Verdad” de Frecuencia Latina, y el derecho a la información por parte del

público televidente, estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo, sede Lima Este,, año 2014.

- Establecer de qué manera la libertad de expresión del programa “El Valor de la Verdad” de Frecuencia Latinase relaciona con el interés público del público televidente , estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo, sede Lima Este, año 2014.

La investigación utilizó un diseño no experimental, de corte transversal, con nivel de investigación descriptivo correlacional. La población está conformada por 50 unidades de análisis. La muestra está conformada por 50 unidades de análisis. Se utilizó el muestreo no probabilístico.

La técnica para la recolección de datos fue la encuesta y se usó como instrumento, el cuestionario.

Las conclusiones más relevantes son las que a continuación se detallan:

- El programa televisivo “El Valor de la Verdad” hace uso de la libertad de expresión en función de sus intereses mercantilistas vulnerando el derecho a la intimidad de los personajes públicos participantes o de terceros además de los códigos de ética en televisión.
- La exhibición de la intimidad manifestada mediante la libertad de expresión y el sensacionalismo inciden en la percepción del público televidente condicionado el derecho a una verdadera información y de interés público constructivo.

Pérez , J. (2010). Tesis El Perfil profesional del periodista policial que labora en los principales diarios de Lima, desarrollada en la Universidad de San Martín de Porres para optar el grado de Maestro en Periodismo.

Esta tesis se realizó bajo la siguiente hipótesis/objetivos:

- El perfil del periodista policial que labora en los principales diarios de Lima Metropolitana está caracterizado en su gran mayoría, por la condición de ser jóvenes con formación académica, pero novatos en la especialidad y carecen de un marco ético de referencia para afrontar las vicisitudes que se presentan en el desempeño de su profesión.

Objetivo General:

- Identificar y describir las características del perfil de profesional del periodismo policial que labora en los principales diarios de Lima Metropolitana.

Objetivos específicos:

- Realizar una descripción analítica de la noticia policial

La metodología de la investigación fue a base de entrevistas. El diseño es descriptivo y en cuanto a la población, se conformó por 7 editores de la sección policial, 18 periodistas de otras secciones, 3 jefes de información de la Policía Nacional. La muestra abarcó 16 diarios.

Las conclusiones más relevantes son las que a continuación se detallan:

- El perfil del profesional del periodista policial en un sector de la prensa de Lima Metropolitana no tiene especialidad en su campo de acción, en muchos casos es novato y no tiene mayor conocimiento de los códigos de ética periodística.

Los resultados más relevantes son las que a continuación se detallan:

- El periodista policial carece de perfil profesional adecuado, exagera las noticias, no tiene pericia para investigar, se limita a repetir la información que recibe y no va más allá.
- La activa presencia de informaciones violentas muestran una percepción distorsionada del papel de la violencia en el mundo, falta de sensibilidad ante el sufrimiento de los otros y fomenta la posibilidad de comportamientos agresivos hacia otros.
- Las similitudes de esta investigación radican en que su variable dependiente, que es perfil del periodista policial, es uno de los subindicadores que se abordan en la presente tesis, asimismo dentro del marco teórico se profundiza en lo que es la noticia policial, que es una de las variable de estudio.
- Las diferencias de esta investigación radican en que se orienta al perfil del periodista policial en los principales diarios de Lima.

### 1.1.2 Antecedentes Internacionales

Klein , G. (2010) tesis titulada : El impacto de los medios de comunicación de masas en la Percepción de la seguridad pública. Un estudio empírico del caso chileno en el contexto latinoamericano. Desarrollada en la Universidad de Chile para optar el grado de Magister en Ciencias Sociales, en la ciudad de Santiago de Chile.

Esta tesis se realizó bajo la siguiente hipótesis/objetivos:

La percepción de la seguridad pública en América Latina y Chile se encuentra asociada tanto al consumo de noticias como a la confianza en los medios de comunicación

Objetivo general:

Caracterizar los niveles de percepción de la seguridad pública en América Latina y Chile, y estudiar su relación con el consumo de noticias y la confianza en los medios de comunicación.

Se realizó una investigación de tipo cuantitativa, descriptiva y correlacional como a nivel explicativo. El universo del análisis está conformado por todos los individuos mayores de 18 años (excepto en los casos de Brasil y Nicaragua donde se incorporaron en la muestra también individuos mayores de 16 años) en América Latina.

Los resultados más importantes son los que a continuación se detallan:

En cuanto a la «confianza en los medios de comunicación» resulta que la República Dominicana (ICM=1,686) es el país de la región donde se observa el mayor nivel de confianza, mientras que en el caso de Ecuador (ICM=1,110) el nivel menor. A su vez, el

nivel de «confianza en los medios de comunicación» en Chile (ICM=1,527) es mayor al nivel de la región en su conjunto (ICM=1,474). •

Las conclusiones más relevantes son las que a continuación se detallan:

- Frente a la pregunta acerca del nivel de la percepción de la seguridad pública en América Latina, Chile se encuentra bajo del promedio latinoamericano, aunque pertenece al grupo de países más seguros de América Latina. Esto pone en evidencia la paradoja entre la tasa de victimización real y la percepción de seguridad pública.
- La investigadora verificó la hipótesis central del estudio para el caso de América Latina, en su conjunto, y de Chile en particular. Esto es, que la percepción de la seguridad pública depende tanto de la confianza en los medios de comunicación como del consumo de noticias.

En cuanto a las similitudes que existen con la presente investigación es que estudia la variable percepción y cómo la gente vincula lo que los medios de comunicación proyectan en torno a la seguridad pública que a su vez está vinculada a uno de los indicadores abordados en este estudio. Es de metodología cuantitativa y explicativa.

Diferencias con la investigación es que este estudio es global, abarca a países de América Latina.



## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1 Teorías de la Comunicación que soportan la investigación**

#### **1.2.1.a Teoría de la Ética**

Esta tesis se analizará tomando en cuenta la **teoría de la ética del discurso** que plantea la necesidad de una moral universal que debe estar presente en el discurso de los comunicadores, lo cual permite una comunidad ideal de comunicación que incluye a todos los sujetos capaces de hablar y de actuar de manera libre y responsable. Esto quiere decir que, se pretende que no existan conflictos entre los interlocutores, permite un mundo mejor, más solidario, más justo y más humano. Observancia de la ética como principio de verdad y veracidad

Dicha teoría servirá para analizar el discurso de la noticia policial emitida por televisión, es decir, los mensajes y cómo son producidos e interpretados por los consumidores de la información. Si el mensaje, en el acto comunicativo aporta con la construcción del conocimiento, para un mundo mejor, o por el contrario, fomenta estereotipos, trabajando el discurso en base a prejuicios.

Ayudará a analizar la responsabilidad social del periodista en el tratamiento de la información, policial; puesto que, la manera cómo abordar estas noticias debe ser cuidadosa a fin de contribuir con la sociedad en la prevención de los delitos, y no reforzar la cultura de violencia que existe en el país.

### 1.2.1.b **Teoría de la Agenda Setting**

Por otro lado, se recurrirá a la **Teoría de la Agenda Setting**, la cual estudia la influencia de la comunicación social en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia. Para esta teoría, el éxito de la prensa está en decirle a la gente sobre qué tienen que pensar, por lo tanto, decide cuáles son los contenidos de los que van a hablar. Según este enfoque, el receptor, de forma activa aprende de ellos la importancia y el énfasis que le deben dar a ciertos hechos y a otros no.

Se toman en cuenta los siguientes criterios de selección: conflicto, novedad, proximidad, factor económico, interés o importancia, público objetivo, facilidad de cobertura del hecho, interés humano, actualidad e implicación de sujetos.

La teoría de la Agenda Setting permitirá analizar la razón por la cual se le da tanta importancia en los noticieros a los hechos policiales, los jóvenes las comentan a diario, incluso están más enterados de estos temas que de otros que son de gran relevancia para el país.

### 1.2.1.c **Teoría del Refuerzo**

Otra de las teorías que apoyarán la investigación es la **Teoría del Refuerzo** que plantea cómo se forma la opinión y la conducta humana, sostiene que los efectos de los medios de comunicación son limitados, pues dependen de un conjunto de factores que tienen que ver, por ejemplo, con el contenido o la situación de comunicación, la organización del mensaje, la naturaleza de la fuente y del medio, así como el clima de opinión existente.

Menciona tres barreras que hacen que los receptores hagan un filtro para seleccionar su mensaje. Estas son: exposición selectiva, percepción selectiva, y una retención selectiva. Le agrega también un cuarto filtro que es la reinterpretación selectiva del mensaje.

Esta teoría permitirá analizar si el consumo de la noticia policial puede influir negativamente sobre la conducta de las personas y de qué manera, al estar constantemente expuestos a este tipo de noticias. Además, quiénes son los televidentes más fáciles de influenciar y bajo qué condiciones, ya que, adoptan una actitud que subliminalmente es impuesta por los medios.

#### 1.2.1.d **Teoría de los usos y gratificaciones**

Asimismo, la **Teoría de los usos y gratificaciones**, que reafirma que la influencia de los medios es limitada, porque estos solo suelen confirmar o consolidar procesos de formación de criterios alcanzados en los entornos sociales de los individuos. Según esta teoría, los medios se convierten en instrumentos de las audiencias, estas los usan para satisfacer sus necesidades sociales y psicológicas, lo que provoca una competencia entre ellos para responder al público sin tomar en cuenta la calidad de los contenidos.

Esta teoría ayudará a determinar cómo la audiencia usa estas noticias, y si es que el público las reclama, debido a que, muchos productores señalan que lo que muestra la televisión es “lo que le gusta a la gente”. De igual manera, la razón por la cual hay un sector que se siente atraído por “las malas noticias.

### **1.2.1.e Teoría de la Construcción de la Noticia**

Por otro lado, se recurre a la Teoría de la Construcción de la Noticia, para conocer que la noticia es un proceso que tiene como punto de partida el acontecimiento, también el papel que cumple el televidente quien le da sentido al acontecimiento y que tiene una naturaleza subjetiva para interpretar.

### **1.2.1.f La Teoría de los Géneros Periodísticos**

Esta se inicia con los aportes de Aristóteles en la literatura. Según el filósofo, hay un modo lírico, modo narrativo y modo dramático para abordar la literatura en su relación de ficción y realidad.

Esto servirá a la investigación pues el modo dramático que aporta es la estructura que sigue específicamente la televisión para contar las noticias.

Por otro lado, desde el punto de vista periodístico, la teoría sostiene que cada temática puede ser tratada desde un género en particular: informativo, interpretativo y de opinión. Además, el auge de las nuevas tecnologías, han llevado a que se hable del género informativo audiovisual, y de definición de géneros, no como temas, sino como sistema de reglas y normas para facilitar la comunicación.

La teoría servirá para determinar si en televisión hay espacio para los géneros periodísticos, pues muchas veces se mezcla la opinión cuando solo debe informarse en los hechos policiales que presenta la televisión.

### **1.2.1.g La Teoría Crítica**

La Teoría Crítica fundamenta el hecho de que el pensamiento reflexivo no se puede dar en las personas que son seguidoras de la industria cultural, critica la aparente libertad de la que goza la sociedad de consumo , será de utilidad para esta investigación debido a que las características de la sociedad actual están delimitadas por el entretenimiento y al aplicarse al ámbito periodístico, esto se observa en lo que hacen los noticieros, un verdadero show de la información, cuando se trata de hechos policiales los convierten en especies de películas.

### **1.2.1.h La Teoría de la imagen o semiótica visual**

**La Teoría de la imagen o semiótica visual**, que consiste en analizar cómo se producen los signos que hay en la sociedad, definición planteada por Saussure en referencia al signo lingüístico que tiene dos caras: significante y significado, sometidos a reglas.

El signo lingüístico analizado en esta investigación es el mensaje periodístico televisivo, desde el punto de vista de la imagen, pues responde a ciertas estrategias de producción y de acuerdo al género se emplearán determinadas narrativas en su lenguaje.

Por tanto, esta teoría ayudará a entender cómo se crean, se interpretan y se comprenden los significados del mundo visual.

### **1.2.1.i La Teoría del Encuadre o Framing**

La **Teoría del Encuadre o Framing** que consiste en sostener que las noticias son una especie de ventana para ver la realidad determinada por distintos elementos y esto influye en cómo la gente percibe la realidad. El periodista, ya sea, por sus orientaciones culturales,

ideológicas, religiosas, vivencias personales, etc, construye la realidad, seleccionando una porción de ella, desde un punto de vista subjetivo. Por otro lado, el receptor que no asimila todo el contenido de una noticia, solo la reinterpreta en base a una parte que es relevante para ellos. Se trata del contenido implícito que lleva el mensaje.

Esta es la teoría que más se relaciona al objeto de estudio, pues es importante para conocer qué percepción tiene el público sobre los acontecimientos sociales, en este caso los que son abordados por el periodismo policial. Siempre a la hora de contar las noticias, el periodismo resalta ciertos elementos instalados en la sociedad y que forman parte de la cultura, y tiene que ver con aspectos de la forma y el fondo. Desde las imágenes, sonido, efectos, o personajes que intervienen hasta lo que no está tan visiblemente expuesto como los prejuicios y estereotipos que van a ser captados por los receptores y que harán que en base a esto se le dé una determinada interpretación a la noticia. El framing está muy relacionado a la semiótica de la comunicación.

Introduce el elemento subjetivo pues sustenta que las noticias son una representación de la realidad y no un reflejo de la realidad misma, como lo enfocaban las corrientes objetivistas.

#### 1.2.1.j **Teoría del Cultivo y Socialización,**

La investigación también se abordará desde la **Teoría del Cultivo y Socialización**, ya que, estudia el impacto limitado que producen las noticias por medio de la televisión. Se “cultivan” ciertas conductas en el público y este se socializa. Se llama “cultivo” a la manera en que los medios de comunicación impactan al receptor con una visión del mundo única.

Estudia los efectos cognitivos de la televisión que se dan cuando existe una exposición acumulativa y tiempo de consumo y pueden ser: el temor, la incertidumbre, paranoias, etc. Se acentúan en los sectores más dependientes del medio. Esta teoría no afirma que la televisión desarrolle el carácter agresivo en las personas, pero sí que su consumo continuado y exclusivo (cuando se deja de lado a otros medios) favorece el desarrollo de las actitudes violentas y antisociales y de una visión pesimista y paranoica del mundo.

La Teoría del Cultivo plantea la percepción homogénea. Esto quiere decir, que se logra una similitud en las percepciones que pueden ser compartidas y similares en la realidad social del individuo.

No obstante, esta teoría apoyará al presente estudio, al investigar si al emitir constantemente contenidos de noticias negativas, la sociedad se volverá cada vez más ávida de malas noticias y puede tener la percepción de que esto nunca va a cambiar. Por su pobre tratamiento, las noticias policiales no ofrecen una real solución a los problemas. Se corre el riesgo de que se vuelva una sociedad acostumbrada a la violencia o sumergida en el miedo de que algo le pueda pasar.

Por otra parte, se usará la Teoría de la Gestalt que consiste en asumir a la percepción como el proceso fundamental e inicial de la actividad mental y no como el resultado de procesos corporales como la actividad sensorial.

Esta escuela sostiene que la mente tiene criterios o categorías para organizar los datos de la experiencia. La percepción busca de manera directa organizar la información del ambiente dentro de una representación mental simple. En otras palabras, se trata de un proceso

cognitivo. De igual forma, la persona que percibe no tiene un carácter pasivo, como lo argumentaban anteriores teorías conductistas.

La Gestalt afirma que la percepción se basa en torno a leyes de proximidad, similitud, cierre, simplicidad, simetría y buena comunicación. Esto servirá de apoyo a la investigación para ver lo concerniente a las variables que influyen en cómo los televidentes perciben las noticias en torno a los hechos de violencia. Hay aspectos que vinculan al público, que los hace sentirse identificados y cercanos a la experiencia relatada, por alguna razón, lo cual los hará finalmente emitir algún tipo de juicio.

Esto se explica, por ejemplo, si es que el hecho ocurre en su misma localidad, como por ejemplo, Lima. El impacto será mayor, y la percepción diferente, pues territorialmente está más cerca de él, que aquellos que ocurren en el interior o fuera del país.

#### 1.2.1.k **La Teoría de la Atribución - Percepción Social**

La **Teoría de la Atribución - Percepción Social** que está basada también en el comportamiento social, analiza la forma en que las personas perciben las relaciones interpersonales, lo cual servirá para abordar lo relacionado a los personajes que son parte de las historias que se muestran en la noticia policial.

La teoría es aplicable el estudio, ya que, los usuarios de las noticias policiales tienden a emitir “sentencias” o “juicios de valor” a favor o en contra sobre los hechos delictivos y los personajes que muestran los noticieros de televisión . Muchas veces sin ningún fundamento racional, se apoyan en los estímulos emocionales que proyecta el medio que directamente se dirige a las emociones con el uso de la imagen y el sonido.



Se han visto casos donde las personas han reaccionado hasta con violencia, tratando de tomar justicia por propia mano, lo cual resulta preocupante. Asimismo, personajes que han sido estereotipados por la sociedad con ayuda de los medios, y han quedado con la imagen de culpables de actos delictivos de los cuales después, judicialmente, fueron absueltos.

#### **1.2.1.1 La Teoría de la Opinión Pública**

La Teoría de la Opinión Pública, del periodista Walter Lippman, introduce el concepto de estereotipos en las ciencias sociales en 1922. Consiste en que el aprendizaje de la realidad no es directo, sino que, está estrechamente vinculado a las imágenes mentales que cada persona se va formando sobre esa realidad. La prensa es un factor determinante, dado que, condiciona aquellas imágenes mentales de los individuos.

#### **1.2.2 Tratamiento de la noticia policial televisiva.**

Los hechos policiales se han convertido en noticias que son de alta demanda en los noticieros de televisión. No existe uno solo de estos programas que no le dedique un espacio considerable, diariamente. La aceptación que logran es buena, y causan mucha curiosidad especialmente entre los jóvenes que al ser interrogados sobre los temas trascendentales que afectan al país, responden con lo relacionado a los sucesos policiales, pero ignoran otros de importancia nacional.

La noticia policial está en la agenda del medio y ocupa uno de los primeros lugares. “ Se afirma que existe una relación directa y causal entre el contenido de los medios y la percepción por parte del público de lo que es el asunto más importante del día” (Alsina, 1993,p.47)

Con esta cita, se quiere decir que, las noticias que el público asume como “importantes” son impuestas por los medios de comunicación, aunque en realidad, muchas veces no lo sean. Es preciso señalar que hasta los detalles que brindan como información, pueden ser intrascendentes, de modo que, obedecen a un afán sensacionalista y morboso, ahora bien, a las personas se les crea la necesidad de aceptarlos, a causa de que, los medios les posicionan la idea de que la noticia es “importante”. En otras palabras, ellos eligen los temas a los que el público del dará relevancia.

Ante esto, definir lo que es noticia va a depender más bien de aquello que los periodistas creen que interesa a los televidentes, por eso, la noticia, ya no será tanto de un interés general, sino de aquello que interesa a los periodistas. (Lopez, 1998, p.25)

Dicho interés puede obedecer a los criterios de noticiabilidad que rigen en determinada empresa periodística y que emplea el periodista para medir la importancia de las noticias o también a factores eminentemente mercantiles que son de conveniencia para los medios de comunicación que trabajan en función al rating o a los altos índices de lectoría.

Los editores y directores informativos con su selección día a día y su despliegue de informaciones dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Esta capacidad para influir en la relevancia de las cuestiones del repertorio público es lo que se ha dado en llamar la fijación de la agenda por parte de los medios informativos. (McCombs, 2006, p. 24)

En resumen, el periodista tiene el poder de hacer que el público se interese por un determinado hecho, lo posiciona en la mente de las personas, hasta que esta trascienda a su círculo social, laboral y familiar. La agenda del medio es la agenda del público, como bien lo afirmaba McCombs, si esto ocurre, se confirma que existen efectos muy poderosos de los medios de comunicación sobre los televidentes.

Por otro lado, según la opinión de Wanta (1997) : "No todas las personas demuestran idénticos efectos de la agenda-setting. No todos los temas influyen de la misma manera en los individuos. No todos los tipos de cobertura influyen igual. Una infinidad de factores intervienen en este proceso" (p.1)

Esto permite recalcar que si bien hay un impacto en el público determinado por la acción de los medios, que no es mínimo, el efecto no se da de la misma manera en todas las personas. Hay quienes tienen una percepción respecto a lo que ocurre, diferente de los otros, sin embargo, también puede haber personas que coincidan en su forma de ver la realidad. Esto dependerá de muchos factores como las experiencias personales de cada uno, el contexto en el que se vive, la educación, la influencia de amigos, etc.

Cabe resaltar que, la delincuencia es el problema que más preocupa a los peruanos. Según un estudio publicado por el Jurado Nacional de Elecciones (JNE 2016) , un 61% de la población percibe que la delincuencia es el problema más grave, en tanto, un 48% señaló a la corrupción.

Con lo afirmado no se pretende decir que no se le debe dar importancia a la información del ámbito policial, el problema radica en que si esta información en la manera en que es tratada contribuye a un bien social y si es que las personas lo perciben de esta manera, es

por ese motivo, que las noticias policiales, también suelen utilizarse como cortinas de humo de los gobiernos de turno.

### **1.2.2.1 Discurso sensacionalista**

Es un recurso que utiliza el periodismo para hacer más atractiva la información, incluso algunos investigadores opinan que: “El sensacionalismo es una característica original del periodismo debido al interés de las personas en novedades que no tienen por qué ser necesariamente relevantes o de utilidad social”. (Gargurevich, 1999,p 259)

Esto se observa en las noticias policiales que reporta la televisión, por ejemplo, cuando se narra que una mujer fue asesinada a martillazos o acuchillada. En la pantalla se presenta la imagen de un martillo o de un cuchillo en primer plano, puede que no sea el mismo con el que fue atacada la víctima, y aunque lo fuera, es escalofriante tan solo el hecho de mostrarlo. El objetivo que se persigue al hacerlo, no tiene utilidad social alguna, solo lograr el impacto usando el recurso sensacionalista.

Al analizar lo que sostienen otros autores, se encuentra que: “El sensacionalismo parece favorecer la percepción del mundo en términos de conmoción permanente, conmoción que, se asume, dificultaría la identificación, conocimiento y debate sobre los conflictos contemporáneos” (Martini, 2012, p. 56).

Esta alteración brusca en la sociedad se hizo notar, por ejemplo, con las noticias relacionadas al incendio en la Galería Nicolini, en la zona conocida como Las Malvinas, ocurrido el 22 de junio de 2017, dos semanas antes se habían reportado cerca de ocho

siniestros de gran magnitud. Se sentía en la sociedad una conmoción permanente, incluso temor de frecuentar algún lugar público donde pueda ocurrir algo similar.

En consecuencia, el sensacionalismo ayuda a formar las imágenes acerca del mundo con palabras, frases e ideas, imágenes y sonidos, personajes y sus historias que construyen un sentido acerca de lo que ocurre en la sociedad.

Esta opinión es compartida por Walter Lippman (citado en McCombs,2006) quien sostiene que la información que ofrecen los medios informativos cumple un rol fundamental en la construcción de las imágenes de la realidad y además lo que influye en esas imágenes es el conjunto total de las informaciones que suministran.

Cuando se refiere que el periodismo construye imágenes de la realidad, no quiere decir que lo que muestra sea la realidad misma, pero se produce la sensación como si lo fuera. Por ello, es importante todo aquello que los ciudadanos reciben como información, pues es vital para saber cómo ven e interpretan las distintas situaciones de la vida. El sensacionalismo construye una forma de ver la realidad, entonces, resulta preocupante que la información sea tomada como una mercancía donde importe más la forma cómo se presenta la historia que el contenido mismo de la información.

Sin embargo, el periodista e investigador Juan Gargurevich resalta poder distinguir entre el sensacionalismo y lo sensacional. Las noticias, que son consideradas en la categoría de “sensacional”, provocan un gran impacto emocional en el público por sí solas. Son hechos no previsibles y que por su importancia merecen un tratamiento periodístico especial (Gargurevich,1999, p. 25 )

En palabras de este autor son: “sucesos de gran espectacularidad por sí mismos que no necesitan que nadie los sensacionalizara” (p.25)

En el ámbito internacional, algunos casos sirven como ejemplos : La muerte del llamado “Rey del Pop”, Michael Jackson (2009), los atentados del 11 de setiembre (2003), la muerte de la Princesa Diana de Gales (1997), el fallecimiento de Juan Pablo II (2005) . A nivel nacional: La tragedia del grupo Néctar (2007),el rescate de rehenes de la embajada japonesa secuestrados por los terroristas del MRTA (1997), La captura de Abimael Guzmán (1992),el asesinato del magnate Luis Banchemo Rossi (1972), el motín del sexto (1984) , entre otros.

Actualmente casi todos los canales de televisión, así como los diarios, cuentan las noticias con ayuda del discurso o uso del lenguaje sensacionalista. Este ya no es un recurso exclusivo de la prensa catalogada como “chicha”, ahora el sensacionalismo está presente en todo tipo de producto informativo y de distintos periódicos o canales de televisión, sin importar el contrato de lectura que estos tienen con su audiencia.

Según Martini (2012), existe una fuerte tendencia en los medios de informar a través del discurso sensacionalista, que busca el impacto del público desde la escenificación, la impresión y las sensaciones. Además cambia las teorías que se tenían sobre la noticia porque esta no sería concebida como el relato de un acontecimiento, sino como la construcción de un relato, que es una versión espectacularizada de la realidad.

El discurso es entendido como el uso del lenguaje. Sus dimensiones son la sintaxis, la gramática y pragmática, además el estilo y la retórica, esto último comprende cómo se

puede hacer más persuasiva la comunicación, a través de las propiedades del discurso (Dijk,1990, p.50)

Lo que dice el autor implica que existan recursos periodísticos para lograr un efecto en el público y que es principalmente que modifique su actitud en torno a un hecho que se le está informando, por consiguiente, el trabajo periodístico es una actividad persuasiva que tiene una intensión y que usa un lenguaje sensacionalista para impactar y va directo a la emoción, más que a la razón.

Rey (2007), en su obra *Los relatos periodísticos del crimen*, comenta que las noticias policiales son hechos que afectan la vida de las personas y que son una manera específica de narración con reglas lógicas y operaciones particulares que lo diferencian de otros géneros informativos (p.12)

Es por ello, que su tratamiento implica todo un proceso con una narrativa especial. Se resaltan ciertos atributos del hecho policial, en imágenes, titulares, la narración misma, el acontecimiento, los temas y el mensaje. Así como también, la forma de presentar a los personajes implicados. La interpretación se logra con la base de las imágenes mentales que están instaladas en la sociedad.

Barthes citado por Pedroso (1982,p.145) dice que el discurso sensacionalista es elaborado a partir de la información total, excepcional, insignificante y sin contexto, entendida como *fait divers*. Esa información excepcional (sobre la muerte, el mal, la violencia,) legitima, en el espacio periodístico, la explosión del impulso agresivo, del pueblo y del lector.

Para dicho autor, existe un efecto negativo en el receptor al ser sometido constantemente a estos tipos de discursos. El discurso sensacionalista tiene códigos consistentes en el empleo intencional de sonidos, palabras, e iconos que representan algo caracterizados por la exageración. Resultaría peligroso, como lo dice el investigador, que el periodismo, a través de estas noticias, se convierta en un motor para cultivar conductas agresivas en el espectador, y lo que es más preocupante lo legitima, es decir se llega a percibir la agresión o la violencia como algo normal.

En esta perspectiva, cabe resaltar que una imagen puede ser sonora, visual o multimedia y siempre representa la realidad. Para algunos autores como Barthes (2009), tiene un gran poder que hasta suele relegar a la palabra, al considerar que esta es estructuralmente “parásita de la imagen”.

No obstante, en ese poder existen riesgos, puesto que al decir que la imagen representa la realidad se está afirmando que no es la realidad misma, sino una representación, por tanto, hay que tener cuidado con lo que se construye, y es importante tener un sentido crítico acerca de lo que se muestra en la pantalla.

Al analizar lo que dicen los autores, se encuentra la opinión de Villafañe (2006): “El concepto de imagen comprende otros ámbitos que van más allá de la comunicación visual y del arte, implica también procesos como el pensamiento, la percepción, la memoria, en suma, la conducta” (p.29).

Lo que se percibe a través de las imágenes implica la formación de una opinión y por tanto, de una conducta, como lo manifiesta el investigador. Sus códigos de imagen y sonido son



muy poderosos para instalar ideas equivocadas sobre la realidad, percepciones que después serán difíciles de cambiar.

Asimismo, todos los elementos que intervienen dentro de la composición de la imagen transmiten algo. Desde los personajes que se muestran y sus gestos, hasta los mensajes y significados que se les puede transmitir a las personas, esto puede repercutir inmediatamente en la sociedad.

Ferrés (1999) sostiene:

El espectador (...) vierte sus deseos sobre las imágenes, confiriéndole un sentido y al mismo tiempo recibiendo un sentido de ellas. Niños y adultos tenderán a imitar más a aquellos modelos que tengan mayor capacidad de conectar con sus necesidades psíquicas, con sus sentimientos, con sus emociones. (p.11)

La experiencia televisiva genera en el receptor actitudes y comportamientos poco racionales. Es interesante esta postura que tendría mucho en común con la de Barthes (que fue antes mencionada) pues advierte que el exceso de violencia que se muestra puede generar tendencia a imitar las mismas conductas delictivas de los personajes.

La fuerza de las imágenes aportan un ritmo y espectacularidad a la realidad representada, por tanto, cumplen una función expresiva al manifestar un punto de vista, es decir, la subjetividad del emisor, que con ayuda de los efectos propios del proceso de edición, se puede “hacer ver a un personaje” como el culpable de un hecho, o al inocente o víctima,

como tales. A veces, puede que esta función se use de manera tendenciosa, para hacer pasar a personas como responsables de algún delito.

En cuanto a los titulares, estos anuncian y clasifican la noticia y al mismo tiempo explican la información. La titulación es un proceso que implica una valoración del suceso. Sirve como un importante gancho para captar la atención del televidente, por este motivo, desde el punto de vista de la comunicación, cumplen una función apelativa.

Según Van Dijk (1990) , los titulares son la parte más importante del texto periodístico pues, además de sintetizar el texto que encabezan, orientan su interpretación.

Se entiende que si una noticia aparece en un titular es porque es importante y es el medio de comunicación quien le otorga dicho valor. No obstante, en los noticieros es frecuente ver que se elaboran de una manera sensacionalista.

Provocar la noticia, así esta no exista, con tal de despertar el interés, es otra de las características del sensacionalismo. Esto se ve, por ejemplo, en los titulares de los periódicos y noticieros, en vista de que, muchos no corresponden a la noticia anunciada. Su función como lo asegura Gomiz (1991) es hacer parecer interesante algo aunque no lo sea, sacando provecho del verbo de acción en tiempo presente.

Los titulares impresos, radiados o televisados configuran hoy el uso dominante del tiempo presente, configuran hoy la imagen periodística de la realidad, con la que solemos entrar en contacto varias veces al día. Los medios favorecen la participación de su audiencia como

espectadores y a veces incluso como actores, presentando como acciones no terminadas en tiempo presente, lo que ocurrió un día o más antes (Gomiz, 1991,p.31).

Esto ocurre porque su función es “vender la noticia” y como se hace también en la publicidad de tipo emocional, la compra del producto o su recordación se logra cuando se involucra al consumidor, se le hace partícipe de los sentimientos que evoca el producto.

A continuación, se completa esta explicación citando algunos ejemplos de titulares en pantalla extraídos del magazine informativo América Noticias, Primera Edición, de fecha 13 de octubre de 2016 :

- “Sujeto acuchilla a hija al enterarse que tenía que pagarle manutención”
- “Matan a balazos a promotor de dos colegios en el Callao”
- “Hallan muerta a pareja en casa de Puente Piedra. Policía cree que ella lo envenenó y luego se suicidó”.

Con estos titulares se logra involucrar al espectador, por ejemplo, los juicios por alimentos son situaciones frecuentes en la sociedad, esto afecta principalmente a las mujeres que son madres solteras o divorciadas. Muchas pueden sentirse identificadas y al mismo tiempo asustadas, quizás alguna televidente ha pasado por una experiencia similar, sin llegar necesariamente a ser agredida de esa manera.

Asimismo, los valores noticia que privilegia el sensacionalismo están presentes en estas noticias, como lo son: el impacto, la polémica y el conflicto.

Los titulares en las noticias televisivas tienen un impacto social, es decir, causan efectos o cambios en la sociedad, por ello, también cumplen una función apelativa. Para explicarlo mejor, se colocan otros ejemplos:

Noticiero : Atv noticias- Primera edición

Fecha: 9 de febrero de 2016

- Ministerio de salud en alerta
- Terrible agresión: Hombre agrede sin piedad a su hijo de 5 años

En el primer caso, el titular anuncia a la población que debe estar alerta, en relación al contagio del virus Zika, debido a que se han detectado dos casos de extranjeros infectados que vinieron a Lima. En el segundo, el titular pretende conmover a la audiencia a fin de que se indigne por los terribles abusos que este hombre cometía contra su propio hijo. La difusión de esta noticia provocó la reacción del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. Además, de la fiscalía que mediante un comunicado indicó que el agresor, José Luis Minaya Janampa, será investigado.

Se recuerda la clasificación de titulares que hace Núñez Ladaveze (1991):

- **Titular informativo:** destaca datos concretos de la información
- **Titular apelativo:** utiliza el lenguaje para llamar la atención , el conocimiento del hecho no se presume, pero tampoco no se ofrecen datos suficientes
- **Titular temático:** enuncia el tema informativo, pero no permite que el televidente identifique la noticia.

- **Titular interpretativo:** apela el contexto dentro del texto periodístico.
- **Titular expresivo:** predomina el punto de vista del periodista. Hace referencia a posturas políticas y a importantes temas de debate. No informa También lo utiliza la prensa sensacionalista.

Los diarios sensacionalistas frecuentemente no titulan tanto por el resumen de un hecho cuanto por una frase que anuncie con eficacia el producto –la información– en términos sugerentes. En los diarios serios es igualmente frecuente que destaquen, más que la actualidad convencional, la noticia de cosecha propia, o que, cuando titulan por el hecho del día se esfuercen por afinar la redacción hasta ofrecer una sentencia historia anticipada (Gomiz, 2001,p.27)

El autor reconoce que estas exigencias periodísticas y comerciales hacen que la información se convierta en un producto al que se debe embellecer para vender.

El reportero cumple la función de contar los hechos que ocurrieron, pero muchas veces cae en la tentación de montar un show en torno al acontecimiento, sea este un homicidio, un asalto, un accidente, o un atentado.

Pedroso (1994) en su artículo, *Elementos para una teoría del sensacionalismo*, señala lo siguiente:

El discurso sensacionalista es una forma de comunicación enfática y apelativa con el pueblo, es una forma mitificada de tratamiento de este. Los editores suponen que el modelo de la oralidad, de la repetición (de hablar fuerte, despacio, deletreando) es lo más adecuado para las clases populares y que el pueblo es atraído por las letras grandes (y los sonidos fuertes)

Esta es la manera de llamar la atención, aunque la noticia no sea relevante. Otro punto a resaltar es que no todos los reporteros saben narrar, es decir construir una historia, asimismo no todos los hechos se prestan a ser narrados. Esto sería una de las razones por las que se recurre a la narración sensacionalista. Al respecto, Ana Aguilar, en su blog de comunicación corporativa, dice que las palabras que usa el reportero son determinantes para saber si es sensacionalista o no, por ejemplo:

Si en lugar de decir :

- “Dar declaraciones” , prefiere sustituir lo dicho por “ rompe el silencio”
- “Duda”, la reemplaza por “polémica”.
- “Discusión” lo cambia por “pánico”.
- “Alarma” es sustituida por “terror” o “caos total”.
- “Matanza” por “masacre, exterminio”, etc.

El sonido también es una forma de comunicación, una herramienta para construir historias. Tiene un gran poder de recordación, aunque lo proyectado en la pantalla se haya esfumado, lo percibido queda en la mente y se le otorga un sentido. Una de sus funciones es hacer avanzar la narración, además le otorga velocidad a la acción. Sin lugar a dudas las imágenes adquieren un significado que sin sonido no la tendrían.

Chion Michel (1993), afirma:

Es el valor expresivo e informativo con el que un sonido enriquece una imagen dada, hasta hacer creer, en la impresión inmediata que de ella se tiene, o en el recuerdo que de ella se conserva, que esta información o esta expresión se desprenden de modo «natural» de lo que se ve, que está contenida en la sola imagen (s/p)

Ambos tienen un valor muy importante y es recíproco, como lo dice el autor, porque la imagen también modifica la impresión que tiene la gente acerca del sonido. El sonido ayuda a crear mayor impacto y a fijar una mejor y acertada percepción sobre lo observado.

En este sentido, la voz en off del reportero puede ser de gran impacto y hasta puede considerarse un elemento sensacionalista como recurso para llamar la atención del hecho. Se recuerda polémicas periodísticas de televisión como Mónica Chang, quien en las décadas del 80 y 90 se caracterizaba por ese estilo sensacionalista de narrar la noticia.

De esta forma, se le otorga un gran poder al periodista como narrador de la historia, lo que dice es influyente para que el receptor se forme una opinión o la percepción acerca de algo.

Por otro lado, cuando esa narración del reportero viene acompañada de música tiene la propiedad de trasladar en un viaje imaginario al espectador hacia la realidad que se está mostrando. Cumple una función expresiva al crear climas emocionales, sin dejar de lado la función gramatical, puesto que, estructura las secuencias, enlazan los planos. Tiene la particularidad de generar empatía, es decir ayuda a participar de la emoción de la escena en función de códigos culturales de tristeza, alegría, ira, etc. como lo dice el libro *La Audiovisión*, de Chion Michel (1993)

Alsina( 1993) en su obra *La construcción de la noticia* opina lo siguiente:

Pero no puedo dejar de mencionar por ejemplo, el papel que desempeña la televisión como una institución cultural central de nuestra sociedad, que vehicula un discurso, según algún autor (SI LVERSTONE, R.,1981) mítico que construye una realidad social. Sin embargo, dadas las características tecnológicas del medio televisivo, el informador debe probar con imágenes lo que está diciendo. Las imágenes de los acontecimientos hacen más difícil el control de éstos por parte del mediador.

Es decir, existe una relación entre lo que se ve y se escucha, lo que el autor llama una “relación dialéctica”. Es cierto que las imágenes muchas veces “hablan por sí solas”, sin embargo también existe lo que se llama “manipulación” que se realiza a través de una edición. Esto acompañado de un texto sensacionalista, más los mitos que hay en la sociedad, se puede otorgar al mensaje un sentido distinto del que en realidad es.



El exceso de detalles forma parte del discurso de la noticia policial, sin embargo, se discute hasta qué punto resulta conveniente colocarlos. Por ejemplo, cuando se informa que una madre, luego envenenar a sus hijos, se suicida, el reportero narra al detalle cómo esta preparó el veneno, dónde lo compró y hasta cuánto le costó. En el caso de un parricidio, se cuenta cómo es que el sujeto comete su crimen, si es que está dentro de una casa tratando de acechar a su víctima, cómo y dónde se esconde, qué instrumento planea usar para matar, y bajo qué argucias. En otras palabras, se privilegia el cómo en lugar del porqué. Cuando se trata de informar sobre una violación, se observa también que los periodistas cuentan los detalles de cómo fue, y lo que es peor, si la víctima es menor de edad, no hay consideración alguna con el respeto a su dignidad. Hasta le hacen preguntas, para detallar cómo se cometió el acto del tocamiento indebido o la violación sexual que sufrió (lo que sí se hace es proteger el rostro del menor).

Al analizar a los distintos autores y teóricos que tratan el tema, Martini (2012) en su investigación *El sensacionalismo y las agendas sociales* afirma lo siguiente:

Se puede asumir que la propuesta es mostrar antes que aportar o demostrar, o conmover antes que reflexionar sobre problemáticas que cruzan los ámbitos privado y público y que muestran la relación inevitable entre el delito y ciertos aspectos críticos de las instituciones de la salud, la seguridad, la justicia en relación con la pobreza (...) (p.57)

Esta dupla de mostrar y conmover, resultaría peligroso, puesto que, quizás podría servir de ejemplo para cometer actos delictivos, por gran impacto que tiene la televisión. Con esto no se quiere decir que todo aquel que vea un contenido violento, se convertirá en un criminal. El enfoque psicológico de Freschback (1971) asume que ver contenidos violentos en televisión podría significar más bien una especie de catarsis que sirve para controlar impulsos agresivos en las personas, resalta sin embargo, como un factor influyente a la educación, pues esta práctica solo la realizan personas de clase media, por consiguiente, la respuesta no es la misma para los que pertenecen a estratos sociales bajos. Conforme sostiene el autor, los mecanismos formativos de estas personas no se encuentran bien desarrollados para controlar internamente sus impulsos agresivos. Esto quiere decir que existe un mayor peligro de imitación de conductas agresivas en personas de niveles socioeconómicos bajos.

Klapeer (citado en Xosé Ramón Rodríguez, 2011) menciona que aunque los medios de comunicación sí provocan cambios de actitud, este efecto es menos frecuente. Destaca que lo que provoca es un refuerzo o mantenimiento de lo que antes existía, en otras palabras, por sí solas, no tienden a crear un acto de imitación de la violencia, si no que es un factor de influencia que actúa junto con otros como son las normas de los grupos sociales, la influencia de los líderes de opinión, la naturaleza comercial de los medios de comunicación, la exposición selectiva, entre otros.

Esto resulta de vital importancia al ser la televisión un medio de fácil acceso, incluso más que los periódicos, ya que, estos implican realizar una lectura exclusiva (porque al mismo tiempo no se pueden hacer otras actividades), tener un tiempo dedicado a ello, y un ejercicio de comprensión. Por otro lado, los que tienen esa predisposición a ser violentos, al

hacer uso de la televisión viendo dichos contenidos y si están influenciados, o piensan ingresar a ciertos grupos, por ejemplo, pandillas u organizaciones de crimen organizado, se reforzará en ellos su conducta agresiva.

Entonces, no habría prevención o ayuda, en consecuencia, la televisión agravaría el problema. Los más vulnerables, como lo son los niños y los adolescentes pueden verse sometidos por lo que observan en la pantalla.

Klaper, De Fleur y Ball- Rocheach (citado en Monje,1986) aseguran que se puede aprender una conducta agresiva al observar la descripciones hechas por los medios de comunicación y bajo ciertas condiciones modelar sus conductas sobre los personajes agresivos de esos medios”

Desde su punto de vista, el exceso de detalles en el discurso sensacionalista puede provocar conductas agresivas en el receptor y modelar aquellas conductas que están predisuestas. En términos generales, no habría lugar a la prevención de la violencia, sino todo lo contrario.

#### **1.2.2.2 Temática delictiva**

Existen investigadores que afirman que los temas en los que van a pensar las personas los deciden los medios de comunicación, ellos configuran la agenda pública y no solo eso, también marcan la pauta de la importancia que el público le otorga a las noticias. Al respecto, dentro de la selección de temas, hay una tendencia a informar noticias relacionadas a los delitos especialmente cuando se trata del noticiero de televisión o magazine matutino.

Para Marletti (1985) el tema "no es sino una forma de generalización simbólica de situaciones singulares que posibilita la comunicación" Es decir, los acontecimientos entendidos como hechos de actualidad conocidos por el público vía los medios de comunicación

Los acontecimientos policiales ocupan más de un bloque en el noticiero, en su totalidad, las notas de este tipo suman mucho más cantidad que las de corte político, económico, internacional, o cultural.

Por otra parte, es cierto que cada época vive su propia temática delictiva. En 1980 y 1990, fue la década de los atentados terroristas, actualmente el contexto está marcado por la violencia urbana, el crimen organizado, y desde que se destaparon los delitos del gobierno de Alberto Fujimori, la corrupción en las más altas esferas del gobierno. Estos temas y los de violencia e inseguridad son los de constante preocupación pública, una preocupación que es impuesta por los medios y construida por los medios. Como consecuencia, la sociedad vive en constante zozobra de que algo malo puede ocurrir.

Jean Seaton (citado en Vergara,2008) dice que la violencia tiene un rol central, ya que, se manifiesta en un tipo particular de noticias: noticias de sucesos que abordan hechos delictivos (robos, homicidios, violaciones) y accidentes (de tránsito, naturales). En ellas aparecen sangre, cuerpos mutilados, víctimas inocentes, en resumen, un gran número de imágenes y representaciones de la violencia que buscan generar sensaciones o, mejor dicho, emociones en los espectadores.

El autor refiere todo lo que observamos actualmente y que al parecer muchas veces sirve como distracción ante los problemas de pobreza, desigualdad, y corrupción política que enfrenta el país.

Alsina(1993) en su obra *La construcción de la noticia* argumenta lo siguiente:

Un tema fundamental en la producción periodística es la tematización. La tematización supone la selección de un tema y su colocación en el centro de atención pública. De hecho, la tematización sirve para que la opinión pública reduzca la complejidad social, y hace posible la comunicación entre los diversos sujetos llamando la atención sobre los temas comunes relevantes (p.106)

De lo expresado, se resalta lo relacionado a que los acontecimientos noticiables que son seleccionados por los medios deben dar que hablar. Además si ellos no los colocan en la esfera pública simplemente no existen. Al respecto, se encuentra que: “La noticia es lo que los periodistas creen que interesa a los lectores, por tanto, la noticia es lo que interesa a los periodistas” (Herraiz, 1966, pág. 19).

Se consideran los aportes de otros investigadores como Marletti (1985): “la tematización, más que la exposición de temas, supone centrar la atención en unos temas”.

Frente a esto, hay un afán “manipulador”. La noticia policial a menudo activa la forma de actuar y de pensar de las personas, pero en función a lo que el emisor del mensaje o dueño del medio de comunicación quieren demostrar.

Shaw y Mac Combs ( 2006) afirman:

Los ciudadanos se las ven con una realidad de segunda mano, es decir, con la construcción de una parte de la realidad social realizada por los medios de comunicación, que permite a los individuos informarse sobre lo que sucede en su entorno (p.24)

Lo que sucede en el entorno lo determinan los periodistas, además, la manera en cómo el receptor valorará los temas, puesto que, las noticias son construidas por los periodistas entorno a un conjunto de ideas y símbolos culturales que sirve para otorgarles un sentido.

Las personas pueden sentirse atemorizadas por la cantidad de noticias trágicas que diariamente y a toda hora emite el periodismo, sobre todo las relacionadas a la delincuencia, como la violencia urbana, crímenes, asaltos, extorsiones, incendios y accidentes que transmiten el mensaje que la sociedad no va a cambiar, que sus problemas van en aumento y que en cualquier momento su vida corre peligro al estar expuestos a una desgracia.

Al analizar a los investigadores se encuentra que: “ciertos tipos de comunicación sobre ciertos temas, presentados a ciertos tipos de personas, en ciertas condiciones, tienen ciertos tipos de efectos” (Berelson, 1948, p. 172).

No es que todos los televidentes al estar sobreexponidos a los mismos temas policiales adoptarán actitudes similares, por ejemplo, de percibir que la violencia es un medio para conseguir ciertos fines. No obstante, resulta pertinente destacar a George Gerbner (citado en Monje, 1986) quien manifiesta que más que imitar conductas, los contenidos violentos de la televisión cultivan las construcciones sobre el mundo real. Se viven experiencias basadas en las emociones como miedo, ansiedad y alienación pues los mundos simbólicos son para ellos como reflejos de lo que pasa en realidad.

El efecto alienación es importante, debido a que, los noticieros han mostrado una excesiva exposición de temas como el sicariato juvenil, sobreexponiendo a ciertos personajes del mundo delincencial, que mal pueden servir de ejemplo para quienes buscan dinero fácil, es el caso de Alexander Perez Gutiérrez, alias “Gringasho”, Gerald Oropeza, apodado “Tony Montana” Gerson Galvez Calle, alias “Caracol”, y otros delincuentes cabecillas de organizaciones criminales. En México, el Chapo Guzmán, fue un referente de muchas personas, incluso empresas han creado ropa y videojuegos, en otras palabras, el delincuente puede hasta imponer una moda, cultivada por los medios.

En el Perú, se tiene el antecedente de Luis D'Unión Dulanto, conocido como “Tatán”, convertido en toda una leyenda por la prensa, calificado como el “Hampón más famoso de los años 50”.

Para McCombs y Shaw (1976), los medios de comunicación hacen circular ciertos temas destinados a influir sobre el debate público. Su importancia en la agenda de la ciudadanía se

produce en función de la relevancia que otorgan a los asuntos tratados y de los atributos que adquieren los objetos o sujetos que reciben cobertura mediática.

Se observa que los principales temas que son abordados en las noticias policiales son:

- Las extorsiones
- Los homicidios (parricidios, feminicidios)
- La violencia contra la mujer y el niño
- Asaltos a mano armada
- Sicariato
- Abuso sexual
- Accidentes
- Narcotráfico
- Desastres

### **1.2.2.3 Construcción de la historia policial**

Fernández (2001) en su libro la *Violencia del relato* dice que el relato es entendido como dispositivo textual. Como forma de representación de las acciones semejantes a la de los formatos literarios y cinematográficos comienza a verse como la forma más adecuada para narrar historias periodísticas en los diarios. (p.40)

Esa semejanza con la literatura y el cine al narrar la historia, se aprecia de manera especial en la noticia televisiva. Aunque al hablar de noticia se hace referencia al género informativo, Puente (2005) resalta que en televisión es preciso configurar la noticia como historia. Entonces, es necesario que los hechos sean explicados y valorados conforme a



razón, y no ceñirse fielmente a una transmisión rígida y objetivista, es decir a lo sagrado de los datos (como se cita en Puente, p.39) a diferencia de lo que hacen los diarios con el uso de la pirámide invertida.

El periodista, al igual que el realizador de ficción, cuenta historias, se basa en las acciones de los hombres, y si se trata de noticia policial, estas serán acerca de los delitos o trasgresiones a la ley que las personas cometen .

Las mejores historias periodísticas tratan sobre personas. Van Dijk (citado en Pedemonte, 2010) menciona que los periodistas se esfuerzan en construir las noticias de acuerdo con el modelo que ellos mismos emplean para interpretar los hechos.

La estructura que se le da a las noticias en televisión, obedece al uso de la teoría dramática, un clásico e importante aporte del filósofo Aristóteles. En este sentido, el drama se entiende como imitación de acción, con un problema y desenlace con un principio, desarrollo y final. Es importante resaltar su concepto, porque, muchos creen equivocadamente que la exageración de lo que se cuenta, que es el amarillismo en las pantallas, es sinónimo de drama.

Los sucesos policiales, en su mayoría, se tratan como nota informativa, con una corta duración (aunque el bloque policial ocupe un espacio considerable en el programa). Esta se da sin mayor investigación, salvo que se trate de esos “grandes policiales” a los que se hizo referencia en líneas anteriores. Se emplea entonces, el género reportaje con una mezcla de crónica, que en los noticieros son pocos.

Así pues, existen aquellos que son tratados como noticia del día y que pierden su valor al inmediatamente ser desplazados por otros, quizás minutos después o al siguiente día. Dependiendo del caso puede tener una duración de 1 a 3 minutos al aire. Estos temas tratan de crímenes, víctimas por accidentes de tránsito, incendios, inseguridad ciudadana, operativos, desapariciones, extorsiones, etc.

En un estudio hecho por Graham (2010) se dice que el 48.0% de participantes de la producción de las noticias, son hombres.

Aristóteles (2009) en su obra *El Arte de la Poética*, afirma lo siguiente:

(...) los imitadores imitan a los sujetos que obran y estos por fuerza han de ser buenos o malos, pues solo estos acompañan las costumbres (siendo así que cada uno se distingue por la virtud y por el vicio), es sin duda, necesario imitar o a los mejores, o a los peores o tales cuales a manera de los pintores. (p.11)

Aquí se explica cómo las historias construyen modelos de conducta a través de los personajes y los espectadores elijen cómo quieren ser.

Según un monitoreo titulado *Mujer, géneros y violencia*, realizado en el 2009, la mujer ocupa un 50.4% de participación en la producción noticiosa. El 27.8 % de estas noticias la vinculan con delitos y violencia. Al igual que los hombres, aparecen estereotipadas, cumpliendo determinados roles que son percibidos en la sociedad.

Cabe resaltar que cuando la mujer es protagonista de la noticia policial, no precisamente por ser la víctima, rompe esquemas. Existen antecedentes de muchas mujeres que han sido vinculadas con crímenes de impacto mediático. Desde los años 80, con Eugenia Sessarego, secretaria y presunta “amante” de Luis Banchero Rossi, única testigo del crimen, hasta las protagonistas de los últimos años, como: Fernanda Lora, enamorada del joven Marco Arenas quien mató a su madre, una empresaria panadera, quemándola viva (noviembre 2013). Rosario Ponce, la enamorada de Ciro Castillo, acusada en los medios de comunicación de “asesina” (abril, 2011), Giuliana Lamoja, la estudiante, hija de un juez penal, acusada de parricidio ( marzo,2005), Eva Bracamonte, sindicada por su hermano como la autora intelectual del crimen de su progenitora, la empresaria Miriam Fefer, y quien después fue absuelta de los cargos (agosto,2006) , entre otros.

Para explicar este punto con ejemplos más actuales, se citan algunos extraídos de América Noticias Primera Edición, de fecha 30 de octubre de 2017. Se le otorgó una cobertura importante al caso de la joven apodada “La Gata” , Shirley Silva Padilla, de 22 años, quien asesinó a dos personas el mismo día: a una por haberle dicho un piropo en la calle y a otra en un restaurante, porque no se sintió satisfecha con la comida que le sirvió (la víctima era el dueño de un chifa).

Esta es la cantidad de notas informativas seguidas unas de otras en el noticiero América Noticias, Primera Edición, en torno a dicho caso.

- Dictan 9 meses de prisión preventiva para “La gata” por asesinato de dos personas en San Juan de Lurigancho
- Shirley Silva, la joven que mató a dos hombres integraría peligrosa banda criminal.

- Fue sepultado el dueño del chifa asesinado por Shirley Silva, alias “La gata”
- Familiares de las dos víctimas de Shirley Silva pedirán que sea condenada a cadena perpetua
- En cualquier momento trasladan a “La gata” a carceleta del INPE
- Utilizando un forado , delincuentes roban 50 mil soles de una farmacia

Este bloque de noticias se inició a las 7.00 de la mañana y duró hasta a las 7.30 en que se hizo una tanda comercial. Fueron cinco notas dedicadas al caso de la asesina apodada “La gata”. La cobertura mediática fue extraordinaria en relación a otros temas policiales y de otros campos.

Existen estudios que alertan que lo que se observa en los medios de comunicación social pueden servir para el aprendizaje, y en el caso de las noticias policiales se aplica . Bandura y Walter (citado en Monje) sostienen que así como se aprende del entorno familiar los primeros modelos de conducta, lo mismo ocurre con la televisión, se aprende de los personajes.

Habermas (1999) en su *Teoría de la acción comunicativa* argumenta:

Los juegos de lenguaje son jugados por hombres que tienen vidas que vivir (vidas que involucran una gran variedad de intereses que guardan entre sí toda clase de relaciones). A causa de esto, lo que un hombre dice o hace no solamente importa en relación con la realización de la actividad en que está embarcado en

ese momento, sino en relación con su vida entera y en relación con las vidas de los otros (p. 92)

Conforme dice el autor, el poder de la palabra y de las acciones que realizan los personajes actúan sobre el público que sigue una determinada historia. Lo cual exhorta el especial cuidado que debería tenerse para colocar a ciertos “sujetos” en la pantalla.

Sobre los mensajes que se emiten son siempre los mismos: asesinan, atropellan, asaltan, abusan, violan, agreden, terror, pánico, infierno, estos son transmitidos al televidente de un modo seductor. El receptor interpreta el mensaje y decodifica los datos según sus experiencias previas y otros criterios personales. Otro punto importante es que el mensaje periodístico se aleja de lo objetivo, porque es el periodista quien lo elabora y es quien lo hace construyendo una realidad, y convirtiéndose en un mediador.

Martini ( 2012) habla de la espectacularización de la realidad a la hora de construir el relato periodístico.

Cuando el acontecimiento es relatado en los medios, lo vivido se transforma en representado y el acontecimiento es aprehendido según las categorías del relato periodístico. Y como ninguna narración puede ser acontecimiento mismo, en el caso de la noticia de corte sensacionalista se construye un relato que es una versión espectacularizada de la realidad.  
(p.64)

Es decir, sus estrategias tienden a representar algo orientado siempre por el impacto emocional que puede generar. Sin duda, busca impresionar, la información se convierte en espectáculo más que en conocimiento utilizando todos los recursos posibles para la puesta en escena de la noticia.

Alsina (1999) refiere que el periodista construye la noticia en base al mundo de referencia que existe en un mundo real, esto quiere decir, que cuando se busca la comprensión de un hecho, el periodista recurre a los frames o encuadres que son formas de enfocar la realidad, los cuales influirán en cómo los receptores interpretarán lo ocurrido. Por tanto, los mensajes periodísticos, siempre serán incompletos al estar en función a solo una parte de la realidad.

Según la opinión de Etman (citado en Aguila y Gaytán,2013) : “cualquiera que sea su uso específico, el concepto de *framing* siempre ofrece una manera de describir el poder de un texto en la comunicación” (p.5)

En este sentido, es importante que en el mensaje periodístico haya diversidad de fuentes y no limitar la comprensión del mensaje solo a los criterios personales y experiencias previas del receptor, pues se cierra la posibilidad de tener todas las herramientas para formarse una opinión.

#### 1.2.2.4 Criterios noticiosos

En cuanto a los criterios noticiosos o de noticiabilidad , Ayala (2006) argumenta que en el proceso de selección y preparación de los hechos noticiables, se señala como noticiable todo hecho que involucre la comisión de un delito, o sea, la manifestación de una conducta anómala propia de un determinado grupo social o de un individuo en particular (p.12 )

Por otro lado, los receptores se sienten representados a través de lo que le ocurre a cada personaje que forma parte de la noticia policial, especialmente cuando se trata de historias relacionadas a la inseguridad ciudadana, puesto que, cada vez son más las personas que han sufrido a consecuencia del alto índice de delincuencia que vive el país.

Los delitos siempre van a ser noticiables, Van Dijk (1990) en su obra *La noticia como discurso* argumenta que cuando el periodista selecciona hechos para ser difundidos toma en cuenta un factor que le otorga valor a la noticia: la desviación y negatividad, esto está relacionado al conflicto.

Prueba de ello, es la amplia cobertura en los noticieros de sucesos de este tipo. Para explicar cómo lo negativo ocupa gran presencia en el noticiero, a continuación se citan ejemplos , pertenecientes a las primeras horas de la mañana (7am).

América noticias, Primera Edición, de fecha 2 de noviembre de 2017 :

- Yazmin Marquina, pareja de delincuente juvenil Grigasho está en Chile
- Trujillo en alerta por liberación de sicario juvenil Gringasho

- Delincuentes roban vivienda en Comas y se llevan cerca de 15mil soles del negocio familiar.
- Delincuentes entran a casa y roban hasta la mascota
- Inundaciones en la Selva. Defensa Civil aún no tiene reporte sobre los damnificados
- Capturan a joven que vendía droga en las inmediaciones del Campo de Marte
- Capturan a banda de robacarros “Los descuartizadores de San Jacinto”
- Huancavelica: ubican ómnibus que cayó al Rio Mantaro. Hay 20 desaparecidos
- Cuando regresemos: Macabro hallazgo en el Cuzco

Solo en este bloque hay nueve noticias relacionadas a lo negativo: tragedias, robos, liberación de peligrosos delincuentes, etc.

El fundador del noticiero *El Panamericano* y exdirector del noticiero 24 horas, Julio Estremadoyro, afirma que el Periodismo Policial que se hace actualmente en el Perú es excesivo y truculento y que en décadas pasadas, salvo los casos protagonizados por personajes prominentes o muy populares, no se le daba tanto espacio a este tipo de información.

El interés humano también es otro factor que se explota, todo lo que le pase al otro, sus triunfos, la dicha, desdicha, los relatos de amor y odio , la pena, la angustia, la pasión, todo lo que permita despertar algún sentimiento o emoción. Este criterio noticiable se trata de aprovechar al máximo cuando se construye la noticia policia, de acuerdo al caso.

La trascendencia o relevancia que un hecho puede tener en la sociedad también es otro factor de interés periodístico, según Shaw y Mc Combs (2006) es la condición inicial que



define la necesidad de orientación que tienen las personas frente a los asuntos que se perciben como importantes y a su vez está relacionada al nivel de incertidumbre en torno a ciertos hechos. Si el receptor considera que el asunto no le importa, su necesidad de orientación será baja. Está asociado a si lo considera una amenaza o si tiene consecuencias para la comunidad.

#### **1.2.2.5 Responsabilidad social del periodista**

La prensa limeña, por su parte, está muy lejos de tener un adecuado cuidado y respeto hacia los lectores, y en el caso de los medios audiovisuales también .

Diversos autores reclaman un especial cuidado a la hora de difundir información sobre los temas relacionados a la violencia.

Cebrian Herreros (2004) señala que existe una ética de la responsabilidad por la repercusión que la información tiene en la sociedad. Ya no hay un conocimiento directo de la realidad sino un conocimiento mediado. La opinión personal y pública sobre la inmensa mayoría de los acontecimientos depende en gran parte de la información aportada por los medios. (p.195)

Esto implica que existe un peligro latente con el ejercicio irresponsable de los periodistas a la hora de informar, pues muchas veces entregan solo una parte de la información, las opiniones de los reporteros y/o conductores que son incluidas en los textos informativos son también un problema moral, porque la palabra en lugar de utilizarse para humanizar, se utiliza para deshumanizar o destruir, se corre el riesgo de volver insensible a las personas.

Esto se apoya en lo dicho por Habermas (2004) en su libro *Aclaraciones a la Ética del Discurso* quien defiende el hecho de que la acción comunicativa debe estar orientada al entendimiento de cada una de sus partes y que debe llevar los principios de justicia y solidaridad implícitos en su contenido.

Al decir cada una de sus partes se refiere lógicamente a tanto emisor como receptor del mensaje. Es decir, el mensaje no debe ser construido ni difundido por conveniencia para uno de ellos.

Al analizar lo que sostiene Habermas (2004) sobre una comunidad ideal de comunicación se observa que: “El discurso representa una forma de comunicación más exigente que apunta más allá de las formas de vida concretas en que las presuposiciones de la acción orientada al entendimiento se generalizan(...)” (p.88)

La sociedad actualmente se encuentra gozando de avances en tecnologías de la información, sin embargo, hay una tendencia a que la gente se sienta más incomunicada. Hay problemas de entendimiento, mala interpretación, que es dada por la intención del emisor de que el mensaje se entienda de “cierta manera”. Además se puede tener una percepción de algo que en realidad no existe o nunca existió. Para materia de esta investigación, el caso de la noticia policial es un claro ejemplo de ello.

El periodismo policial se rige a los principios de la ética que regulan al periodismo en general. Rey (2007) comenta “Al borrarse los límites entre lo privado y lo público –escribe Stella Martini- los grados de exhibición son cada vez más altos, y el producto ofrecido al público transforma, y probablemente a pesar del periodismo mismo, a la realidad y al prójimo/el otro, en una figura de circo” (p.15)

La información se convierte en un show. Por otro lado, la presunción de inocencia no existe, cualquiera puede acusar a otro de cometer un delito. Se recuerdan casos como Ciro Castillo y Edita Guerrero, en este último, los periodistas sentenciaban a su viudo, Paul Olórtiga, como el asesino de la cantante, lo que propició, entre otras cosas, reacciones muy violentas por parte de los seguidores de la fallecida artista. Como se sabe, él estuvo 74 días cumpliendo prisión preventiva.

En casos como estos, se crean contextos de más violencia en una sociedad donde este problema es de nunca acabar. Stutman, Weisbein y Martin (2007) la califican como un serio problema de salud pública, comparable a una “epidemia” debido a sus efectos sobre el bienestar físico y mental de las víctimas. Hacen un llamado para que comunicadores y profesionales de la salud trabajen en forma conjunta para abordar la violencia, de ahí la importancia de otorgarle un adecuado tratamiento periodístico a la información policial, para que su aporte a la comunidad sea de prevención y finalmente colaborar en que este flagelo se reduzca considerablemente.

El experimentado periodista policial y docente Andrés Zúñiga reconoce que en los avatares de la noticia policial se movilizan muchos sentimientos y emociones: “Se conjugan hipótesis que a veces no son, por lo tanto, tenemos que ser autoríticos cuando se cometen errores y excesos. No todos tenemos la capacidad y la paciencia de investigar. Otros inventan por vender, ese es el periodismo amarillo” (A. Zúñiga, en comunicación personal, 21 de agosto de 2015)

Por su parte, la periodista, Rosa María Alfaro (2010) en el libro *Violencia de Género en medios de Comunicación*, señala que los medios solo se preocupan en levantar la noticia,

sin análisis alguno, tampoco se observan recomendaciones a la hora de abordar la información, tanto al estado, como al empresariado y ciudadanía.

Los delitos que se difunden en los medios son un tema de conversación en nuestra sociedad. Las personas se quedan alarmadas y conmovidas por lo que observan en la televisión y lo asumen como un espejo de lo que está pasando en realidad.

Frente a esto, como lo afirma Alfaro (2010), “el periodista no necesariamente genera y produce discursos de cambio, se queda en la denuncia” (p.51).

En cuanto al buen uso del idioma, vemos que el empleo del verbo condicional es una práctica muy extendida dando a entender que la información que está recibiendo es una conjetura y no algo confirmado y que por ende el periodista exime su responsabilidad.

Lo peligroso es que el uso de este verbo como un “condicional de rumor” lleva a que se comentan muchas irregularidades en el ejercicio periodístico, al lanzarse acusaciones sin tomar en cuenta que un ciudadano es inocente hasta que se demuestre lo contrario.

El manual de estilo del diario El País señala que para ellos el rumor, no es noticia. Por otro lado, que se debe tener especial cuidado con las noticias que puedan incitar a la violencia. En su sección I , inciso 1.7 sobre las noticias que tengan que ver con los suicidios, El País expresa su especial cuidado señalando que no se debe colocar el nombre de la víctima aunque no sea menor de edad. En el inciso anterior dice algo muy importante:

1.6 El periodista deberá ser especialmente prudente con las informaciones relativas a suicidios. En primer lugar, porque no siempre la apariencia coincide con la realidad, y

también porque la psicología ha comprobado que estas noticias incitan a quitarse la vida a personas que ya eran propensas al suicidio y que sienten en ese momento un estímulo de imitación. Los suicidios deberán publicarse solamente cuando se trate de personas de relevancia o supongan un hecho social de interés general (s/p)

Se nota entonces su especial preocupación por los contenidos y la forma cómo estos llegan al público. Algo que llama mucho la atención es la afirmación en este inciso de que la psicología ha comprobado que noticias sobre suicidios influyen en las personas en riesgo a querer quitarse la vida. Sería importante, que en el Perú se hicieran estudios al respecto.

El servicio al bien común que todo profesional del Periodismo debe procurar es otro compromiso que se ha vulnerado a la hora de tocar hechos policiales, en tanto, se puede incitar a la violencia y tener la percepción de que esta es una vía para lograr a toda costa lo que uno desea.

Cuando se informa, el periodista tiene el poder de cambiar vidas para bien o para mal. El poder de cambiar la realidad encuentra un límite en la inconsciencia sobre el poder renovador y constructor de la palabra y de la información.

Existe un tipo de Periodismo que inspirado en la certidumbre de poder cambiar la realidad aprovecha cada noticia para hacer un mundo diferente con la sola fuerza del conocimiento de la realidad completa. Si solo se cuentan los males la sociedad se llena de pesimismo y de resignación.

El experiodista policial, Hector Perona, señala que parte de la responsabilidad social del periodista es ser respetuoso con las autoridades como la Policía Nacional, el Ministerio del Interior, la Fiscalía y Poder Judicial: “Por una información irresponsable, no podemos echarnos abajo una institución o a uno de los poderes del estado” (H. Perona, en comunicación personal, 8 de setiembre de 2015).

En los medios de comunicación, las noticias policiales son abordadas exagerando la tensión provocada en la sociedad, si hay criminales de por medio, se exageran las patologías presentadas en ciertos personajes, o las características de la víctima.

Lamentablemente, se observa una doble moral en las personas, al quejarse de los contenidos violentos, y al mismo tiempo consumirlos. Valdivia (2010) argumenta en un estudio, que los públicos no sienten mucho interés por la información, sino más bien, por el goce cotidiano que les provoca ver un noticiero.

Lo más preocupante, es que la información televisiva se asume como un espectáculo similar al entretenimiento. Para los empresarios televisivos, este tipo de productos “vende”.

Torres (2015) conceptualiza el término “rating” como la cifra que indica el porcentaje de hogares o espectadores que ven un programa de televisión, sobre el total durante la emisión que tiene encendido el televisor. Es un indicador numérico que en términos de la televisión significa dinero.

La revista FLACSO (2005) publica en un artículo que las noticias policiales son elementos claves que hacen que los medios de comunicación compitan por las primicias de sucesos que ocurren en el día a día con el fin de generar expectativa y por ende, rating.

Funciona como una especie de “ imán periodístico” gracias a los criterios de novedad, proximidad y sorpresa con que son difundidas.

Por su parte, el periodista peruano Jaime Asián Domínguez, exdirector de los diarios: El Popular, Ajá, Correo, y actual director del diario Ojo, manifiesta que la noticia policial tiene una fuerte demanda en la población, por lo mismo, se convierte en una oportunidad de negocio en el mercado.

Añade que hoy en día casi son imprescindibles las noticias policiales, por ejemplo, en un periódico: “Antes estaba parametrado el periodismo porque se exigía notas de registro nada más. Los especiales eran para el fin de semana, ahora se trabaja crónica diaria, la crónica roja hay en todos los diarios.” (J.Asián en comunicación personal, 17 de setiembre de 2015).

Sin embargo, hay que tener cuidado, ya que, se cometen atropellos al querer mostrar lo que los otros no tienen. En ese afán, se exponen, sin reparo, fotografías de muertos, heridos, videos proporcionados por fuentes, y audios que puedan dañar la susceptibilidad de las personas.

En televisión, estas noticias generan alto rating, pero cuando se da un tratamiento diferente, la respuesta no es la que se espera. La competencia que mantiene el formato sensacionalista es la que gana en cifra; una contradicción en nuestra sociedad con la que hay que lidiar.

Alfaro (2010) añade que “La calidad de la oferta comunicativa y periodística suele centrarse en el cómo escribir y no en el qué, por qué y para qué hacerlo.” (p.42)

Esto se refiere a que el “empaque” de la noticia, al mismo estilo de un producto, es lo más importante, destacar el acontecimiento en sí y no en ofrecer algo más al televidente que le sirva para su desarrollo en sociedad.

En una columna escrita por Augusto Álvarez Rodrich en el diario La República, opina que el periodismo peruano sufrió un verdadero desprestigio por los excesos cometidos en mediáticos casos como Ciro Castillo y Miriam Fefer: “A los periodistas no nos gusta aceptar que el periodismo es un negocio a la caza de altas circulaciones y ratings, lo cual no tiene nada de malo, si esto se hace con ética.”

El problema, según también lo reconoce, es cuando el periodista cree no ser capaz de elaborar un buen titular o reportaje en base a la verdad y que esto es evaluado solo por su impacto en el rating.

La investigación es para “los grandes policiales” como lo afirma la periodista Rosa Vallejos, puesto que, no todos los hechos policiales requieren investigación, sin embargo, Rey (2007) señala que el crimen casi siempre lo exige.

Cuando se trata de medios como la televisión o periódicos, indagar puede en ciertos casos jugar en contra del tiempo por la rapidez que se requiere en estas prácticas periodísticas. Alfaro (2010) afirma que la “la lógica veloz y confusa del proceso de producción informativa impide pensar y analizar“ (p.48). Por dicho motivo, solo en algunos casos, el acontecimiento se transforma en relato, es decir en una historia que contar.



Alfaro (2010) en su estudio *Periodismo y Violencia de Género*, señala que el periodismo de investigación se ubica siempre dentro de lo político. Es por ello, que en pocos casos, se trasciende del hecho policial para analizarlo más a fondo.

El fallecido periodista Guillermo Thondike, recalca que hay que estar atento en las redacciones a ver “cuál es o son las historias del día que de por sí tienen su valor propio”, para él, dentro del reparto de noticias, la policial debía tener su espacio propio y sin ese carácter de historia, no tenía ninguna importancia.

Gargurevich (1999), en su investigación sobre la prensa sensacionalista, da su apreciación de cómo debe ser el periodismo. Da cuenta de una “cadena de confianzas” que existe en el trabajo periodístico. En otras palabras, el público cree y asume como verdadero lo que le cuenta el periodista –mediador .

Pero puede suceder lo que se conoce como “verdades a medias”, es decir, informaciones que contienen componentes verdaderos aunque algunos datos son inventados y exagerados (como aumentar deliberadamente el número de víctimas de un accidente para justificar su elección como noticia principal de un día poco favorable en términos informativos (p.22)

La información muchas veces forma parte de la diversión, porque en los noticieros se trabaja el espectáculo de la noticia, sin ética, es decir, sin valores. En otras palabras, el

delito se convierte en espectáculo. Es una cultura imperante presente en todas partes, el objetivo es aumentar el consumo, en todas sus formas.

Adorno y Horkheimer (1944) en su teoría crítica decían:

La industria cultural puede jactarse de haber actuado con energía y de haber erigido como principio la transposición -a menudo torpe- del arte a la esfera del consumo, de haber liberado al amusement (NdeR: palabra inglesa que significa diversión) de sus ingenuidades más molestas y de haber mejorado la confección de las mercancías (p.4)

El escritor y periodista Mario Vargas Llosa critica la sociedad del entretenimiento.

Esta es una realidad enraizada en nuestro tiempo (...) nos han deparado el privilegio de convertir al entretenimiento pasajero en la aspiración suprema de la vida humana y el derecho de contemplar con cinismo y desdén todo lo que aburre, preocupa y nos recuerda que la vida no sólo es diversión, también drama, dolor, misterio y frustración. (Vargas Llosa, 2005,p.25)

El escritor coincide con Habermas y Adorno, en cuanto a la crítica que le hace a la sociedad del entretenimiento, además dice que no está en manos del periodismo frenar la civilización del espectáculo, a aunque este ha colaborado en formarla.

### **Perfil académico , humano y profesional del periodista policial**

A continuación los aportes de destacados expertos a fin de crear un perfil humano y profesional de quienes se dediquen a trabajar las noticias policiales. Se sobreentiende que deben ser periodistas profesionales (y no empíricos), egresados de una universidad de la carrera de Ciencias de la Comunicación con cualidades para ejercer responsablemente la profesión.

Según Guedez (1980) entiéndase por perfil académico la definición de las áreas de información, formación y sensibilización. Esto quiere decir, las características particulares , conocimientos y expectativas que califican a una persona a recibir una credencial académica.

En lo que respecta al perfil profesional , el autor dice que es la expresión de las características pretendidas por el empleador.

### **Mejorar la producción de la noticia policial:**

El periodista José Mariño, exdirector de Buenos Días Perú, destaca:

1-Cuidado en la redacción. Sobriedad, sin detalles innecesarios, grotescos, sin morbo. Dar cuenta de un hecho sin que ello perturbe a nuestros televidentes. 2- Entrevistar a

especialistas para que expliquen los hechos, sus orígenes, sus consecuencias. Contextualizarlos. 3- Renunciar al uso de primeros planos en las ediciones. Esas imágenes necrófilas las desterramos, sin importar que la competencia las siga utilizando. Usar tomas abiertas, porque no hay necesidad de mostrar heridas sangrantes en primer plano para informar sobre la gravedad de un accidente o la lesión en alguna persona tras el ataque de algún delincuente. 4- Que los editores recurran al blanco y negro para reducir la intensidad de las imágenes que, de todas formas, debemos usar. (J. Mariño, en comunicación personal, 28 de febrero de 2016)

### **Mejorar el rol de la jefatura de información:**

El periodista de reconocida trayectoria Alberto Ku King, de TV y Radio Nacional del Perú informa lo siguiente:

La base de un Periodismo Policial serio y responsable es la redacción en la Jefatura de Informaciones. Cuando te dan el cuadro de comisiones policiales, si se trata de un reportero inexperto, el jefe tiene que decir qué preguntar e investigar, porque cuando hay conferencias de prensa sobre captura de delincuentes, los reporteros hacen preguntas absurdas, inverosímiles y desafortunadas, entre ellas: ¿Cómo

te sientes?, ¿tú eres inocente? , ¿te sientes criminal? Se observa que el reportero (a) induce las respuestas. Se ve también cuando en medio de una tragedia, pregunta: ¿Sra. usted perdió a su familia, no? ¿Cómo se siente? (A. Ku King, en comunicación personal, 16 de febrero de 2016)

### **Que la ética vaya de la mano con la tecnología:**

Tiene que haber un cambio ético y fundamentalmente técnico que se ajuste a los nuevos procedimientos, a la modernidad, no es el hecho de por querer superar procesos se recorten los derechos más elementales de las personas . En delitos de parricidio o feminicidio, sin querer, a veces muestran a la persona que comete el delito. En otros países no ocurre eso, aquí es habitual decirle delincuente a alguien (A. Ku King, en comunicación personal, 16 de febrero de 2016).

### **Trato especial a la mujer, niño y adolescente:**

Quienes manejan los medios deben revalorar la imagen de la mujer ponerla en un lugar privilegiado, con respeto, con dignidad. No es porque cometa un delito que se le deba extender el criterio de la “mujer fácil” o se le tilde de “pepera” o de “tendera”. Hay factores culturales y sociales que hacen que los medios estigmatizan a la mujer por el hecho de que una cometa un delito.

A la mujer, a los niños y adolescentes se les debe dar siempre un tratamiento del periodismo sumamente especial. (A. Ku King, en comunicación personal, 16 de febrero de 2016)

**Que los directores se interesen para que el reportero mejore su trabajo de campo:**

El periodista José Mariño destaca, desde su experiencia profesional, como Director del Magazine Periodístico Buenos Días Perú, lo siguiente:

1- Conversar con los reporteros y camarógrafos para que su desempeño, de forma integral, sea de respeto en todo momento. Desde el trabajo de campo, con el registro de imágenes, pedir permiso a los dueños para poder conversar con ellos y, por supuesto, evitar preguntas tontas, obvias, impertinentes. 2- Los reporteros deben saber que el texto de sus informes deben ser cuidados; y me ocupé, personalmente, de revisar cada uno de ellos sin importar que cargara mi trabajo. Pero había que hacerlo. (J. Mariño, en comunicación personal, 28 de febrero de 2016)

**Que los conductores del noticiero cuiden sus opiniones o comentarios:**

El sicólogo Manuel Saravia añade:

La gente está observando el rol del comunicador. Tiene un liderazgo sobre la gente que lo sigue. El televidente

está viendo el gesto, el comentario que hace. El que lee una noticia también tiene una opinión y esa es la que la gente va a seguir para bien o para mal, así sea, un programa de espectáculos. (M Saravia, en comunicación personal, 17 de agosto de 2015)

### **Cuidar la información policial más que cualquier otra**

El periodista Jaime Asian, Director del diario Ojo, señala:

Dominar todos los géneros periodísticos, porque no hay otra forma de contar la historia, si no sabes cómo plasmar los elementos que se consigue. Implica formación y vocación. También saber manejar el mercado y conocer que se debe guardar protección del menor, respeto a la privacidad y de que se puede ir a la cárcel por ofender a alguien. Hay que cuidar la escenografía de la noticia y sus implicancias con los personajes de la historia. Ahora está comprobado que hay más juicios a los periodistas, y más que nada a quienes trabajan en policiales. En conclusión, hay que cuidar la información policial más que cualquier otra. (J Asian, en comunicación personal, 17 de agosto de 2016)

### **Crear una cultura de paz:**

El sociólogo Jaime Rios Burga manifiesta:

Hay que crear una nueva cultura de vida, porque el mundo afronta cambios estructurales. Se pierde la relación de encuentro con el otro, con la familia, no es casual ver que personas cercanas o hijos matan a sus padres biológicos o adoptivos. Eso implica crear una cultura positiva sustentada en no solo recoger lo mejor de las tradiciones pre modernas y modernas como la solidaridad , idea de respeto a la libertad individual, al diálogo, al encuentro inter, intra y transcultural en los individuos, porque cada vez la vida será más individualidad y más riesgosa, pero también va a necesitar de verdaderas amistades, verdaderos encuentros interpersonales, y cultura de amor a la vida entre los seres humanos y de respeto a la naturaleza. (J.Rios en comunicación personal, 20 de agosto de 2016)

**Hace falta especialización:**

El reconocido periodista Julio Estremadoyro Alegre, fundador de El Panamericano, opina:

En realidad no hay periodistas especializados en las fuentes policiales, como existían en los diarios. En la televisión, con poco personal, todos los reporteros pueden cubrir los sucesos policiales. El periodista debe ser respetuoso de la ética profesional y dominar terminologías y procedimientos propios de la especialidad. (J.Estremadoyro, en comunicación personal, 20 de agosto de 2016)



### **1.2.2.6 Los antivalores del mensaje**

Los valores nos permiten reconocer, estimar o desestimar. Son componentes esenciales en el mundo. Existen los valores éticos y morales que son cualidades personales que permiten convivir, hacer del mundo un mejor lugar, tienen la particularidad de hacer mejores a los seres humanos. Por esto, es importante saber definir y desarrollar los valores positivos, para relacionarnos con los demás y convivir en paz.

From (1965) manifiesta que la carencia de un sistema de valores bien definido deja al sujeto en la duda, a la vez que lo entrega en manos ajenas a su persona. Los valores son el nexo de unión entre la ética y la moral (p.141)

La carencia de valores hace que el hombre pueda entregar su voluntad a cualquier persona, es decir, sus decisiones estarán basadas en intereses de todo tipo: económicos, personales, etc. En el campo del ejercicio periodístico, si el informador carece de valores, ante el dilema de cómo informar, quizás brinde datos falsos, tenga poca pericia para investigar o trate de manipular la información de alguna manera para su beneficio propio, de la empresa, o el de algún gobierno de turno. Caerá entonces en la comisión de delitos, los más comunes a la hora de informar son: la difamación y actos contra el honor, etc.

Como lo decía el reportero polaco más famoso de los últimos tiempos, Rizard Kapucsinzki , un periodista no puede ser una mala persona. Por su parte, Restrepo (2006) añade que se educa al señalar los valores o antivalores que aparecen en la aventura humana. Resalta que

no hay comunicación sin efecto, porque la noticia lleva consigo un potencial educativo real y que los periodistas deben responder frente a esta gran responsabilidad (p.28)

Existe un irrespeto por la dignidad de las personas fallecidas. Ejemplo de ello, es el caso del accidente en la vía expresa ocurrido el 31 de agosto de 2017, donde murió una joven y otros tres quedaron heridos. La prensa transmitió en vivo la muerte de Carla Cristina Quintana Labenita, de 21 años, al mostrar la escena de los bomberos practicándole técnicas de resucitación en plena vía. Se le vio morir frente a cámaras.

Al respecto, la intolerancia es un antivalor que muchas veces se ve reflejada en la televisión y en sus noticias policiales. De manera contraria, la tolerancia es un valor que consiste en reconocer y apreciar las diferencias de los demás.

Existen juicios de valor que los periodistas emiten al narrar un hecho, lo cual no debería ocurrir al informar, porque se puede caer en la trampa de convertir en víctimas hasta a los propios delincuentes. Es el caso del periodista Fabrizio Escajadillo, quien fue criticado en redes sociales y calificado de racista y clasista al emitir valoraciones en su reportaje sobre Shirley Silva Padilla, alias “La gata” a quien textualmente llamó : “tipa” “fea”, “enana de metro cincuenta”, que “vive en un cuarto miserable”, “loca de ropa barata”, “oriunda del paradero 13 de Wiese”.

De otro lado, las noticias sobre crímenes por encargo, como sicariato, y homicidios revelan una profunda crisis social, puesto que, se da a entender que la vida de las personas no vale nada, como lo muestran noticias de periódicos que informan que los sicarios matan hasta por 500 soles.

En televisión, el programa Punto final emitió un informe el 11 de enero del 2015, sobre el asesinato de Jorge Peralta, empresario conocido como el “Rey de las Pantallas Lead”, un crimen por encargo ordenado por su esposa Juana Karina Tavera, quien contrató a su primo de 17 años para matarlo a cambio de pagarle 500 soles. La cámara de seguridad delató a la autora intelectual del crimen cuando esconde al sicario dentro de la casa y cuando se le observa a este salir de su escondite, al más puro estilo de las películas de terror, con guantes y un cuchillo para cometer el crimen. Se dan detalles espeluznantes, como el video del interrogatorio policial, donde el sicario cuenta cómo asesinó a la víctima.

Al respecto, el periodista Julio Estremadoyro señala que el impacto que permiten los recursos tecnológicos como cámaras de seguridad, vigilancia y grabaciones que realiza la policía, hacen que el tratamiento de la noticia policial sea exagerado.

Dichas representaciones crean efectos en las personas. En el contexto actual es tanta la indignación que los ciudadanos sienten por la delincuencia que hasta pueden legitimar que las personas de alguna comunidad apedreen al delincuente, o lo queman vivo, o lo golpeen hasta matarlo .

Otros pueden sentir una total indiferencia, se han visto casos en los que las personas prefieren no interferir ni tomar partido ,si son testigos de que a algún vecino o vecina lo están agrediendo, optan por callar y no denunciar.

### **1.2.3 Percepción frente a la cultura de violencia**

La violencia que se vive en Lima es preocupante, existe a diario y en todos los ámbitos de la sociedad; como en la familia, la escuela, en los círculos de amigos, el trabajo, en las calles, en las instituciones del estado y en los medios de comunicación, los cuales tienen un gran poder, porque en el caso de las noticias policiales educan al transmitir valores y antivalores para que la gente los siga.

Este flagelo no es solo físico, también hay una violencia de tipo psicológica que se observa en la forma de expresarse y desenvolverse que tienen las personas en la sociedad.

Por otra parte, existen creencias arraigadas de que la violencia se ha convertido en algo común, o que proviene solo de los sectores socioeconómicos más bajos, otro aspecto es la falta de educación, y que la mujer generalmente siempre es la víctima, por considerársele “menos fuerte” o simplemente “menos” que el hombre.

Johang Galtung (citado en Miljanovich, 2015) señala que la cultura de la violencia reside fundamentalmente en interiorizarla como la manera de hacer frente a los conflictos y que no se da ni se enseñan alternativas diferentes a esta.

Desde esa perspectiva, muchos perciben que es una característica de la sociedad peruana, o que es la mejor vía para resolver conflictos de todo tipo, desde los que tienen que ver con la falta de dinero, o hasta porque un conductor hace en la pista una mala maniobra, o como lo que ocurrió el 7 de noviembre de 2016, cuando las sobrinas de un conocido actor fueron agredidas, porque un hombre se estacionó muy cerca al auto de ellas.

En consecuencia, resulta perjudicial que los noticieros sobreexpongan estos y otros temas vinculados a la violencia, sin dar un adecuado tratamiento, en torno a conocer las causas del problema, propuestas de solución, prevención, etc.

Galtung (2003) sostiene también que en las escuelas y otros medios de transmisión y reproducción de la cultura se enseña la historia como una sucesión de guerras y que los medios de comunicación de masas venden, como la única vía de solución de los conflictos internacionales, el uso de las fuerzas armadas.

A esto se debe prestar especial atención, pues tanto la escuela como los medios de comunicación educan, como lo afirmaron investigadores conocidos como Darío Restrepo. Cuanta más exposición a la violencia, o más consumo de violencia hagan los que están predispuestos al crimen, o a otro tipo de delitos, o quienes están desinformados a tal punto de que aceptan todo lo que les muestran los noticieros, peligra el tipo de persona que se está formando para la sociedad.

Ante esto, la percepción que tenga el receptor sobre la realidad que proyectan los medios va a tener efectos en él y en su forma de ver el mundo.

Nietzsche (citado en Chillón, 1998, p.71) aclara que existen sujetos que pueden reproducir la realidad y esto ocurre a través del lenguaje.

La percepción de la realidad depende entonces de los periodistas que buscan activar todo un mecanismo en el cerebro que conlleve a sintonizar el noticiero de televisión, esto implica conseguir rating y por lo tanto la supervivencia del medio.

Giménez (2006 ) dice que los informadores contantemente encuadran los acontecimientos, los sitúan y los priorizan, los califican y los etiquetan, es decir, de ellos depende, la manera cómo el público percibirá la información (p.57)

Es por ello que si el noticiero quiere convertir en leyenda a un personaje, es probable que lo logre, así sea este un delincuente. O si quiere hacer ver a una mujer como víctima o la más despiadada de las asesinas, también. Igual sucede en la política ,especialmente en campañas presidenciales. El poder es tal que puede acabar con la carrera de algún candidato.

### **1.2.3.1 Nivel de consumo**

Las noticias policiales tienen una gran demanda, por ello, son incluidas en los noticieros todos los días y con una considerable duración y un destacado espacio dentro del programa.

Mucha gente se queja de los contenidos, pero es común que sea esa misma gente parte del público que sigue este tipo de noticias, sea por morbo, o porque no desean que lo mismo les ocurra a ellos, como lo decía el fallecido periodista, Guillermo Thordike.

Estas noticias están abordadas en general como espectáculo de la información. Vargas Llosa (2005) en su libro *La Civilización del Espectáculo* critica al público acostumbrado a tener como valor supremo el entretenimiento, porque se entrega de manera sumisa a unas emociones y sensaciones desatadas por un bombardeo de imágenes que capturan la atención, aunque ellas, por su naturaleza primaria y pasajera, emboten la sensibilidad y el intelecto del público.(p. 19)

Añade que la curiosidad por lo escabroso no es propio de las minorías, sino todo lo contrario, las mayorías lo prefieren:

(...) cuando hablamos de “opinión pública”, esa vocación maledicente, escabrosa y frívola es la que da el tono cultural de nuestro tiempo y la imperiosa demanda que la prensa toda, en grados distintos y con pericia y formas diferentes, está obligada a atender, tanto la llamada de calidad como la descaradamente escandalosa (Vargas Llosa, 2005, p. 22)

Como consecuencia, la población está muy preocupada en torno a la inseguridad ciudadana que se vive en Lima, así lo evidenciaría la alta demanda que tienen estos en los noticieros de televisión y demás medios informativos. De igual forma, se observa que entre el público existe una preferencia temática, generalmente por los policiales y notas de farándula. Esto se da principalmente entre los jóvenes.

El noticiero se encarga de dar la imagen de verosimilitud acerca de los hechos que ocurren a diario. Marca la agenda, el interés que el receptor le debe dar a la noticia, los temas de los que hay que hablar.

Mc Combs (2006) en su obra *Estableciendo la agenda* señala lo siguiente: “Contamos con muchas pruebas a nivel internacional que documentan que la exposición a los medios tiene como efecto que la gente esté más de acuerdo sobre los temas importantes del momento...”

(p. 267)

Con base a esto, la agenda pública es establecida por los medios de comunicación y principalmente por el noticiero. Por este motivo, si un determinado acontecimiento es difundido, es porque es importante o eso” lo hacen creer”.

Esto también es apoyado por Vilchez (1989) , quien recalca:

El concepto de agenda setting se podría describir como la hipótesis según la cual los medios de comunicación pueden indicar a sus destinatarios en torno a qué temas deben pensar, qué contenidos deben incluir o excluir de su conocimiento, a qué acontecimientos dar o no importancia, qué cosas valorar de las personas y problemas, etc. Y esto de forma muy semejante a como lo hacen los medios de comunicación” (p.34).

### **1.2.3.2 Usos**

Las personas persiguen un fin cuando sintonizan un programa de televisión, en aplicación a nuestro objeto de estudio, una noticia policial específicamente. Esta intención a la hora de elegir un contenido está orientada a la satisfacción de sus intereses y necesidades, aquí es el televidente quien tiene el control y decide qué ver y porqué. Sin embargo, hay que tener en cuenta que en relación a la televisión nacional, no hay muchas opciones, debido a que, la mayoría de noticieros trata los mismos temas. La noticia policial ocupa el primer lugar dentro de los programas periodísticos y si se quiere ver algo diferente, ajeno al contexto nacional, se debe optar por las noticias a través del sistema de televisión por cable.



La tendencia es estar informado, pero también entretenerse con la información. Estas necesidades son parte de lo que Mario Vargas Llosa , considera *La Civilización del Espectáculo*: “Una de las consecuencias de convertir el entretenimiento y la diversión en el valor supremo de una época es que, en el campo de la información, insensiblemente ello va produciendo también un trastorno recóndito de las prioridades (Vargas Llosa, 2005, p. 22 )

Las prioridades de los televidentes van delimitados por el entretenimiento, más que por una información seria y veraz. Muchas veces los medios de comunicación ayudan a crear falsas necesidades o intereses en las personas, por ejemplo, cuando se trata de la publicidad sobre tecnología, el que no tiene un celular último modelo podría sentirse rechazado por el grupo social al cual pertenece, o el que no bebe alcohol en una reunión puede ser tildado de “aburrido”, pues la publicidad vende la idea de que alcohol es “sinónimo de diversión”.

Lo mismo puede ocurrir con las noticias que son materia de esta investigación. Se crea la necesidad de estar al tanto de los hechos más sórdidos que ocurren en la ciudad, por una cuestión de temor, morbo, entretenimiento, o para que no le suceda lo mismo. También existe un trasfondo en lo que se escucha y observa: la historia del dinero fácil, la lucha por ostentar poder, divertirse, la combinación del alcohol y las drogas, o pasar el rato con “las mujeres más deseadas de la sociedad”. Estos son parte de los mensajes subliminales que emite la televisión al sobreexponer, sin un adecuado contexto, los testimonios de vida de personajes que se han hecho “famosos” por cometer actos delictivos.

Klaper (1960) sostiene que las personas consumen de acuerdo a sus intereses y que existen factores que determinan la influencia de los medios como la exposición, percepción y retención selectivas (p.19)

Este planteamiento aborda el enfoque de los efectos que no se dan de manera directa, al existir condiciones o factores que influyen para que el público decida consumir algún contenido, entre estas, las opiniones e intereses formados previamente. Esto explicaría la tendencia que tiene el público a seleccionar cierto tipo de información, y desechar otra que no esté de acuerdo a esos previos puntos de vista. Además en función a esto, retiene en su mente solo que le importa, en consecuencia, ocurre lo que es conocido como *retención selectiva de la información*.

Adorno y Horkheimer (2003), en sus estudios criticaban fuertemente la industria cultural, porque le imponían a la sociedad una la industria de la diversión para que la gente lo asuma como estilo de vida.

La tendencia actual es la llamada “Televisión Basura”, el periodista Pedro Canelo en un artículo la define como “televisión degradante”, la que abusa del sexismo, la que atenta contra la dignidad, que despierta el racismo y la homofobia, asociada con los programas de entretenimiento. Esto se observa también en los noticieros, con la exposición excesiva de las noticias policiales, que tiene contenidos sexistas, y estereotipos, en los que se presenta a la mujer como víctima, un personaje de poca dignidad, y baja autoestima, o al hombre como el constante agresor: “el malo”, “el borracho”, o “el infiel”.

Las opiniones que se van a reforzar en las personas son justamente estas, ya que, el peligro existe al estar constantemente expuestos a este tipo de informaciones.

Orozco (2001) advierte que confundir lo informativo con lo divertido implica que la audiencia no desarrolle una actitud crítica y reflexiva, puesto que, las noticias no se tomarían en serio y los contenidos cada vez serían menos rigurosos. Ante esto, se recuerda

lo que afirmaba Umberto Eco en sus críticas a la cultura de masas, al decir que eran las audiencias las que dañaban la televisión.

Esto se aplica cuando los televidentes sintonizan constantemente un programa periodístico o de entretenimiento cuyos contenidos tóxicos son tildados de “basura”. Lo cierto es que gracias a las audiencias, estos permanecen en la programación, si no los vieran, serán sacados del noticiero o de la parrilla. De otro lado, un noticiero puede ser percibido como un medio para educar o estar bien informado y si está dentro de sus necesidades, el público lo usará para ello.

Katz, Bumler y Gurevich (citado en Osorio, 2013) señalan lo siguiente:

Buena parte del consumo de medios masivo puede ser considerado como una respuesta a las necesidades sentidas de los miembros de la audiencia (...) las gratificaciones de los públicos se basan en una noción explícitamente establecida acerca de cómo las necesidades individuales son canalizadas hacia un uso motivado de los medios.

Los autores, entonces, afirman que los medios motivan para que el televidente los use de cierta forma. Como lo decía Vargas Llosa (2012), el mundo occidental está inmerso en una civilización del espectáculo, un ideal de vida donde la gente solo busca escapar del aburrimiento y pasarla bien y, esto se refleja también en el papel que cumple la prensa al trabajar la información con el sensacionalismo, donde más que informar se busca que el

público se entretenga con el espectáculo de la información, por tanto, la necesidad que satisfacen es la de distracción.

Esta necesidad de entretenimiento, que se encuentra hasta en las noticias, hace que los medios entren en una competencia, constante en búsqueda de satisfacer esas necesidades del público, y justamente es en esa lucha por conseguir exclusivas o primicias, es que se cometen excesos, uno de ellos es la desinformación.

El público es el que presiona para que existan este tipo de productos informativos, según la apreciación que hace el escritor y periodista, Mario Vargas Llosa. Resulta lamentable que sea en la mayoría de casos cierto, pues existe un público acostumbrado a ver estos contenidos, cuando se les presentan otros, simplemente cambian de canal o no les interesa.

Katz, Blumler y Gurevitch (citado por Osorio, 2013) refieren cinco necesidades de las personas que son satisfechas a través del consumo de los medios de comunicación.

- Evasión
- Entrega de información
- Recreación, Ilusión
- Refuerzo de valores
- Sensación de pertenencia e identidad grupal

Por otro lado, investigadores como Feshbach (1970) sostienen que consumir contenidos violentos produce un efecto catártico, puesto que, al estar expuestos a imágenes de violencia, los televidentes alivian sentimientos de frustración u hostilidad, por consiguiente, se disminuye la probabilidad de una conducta violenta. Añade que hay una participación

subjetiva con los personajes que son agresivos en la historia, esto lo denomina experiencias agresivas indirectas.

Asimismo, Feshbach & Singer (citado en Monje, 2002) señalan que la catarsis se produce más en el público de clase baja que en el de clase media, puesto que, la educación que se imparte es un arma para tener la capacidad de controlar los impulsos de este tipo.

Gran parte del discurso periodístico tratan de sucesos negativos como problemas, escándalos, conflictos, crímenes, guerras o desastres (...) Psicoanalíticamente estas diferentes formas de negatividad en las noticias pueden contemplarse como expresiones de nuestros propios temores y el hecho de que las sufran otros proporciona tanto alivio como tensión a causa de esa especie de participación delegada en los demás. (Van Dijk, 1990, p. 178)

Para este autor, consumir noticias policiales o sobre acontecimientos negativos obedece a factores relacionados al componente emocional.

#### **1.2.3.2.a El Reconocimiento.**

Reconocer algo en una imagen es identificar lo que se ve en ella con algo que también se ve o podía verse en la realidad.

Maletzke (citado en Osorio, 2013) argumenta que el público elige sus mensajes de acuerdo a su personalidad, el ambiente social en el que participa, su autoimagen, la compulsión del medio, la imagen o actitud mental que el perceptor tenga del medio.

La manera en cómo se ve el receptor a sí mismo, su manera de ser, lo que consumen sus amigos, lo que piensa del medio, será determinante para saber qué necesidades necesitan satisfacer por medio de la televisión. Un punto importante es lo que se llama compulsión del medio, o sea las obsesiones con ciertos contenidos que manifiesta el medio de comunicación también puede crear una necesidad en las personas.

#### **1.2.3.2.b Conocimientos previos**

Los mensajes que a diario se reciben por los noticieros de televisión son interpretados en función a lo que el emisor desea que el receptor entienda. Si en una noticia se quiere resaltar que determinado personaje es el culpable de algún delito, los signos utilizados para codificar el mensaje estarán orientado a eso, y se recurrirán a herramientas que se proporciona el propio contexto cultural entre emisor y receptor.

Chillón (1998) dice que el emisor codifica los signos mediante significantes cuyos significados van más allá de una simple conversación, pues asegura que al decodificar, el receptor ayuda a crear el significado final del mensaje, porque al interpretar los signos que recibe lo hace en torno a sus propias expectativas, hábitos y creencias (p.75)

Por lo tanto, el receptor tiene ideas formadas en su mente con base a sus propias experiencias, al leer un titular colocado en la pantalla del televisor, cuando conoce la historia de algún personaje de la noticia, etc.

Las opiniones y actitudes que el receptor tenía con anterioridad respecto a los hechos, son influyentes para interpretar y entender el interés que tiene por ciertos elementos de la historia policial (Mc Combs, 2006, pp.31 y 32).

Más allá de la percepción sensorial inmediata del entorno o del juego interior con las sensaciones registradas en la memoria, el mundo adquiere sentido sólo en la medida en que lo traducimos lingüísticamente; de otro modo sólo sería para nosotros una barahúnda incoherente de sensaciones –táctiles, olfativas, visuales, gustativas, acústicas, suscitadas por el entorno más inmediato aquí y ahora. (Chillón, 1998, p.70)

Esto quiere decir, que conocemos el mundo cuando es contado a través de las palabras, la imagen, el texto, los argumentos de la historia, todo esto es lo que hace conocer aquella parte de la realidad, ya que, el periodista lo desea.

Bateson (1972) propuso el concepto de “marco” como una herramienta que permitía explicar por qué la gente centra su atención en determinados aspectos de la realidad y no en otros.

Lo que la sociedad piensa ayuda a determinar cómo cada quien percibirá lo que ocurre a su alrededor, también, las creencias, tradiciones y prejuicios instalados durante años.

Entman & Scheufele (citado por Arugete, 2011) señalan que son estructuras de pensamiento preexistentes que influyen y guían el procesamiento e interpretación de la información.

Para otros autores como Goffman (1974) los individuos no pueden entender el mundo en su totalidad y, por tanto, clasifican e interpretan las experiencias de su vida. Tales

interpretaciones se encuentran condicionadas por la sociedad, en tanto conviven con normas heredadas, adquiridas, compartidas y transmitidas socialmente.

Ejemplo de ello, es lo que se vive actualmente en Latinoamérica con el boom de las narconovelas o narcoseries, exitosas producciones televisivas que muestran a los narcotraficantes como “personajes admirables”. Según el periodista colombiano Omar Rincón, en el portal *Reflector, una luz en el audiovisual*, estas temáticas permiten el reconocimiento del colombiano. Incluso frases y modismos de esta producciones se han incluido en el lenguaje cotidiano de la gente, algo parecido a lo que en Perú ocurrió con la serie de Pablo Escobar, pero también cuando en las noticias se puso de moda el nombre de Alexander Manuel Pérez Gutiérrez, alias “Gringasho” cuya captura fue muy sonada en el año 2013, pues se había convertido en el asesino adolescente más buscado del país o de uno de los más recientes, Gerald Oropeza. Algunos jóvenes suelen usar como apodos los alias de estos delincuentes, como si se tratara de algo gracioso..

El mundo del narco se hace atractivo para el televidente, según el investigador Omar Rincón, lo es especialmente para el colombiano que vivió esa problemática durante años.

La figura del narcotraficante es de gran impacto popular, gracias a estas series se conoce una vía para ser exitoso de manera paralegal, esto es un reflejo de cómo es la sociedad. Lo mismo se puede decir de las noticias policiales que de manera sensacionalista explotan esos modelos delincuenciales.



### 1.2.3.3 Proximidad

Wertheimer ( citado en Oviedo, 2004) señala que los elementos próximos tienden a ser vistos como constituyendo una unidad antes que los elementos alejados.

Es el caso de los personajes de las noticias policiales, que son de rasgos físicos parecidos a los del receptor, con características psicológicas, sociológicas o morales relacionadas a él , probablemente generen una afinidad o cercanía.

Katz (1967) decía que hay una tendencia a reunir en grupos los elementos de igual clase. Este es otro principio de la semejanza o afinidad que se puede tener con los personajes que forman parte a la noticia policial, o que tienen historias de vida parecidas o cercanas al receptor.

Aquella información que tiende a repetirse con mayor frecuencia es predominantemente atendida y captada por encima de aquella que es difusa y muy poco frecuente. , este es el principio de semejanza que define la Gestalt.

El problema está en la afinidad que se pueda sentir con personajes antagónicos que en las historias policiales son los agresores, los sicarios, los narcotraficantes, los homicidas, pero también puede ocurrir lo contrario, que la afinidad se cree con la víctima y generalmente esta es proyectada como la mujer, un personaje débil, sin dignidad, susceptible de ser maltratado. Esto debido a que la televisión refuerza las opiniones y actitudes de las personas .

Adams-Price y Green (1990) entienden la identificación como la vinculación con personajes famosos, ídolos juveniles y personajes de los medios. Dicha vinculación

desempeña un papel fundamental en la construcción de la identidad de los adolescentes y los jóvenes.

Esto resulta muy importante; a esa edad las opiniones deben ser reforzadas por modelos positivos, para invitar a la reflexión, pues hay valores culturales detrás de toda noticia, de todo personaje, de toda historia que se cuenta.

Es decir, el receptor puede sentirse atraído por tener la misma edad, sexo, clase social o motivaciones, por las actitudes, sentimientos o antecedentes de vida y las características demográficas del personaje que ve en la pantalla, en este caso uno de los que conforman la historia de la noticia policial.

Con esto se debe tener especial cuidado, porque las decisiones que deban tomar los receptores respecto a ciertas circunstancias, los valores que van adquiriendo a lo largo de su vida, pueden verse influidos por los modelos que transmiten ciertos personajes

La televisión tiene un poder de mediación en el aprendizaje de los jóvenes y en el caso de los noticieros, estos pueden ser vistos por personas de toda edad, esto implica que lo vea hasta un niño de 5 años, lo cual constituye una seria advertencia a los padres de familia, por los antivalores que ciertas noticias podrán transmitir, sobre todo, las de violencia.

Guillermo Thorndike Losada (citado en Guerrero, 2005) decía que el efecto de la semejanza era un factor que le otorga mucho atractivo a la noticia policial. Ante un hecho infortunado, es importante que el lector se pregunte “Cuántas veces le habrá pasado a personas como yo que caminamos siempre por el mismo sitio” (p.50)

Asimismo, para él, las personas que leen o que siguen este tipo de noticias lo hacen para ver lo que no quieren que les suceda. En otras palabras, , no desean convertirse en víctimas. Ven lo que les pasa, pero con el fin de que lo malo que les sucede a los personajes de estas historias no les ocurra a ellos.

La escuela gestáltica plantea que en la relación sujeto objeto, es el sujeto el que se encarga de extraer información relevante del objeto, en este sentido los televidentes determinan qué es lo relevante en torno a lo que el medio quiere hacer ver como tal, los receptores se fijan en ciertas particularidades que tiene la historia que fueron resaltadas por el periodista, que de alguna manera son comparables con experiencias que le tocaron vivir al televidente y con creencias que forman parte de la sociedad.

El pensamiento asociativo es el segundo tipo de pensamiento que desarrollan los seres humanos y permite hacer asociaciones entre objetos e ideas, reconocer cosas o aprender ciertas conductas.

Se trata de narrativas mitológicas por ejemplo, en cada historia debe haber una víctima y un victimario, un héroe y un villano, un villano estilo Robin Hood, o un villano que siempre se sale con la suya y que muchos quieren imitar. Hay casos emblemáticos, en los últimos años, que se recuerdan por haber sido mediáticos y porque en su momento el trabajo de la prensa resultó reprochable,: Edita Guerrero, Ciro Castillo, Gerald Oropeza, en este último, la narrativa mitológica construida es la del “gánster” que, harto de vivir en la miseria, decide salir de ella a cualquier precio, al puro estilo del personaje de la película Scarface, “Tony Montana”, apelativo con el cual se le conoce.

También se puede nombrar a la historia del narcotraficante Joaquin “Chapo” Guzmán, a quien los medios le construyeron la imagen del “héroe de los pobres”, una especie de “Robin Hood”. Además, se le construyó la imagen de “hombre poderoso”, el que puede corromper a cualquiera, el personaje que se ha atrevido a fugarse tres veces de un penal de máxima seguridad, el que puede tener a las más bellas mujeres. Hasta un artículo del diario El Universal de México, señala que la épica de su personaje inspiró a crear una industria, pues hay videojuegos, polos, gorras y hasta una canción de reggaetón.

#### **1.2.3.4 Prejuicios**

Los prejuicios o falsas creencias instaladas en la sociedad, sobre personas o ciertos hechos, condicionan la interpretación que hará el espectador sobre la realidad y desde el punto de vista periodístico, será utilizado para construir el mensaje. La interpretación que los medios hacen sobre un hecho también condiciona la interpretación del televidente, por su forma de percibir y comprender los problemas que ocurren y que son reportados en la noticia policial. Por lo tanto, los medios de comunicación encuadran la realidad, resaltando ciertos atributos de esta.

Los prejuicios instalados en la sociedad crean estereotipos. Uno de ellos, es que la violencia es un problema propio de los sectores de extrema pobreza. Se asocia de manera exclusiva la condición social de las personas con este flagelo, cuando en realidad la violencia no mide estrato social, raza ni género, mucho menos rasgos físicos de las personas, o sus formas de vestir o hablar.

En cuanto a los personajes que muestran estas historias, se observa, que se cumplen ciertos roles. El hombre siempre es el agresor, el borracho, el infiel. Es ausente la representación

del hombre como “amos de casa”, no se le presenta en labores domésticas como a la mujer a no ser que su trabajo profesional sea el de Chef.

Al respecto, Suarez (2014) argumenta que en los medios de comunicación social, el género masculino no ha evolucionado y sigue comportándose de la misma manera que hace dos siglos, es decir se le ha estereotipado, lo cual conlleva a que se fomenten ciertos prejuicios en la sociedad.

Se observa desde la publicidad donde lo muestran en altos puestos de trabajo, hasta en los noticieros, donde siempre el hombre ejerce una superioridad, al ser el agresor, el que somete a la mujer, física y emocionalmente, y del cual ella se hace dependiente.

Chillón (1978) señala :

No existe una sola realidad objetiva externa a los individuos, sino múltiples realidades subjetivas, innumerables experiencias. Y estas realidades subjetivas múltiples e inevitables adquieren sentido para uno y son comunicables para los demás en la medida en que son verbalizadas: engastadas en palabras y vertebradas en enunciados lingüísticos (p.73)

Existen tantas realidades como experiencias esto es de acuerdo a cada individuo. No hay realidades objetivas, más bien hablamos de realidades que no solo son por que cada quien tiene su forma de mirar lo que ocurre a su alrededor.

Para Lippman (1980) los estereotipos eran procesos que se caracterizaban por ser defectuosos porque en la comunicación al recibirlos no hay posibilidad de retroalimentación. Aquí está el problema de que se opine en base a estos.

Barthes (2009) señala. “A nivel del mensaje simbólico, el mensaje lingüístico guía ya no la identificación, sino la interpretación. Constituye una especie de tenaza que impide que los sentidos connotados proliferen hacia regiones demasiado individuales” (p.6)

Según el teórico, el texto es una guía para que el televidente vaya en la dirección que marca el emisor del mensaje. Por ejemplo, si se quiere aprovechar la “difícil personalidad” de algún personaje de la noticia, es probable que el receptor no solo lo identifique, sino que interprete que es el culpable de determinado delito, sin serlo, pueden hacer que muchos piensen lo mismo, sin dejarle espacio para la reflexión.

### **1.2.3.5 Comprensión de la violencia**

La comprensión de los problemas que aquejan a la sociedad implica un proceso donde está presente el acto comunicativo. Los reporteros que dan a conocer la noticia elaboran el mensaje resaltando ciertos aspectos, un procedimiento conocido como encuadre periodístico.

Al revisar a los autores, según la opinión de Entman (1993): “Encuadrar es [...] seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo” (p. 52).

Estas herramientas presentes a la hora de transmitir la información periodística permiten transformar la forma de pensar de las personas sobre determinados hechos difundidos en

los medios de comunicación. Esta información se torna más fácil de comprender y retener en la mente del público, si se hacen en base a modelos del mundo que son conocidos, como por ejemplo: Lima, sinónimo de inseguridad ciudadana, la infidelidad es común en las parejas de nuestra sociedad, el machismo es una de las características de la sociedad peruana (y todavía de otras en el mundo), la corrupción de las autoridades, etc.

Lo dicho se percibe, por ejemplo, cuando en las noticias policiales presentan al bueno y al malo, al corrupto, a la pobre víctima, al culpable, al inocente, no obstante, no ocurre solo con los personajes, también se encuadran las situaciones, tal es el caso de notas sobre robos y asaltos donde ocurren tiroteos en pleno centro de Lima, es entonces cuando el público empieza a percibir como que existe un “terror de salir a las calles”, “nadie sabe si volverá con vida a casa”, “nadie hace nada por la seguridad”, o en el caso de algún accidente automovilístico protagonizado por algún joven, se cuenta que casi siempre es producto del alcohol y las drogas, por tanto, el encuadre es que: “los jóvenes actualmente viven de manera desenfrenada”, “la vida para ellos vale poco”.

Lule (2005) menciona que “el mito es definido no como una falsa creencia o una historia irreal, sino como una historia que expresa ideales, ideologías, valores, y creencias que prevalecen en una sociedad” (como se cita en Quevedo, 2014, p. 96)

Es decir, en los encuadres que realizan los periodistas a la hora de construir la información hay ideas centrales, se excluyen muchas cosas, se seleccionan otras y se pone énfasis en lo que crea pertinente, se explotan ciertas cualidades de acuerdo a lo que considera va a importar más al televidente por una razón de tipo subjetiva y cultural.

Los medios al describir y precisar la realidad externa, presentan al público una lista de todo aquello en torno a lo cual debe tener una opinión y discutir (Vílchez, 1989,p.34)

Por estas razones, la televisión influye en la forma cómo entender al otro y al mundo que los rodea, ya que, construye textos utilizando diferentes unidades simbólicas que ya existen en la sociedad, como creencias, prejuicios o estereotipos. Así, los medios de comunicación se convierten en guía acerca de cómo debe ser tratado “lo malo” y lo bueno”, “A quien se le debe otorgar la confianza y a quien no”.

Para Scheufele (2000), se trata de esquemas mentales más que de otorgar relevancia a ciertos aspectos de la información. Esto ocurre porque hay modelos instalados en la sociedad, instituidos de manera cultural , por ejemplo: los estereotipos, arquetipos y prejuicios.

Dewey (2007) afirma que el pensamiento reflexivo es “el tipo de pensamiento que permite darle vueltas a un tema en la cabeza y tomárselo en serio con todas sus consecuencias” (p.22)

Se resalta lo que dice el investigador, porque en la práctica ocurre lo contrario. Se observa que muchas veces las noticias policiales son objeto de burla, los memes que se crean en internet son muestra de ello. Existen temas tan escabrosos en la sociedad, no obstante, es lamentable que muchos jóvenes y adultos en lugar de reflexionar sobre estos crímenes y de cómo contribuir desde un ámbito civil a que estos se reduzcan, lo utilizan como broma. Un ejemplo es lo ocurrido con un reciente caso expuesto anteriormente en esta investigación , el de Shirley Silva Padilla alias “La gata”. Es frecuente escuchar la manera en que el público se atreve a bromear con este tema, pues les parece gracioso que temerariamente



haya matado a un hombre de un balazo en un restaurante, porque no le sirvió la cantidad de pollo que pedía.

Los periodistas contribuyen a que esto ocurra, dada la ligereza y frivolidad con la que informan. Scheufele (citado por Ariguete , 2011) manifiesta que : “en este proceso sugiere que matices sutiles en las palabras o la sintaxis tendrán —más probablemente— efectos no intencionales, difíciles de predecir y controlar por parte de los periodistas”.

Esto también se observa a la hora de crear los titulares, las imágenes o el sonido, además, de los personajes que intervienen, desde los mismos conductores que presentan la noticia, los reporteros y los protagonistas que forman parte del hecho reportado por el periodista.

Por otro lado, los saberes previos de la audiencia y lo que se dice en el mensaje serán determinantes para la interpretación que se haga sobre un hecho, la forma cómo lo entiende el televidente y la opinión que se tenga acerca de lo que se está narrando y de qué forma va a actuar en torno a este. “El *frame* determina si la mayoría de la gente se da cuenta y cómo entiende y recuerda el problema, además de cómo evalúa y elige actuar sobre ello” (Entman, 1993, p. 54)

Shomemaker, Reese & Tuchman (citado por Ariguete, 2011) sostienen que el condicionamiento del comunicador en su función de definir la realidad recae en base a las normas, los valores sociales o institucionales, las presiones de diversos grupos de interés, las rutinas informativas y la propia ideología de los periodistas.

Hay muchos factores que influyen en esa forma de mostrar lo que ocurre en la sociedad.

### 1.2.3.6 Construcción del sentido sobre violencia

Según Gordillo (2009) la televisión tiene una peculiaridad que es su capacidad narrativa. Esto quiere decir que en el caso de las noticias, se concatenan hechos determinados para dotarlos de sentido.

Para Quevedo (2014) dotar un hecho de sentido supone insertarlo en una trama, donde hay personajes que cumplen los roles de ser buenos o malos, hay algo por lo que se lucha y/o de lo que se es víctima y un contexto o situación. En otras palabras, es crear una historia. La imagen es tan impactante que hasta suele relegar a la palabra, como lo decía Barthes (2009).

Lo que la gente percibe acerca de lo que sucede en la sociedad va a depender de cómo se lo cuenten los medios de comunicación. Es frecuente observar personas que al salir a la calle lo hacen con mucha desconfianza y temor de ser atacadas por un delincuente, asaltadas en un taxi, o violadas.

Los signos tienen significados convencionalmente atribuidos, de ahí la existencia de los diccionarios y los repertorios signíficos especializados; pero los enunciados reales que los habitantes producen y reproducen incesantemente, en cambio, adquieren sentido dialógicamente , en el acto mismo de la comunicación.. (Chillón, p. 77)

Es en esa secuencia de palabras, que existe una instalada en la mente de las personas como un rasgo que caracteriza a la sociedad. Se trata del calificativo de “corrupto”, especialmente cuando se trata de autoridades políticas y de la policía.

Existe un irrespeto a la autoridad que se traduce en las agresiones que últimamente han ocurrido contra los miembros policiales, como el recordado caso de Silvana Buscaglia, que agredió a un policía por querer ponerle una papeleta. Según un informe del Diario el Comercio, son 19 personas las que están sentenciadas "con penas efectivas" por agredir a un efectivo policial y cumplen prisión en diversos penales del país.

Según Ipsos, en el 2015, para el 52% de ciudadanos, la corrupción era uno de los tres principales problemas del país. La sensación es cada vez más extendida y se apoya en datos reales, puesto que la Procuraduría Anticorrupción, reportó que hace un año, el 92% de los alcaldes del país (casi 1.700 de 1.841) estaban siendo investigados por presuntos actos de corrupción vinculados a los delitos de peculado, malversación de fondos, negociación incompatible y colusión.

En el caso de las noticias policiales sobre hechos de violencia urbana o familiar, lo que se ve a diario a través de los medios de comunicación genera una constante sensación de que esta situación no va a cambiar, que las autoridades del Ministerio del Interior, no hacen nada por frenar estos delitos, o que hay corrupción de por medio, en consecuencia, podría resultar mejor tomar justicia por propia mano. Esto se ha visto reflejado en linchamientos, mayormente ocurridos en provincias, donde la población, ante la indiferencia de las autoridades, que una vez que son apresados, suelen dejar en libertad a los delincuentes, deciden dar una lección que no olvidarán a estos facinerosos para que no vuelan a delinquir.

Lo que puede resultar fatal es que la justicia popular traspase sus límites en ciertos casos donde no hay la certeza de que existe un culpable, como pasó con la muerte de la cantante Edita Guerrero, el típico caso de la mujer víctima de violencia familiar, e infidelidad que se

calla para no denunciar ni perder a su esposo y que finalmente muere, pero no a consecuencia de golpes propinados por su cónyuge, sino de un aneurisma cerebral.

Por el momento, muchos todavía seguirán acusando a su viudo Paul Olórtiga de asesino, como queda demostrado con el último ataque que sufrió, en el mes de enero del año 2015 donde le lanzaron piedras y excremento a la fachada de su domicilio y consultorio odontológico. La percepción de muchos es que él la asesinó, una percepción influenciada por los medios de comunicación. Aunque después los medios se retracten y digan que no.

En conclusión, la verdad es lo que menos importa a la gente, porque aunque se haya demostrado que alguien no es culpable de algún delito, el público seguirá teniendo la misma percepción.

Es como si las personas quisieran ignorar la realidad, se recuerda el famoso caso del empresario Luis Banchemo Rossi (1971), el público que seguía los hechos vinculados a su muerte, se negaban a creer que había sido asesinado por el hijo del jardinero. Se formularon hipótesis de que habían sido los rusos y que los culpables eran de una mafia siciliana.

Esto significa que la realidad proyectada en la pantalla, observada, por ejemplo, en el noticiero de televisión, cuando desaparece, queda en la mente de las personas. Es entonces cuando se sustituye la realidad representada, por la propia.

La experiencia televisiva genera en el receptor actitudes y comportamientos poco racionales. Según Farrés (1999), en el caso de la comunicación audiovisual, las imágenes y la música no necesitan del intelecto para ser comprendidas y disfrutadas.

Farrés (1999) señala:

El espectador vive lo que contempla como expresión simbólica de sus propios deseos y necesidades. Vierte sus deseos sobre las imágenes, confiriéndole un sentido y al mismo tiempo recibiendo un sentido de ellas... Niños y adultos tenderán a imitar más a aquellos modelos que tengan mayor capacidad de conectar con sus necesidades psíquicas, con sus sentimientos, con sus emociones. (p.11)

El estudio de Merlo (2010) afirma que la imagen se convierte en un elemento socializador desde su relación directa con las emociones, pues el aprendizaje, aunque no es directo, se realiza de una manera inconsciente. La imagen transmitida en la televisión ofrece una visión sobre el mundo, pero más del propio individuo.

Algo con lo que hay que tener mucho cuidado, puesto que, se pueden tener percepciones equivocadas sobre la realidad, las mismas que después serán difíciles de cambiar, pues la imagen en movimiento otorga sensación de estar presenciado la realidad misma.

El sonido es una forma de comunicación, una herramienta para construir historias. Tiene un gran poder de recordación, ayuda a crear mayor impacto y a fijar una mejor y acertada percepción sobre lo observado. Aunque lo proyectado en la pantalla se haya esfumado, lo percibido queda en la mente y se le otorga un sentido. Una de sus funciones es hacer avanzar la narración, además le otorga velocidad a la acción. Sin lugar a dudas las imágenes adquieren un significado que sin sonido no la tendrían.

Chillón (1998) “La palabra sentido nos trae una última acepción: se siente, ante, contra o con algo o alguien, el sentido nace y se crea en neta socialidad, en coloquio permanente-  
muy, pero muy pragmáticamente (p.77)

El sentido depende de cómo los interlocutores utilizan el lenguaje y este nombra, designa, simboliza, alude y usa metáforas para que sean comprendidos los mensajes.

Se explica lo dicho con un ejemplo, se trata de un caso policial convertido en noticia de interés humano difundido en ATV noticias, el 7 de enero de 2016, en el primer bloque. Se trata de una noticia sobre un adolescente que muere ahogado en la playa Santa Rosa en Ancón. El enfoque de la noticia es el dolor de la madre que ve aparecer el cadáver de su hijo después de dos días de haber desaparecido. Se inicia con la imagen de la madre muy triste desmayándose en brazos de un familiar a la orilla del mar. Dicha imagen está acompañada de una música instrumental, una melodía lenta, muy parecida a la que se usa en las novelas en escenas donde hay profunda tristeza y dolor. Lo observado resulta, sin duda impactante. El encuadre tiene a ambos personajes en un plano abierto, la composición hace que se vean exactamente al centro con el fondo de las olas del mar. El editor ha colocado un efecto de cámara lenta a las imágenes, conocido como Slow. Después se hace un corte con un efecto visual llamado Fade y se empieza a contar la historia desde que empieza la búsqueda del joven acompañada de otra melodía.

A continuación , un extracto de la voz en off de la reportera:

Detalle de imágenes y sonido	Texto
Imágenes de madre desmayándose con música triste	Loc:  Dicen que no hay dolor más grande que el de una madre al ver morir a su hijo
Efecto fade , cambio de música , y sigue unos segundos a manera de clip con imagen	Este es el momento en que le confirman a esta mujer que su hijo Erick ha sido encontrado sin vida, varado por el mar dos días después de haberse ahogado en playa Grande de Santa Rosa en Ancón.  Eran las 6 de la mañana cuando el personal de salvataje de la policía se disponía a realizar la búsqueda del joven de 16 años, de pronto ( ...)

En la sociedad, las personas se forman ideas, percepciones y todas son muy subjetivas. Hay una aprehensión de los contenidos que se muestran en la televisión de acuerdo a las experiencias que vive cada receptor.

Por otro lado, según un estudio hecho en el 2008, por la Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana, problemas como la inseguridad ciudadana son percibidos con base a lo que cuentan los medios de comunicación y los discursos que hacen los políticos. Esto la convierte en casi una experiencia real y cotidiana, porque aunque uno no haya vivido la inseguridad, sabe que es víctima en potencia.

El diario el Comercio, en un artículo con fecha 2 de febrero de 2017, cita cifras del aumento de la percepción de inseguridad ciudadana de 88.4% a 89.2% a nivel nacional del 2015 al 2016. Como se aprecia, el incremento en todo un año fue de un punto porcentual. También, se reporta lo dicho por el Viceministro de Gestión Institucional del MININTER, Ricardo Valdés, que la victimización se redujo de 34.4% a 30.0% entre el 2015 y 2016. No obstante, la percepción en la ciudadanía es todo lo contrario.

Otros autores como Rincon y Rey (2008) van más allá y califican a los medios como “Evangelizadores del miedo” al exagerar lo que en realidad ocurre, por razones de tipo económicas.

A más miedo más mercado de la seguridad: vigilancia, tecnologías, dispositivos, seguros, policías, penas, políticos autoritarios; siempre pérdida de libertades. A más miedo más cuentos mediáticos del miedo: más publicaciones más historias, s sensacionalismo,, más individuo, más estigmatización, menos investigación, menos democracia.  
(p.35)



Según esta apreciación, el miedo, más allá de ser una sensación natural del ser humano, es una experiencia de la cual los medios de comunicación sacan mucho provecho. Provocar el miedo genera rating, y a más rating mayor publicidad. Mueve a toda una industria, como bien lo explican los autores mencionados, algo con lo que la investigadora concuerda.

Según el portal de RPP, actualmente, más de 10 mil viviendas en Lima están protegidas por sistemas de alarmas, cámaras y circuitos cerrados de televisión. La mayor parte se encuentran en distritos de clase media y alta.

La percepción del miedo en la ciudad es bastante alta y se traduce en la compra de estos dispositivos. Esta sensación es un recurso explotado en muchas noticias policiales. Se afirma que el miedo es también un argumento de los políticos, especialmente cuando están en alguna contienda electoral y que hasta resulta rentable, porque provoca que las personas quieran invertir su dinero en comprar sistemas para evitar robos, cámaras de seguridad, objetos de defensa personal como sprays inmovilizadores, etc.

El miedo se experimenta de manera individual, “socialmente” se construye y “culturalmente” es compartido. Es decir, se transmite a la sociedad a partir de una experiencia individual.

Existe un temor generalizado en toda la población, la inseguridad se ha hecho algo cotidiano, algunos porque han sido víctimas de algún delito y otros porque conocen personas que lo han sido.

Esto es apoyado constantemente por los noticieros de televisión, debido a que, privilegian las noticias en torno a estos hechos con un tono pesimista, alarmante y desalentador, porque al parecer, por la inacción y descrédito de las autoridades esta realidad no va a cambiar.

Existe también un tiempo destacado que le dedican a la noticia policial dentro del noticiero que podría ser de importancia a la hora de medir cómo aumenta la preocupación en la sociedad frente a la inseguridad ciudadana. Cabe resaltar que no es el objetivo decir que la inseguridad ciudadana no es real, sin embargo, es preocupante el hecho de que se llegue a crear un pánico colectivo que pueda servir de cortina de humo a los periodos de crisis política que enfrenta el país.

Thomas (1928) afirmaba que si el hombre define una situación como real, esta será real en sus consecuencias.

La verdadera situación que vive el país en muchos casos puede magnificarse, porque:

La gente cree que está más amenazada por la delincuencia aunque bajen las estadísticas delictivas, porque la prensa localiza las noticias más espectaculares, les da importancia (...) Entonces la gente piensa que los delitos son más frecuentes de lo que realmente son (Bayce, 1995,p.54)

El homicidio en el Perú registra las tasas más bajas a comparación de otros países del mundo, como lo indica un estudio hecho por el INEI, *Tasa de Homicidios 2011-2016*, que

registra 2 mil 435 muertes violentas asociadas a hechos delictivos dolosos, con una tasa de homicidios de 7,7 muertes por cada 100 mil habitantes, en el 2016.

Asimismo, en el año 2015, esta cifra fue de 7,2 muertes violentas por cada 100 mil habitantes y se ubicó en el quinto nivel más bajo entre los 50 principales países del mundo. En primer lugar se ubica El Salvador (108,6), Honduras (63,8), Venezuela (57,2), Brasil (26,7), Colombia (26,5) y México (16,4).

#### 1.2.3.6.1 **Casos policiales más mediáticos e impactantes:**

Sin duda, el primer gran caso policial que tuvo que cubrir la televisión peruana fue el del psiquiatra Segisfredo Luza, quien , en 1966, asesinó al joven Fare Wanus, por el amor de la pintora Martha Vértiz. Seis años después ocurrió el caso Luis Banchemo Rossi y su secretaria Eugenia Sessarego. El famoso industrial pesquero fue asesinado por Juan Vilca, hijo del jardinero, en su residencia campestre de Chaclacayo. La justicia condenó también a la secretaria por estar comprometida. (J. Estremadoyro, en comunicación personal, 23 de octubre de 2016)

#### **A. Caso Segisfredo Luza**

El psiquiatra Segisfredo Manuel Luza Buroncle estuvo en la cárcel durante 8 años acusado de cometer un crimen pasional, el 13 de octubre de 1966, Creía que su amante Martha Veliz ( quien era una de sus pacientes )mantenía relaciones con el joven Fare Warus, de 21 años,

Según se descubrió, el supuesto triángulo amoroso había sido un plan elaborado por la pintora para provocarle celos y lograr así que se divorcie lo más pronto posible. Luza, que era 15 años mayor que ella, confesó el crimen. Después de cumplir su condena de 8 años de prisión por asesinar de 15 balazos a Wairus, se dedicó a gestionar los sicosociales primero de la OCI y luego del SIN como las famosas “Vírgenes que lloran” .

### **B. Asesinato del primer industrial pesquero en el mundo , Luis Banchemo Rossi**

Ocurrido el 1 de enero de 1972. La prensa lo denominó “El crimen del siglo”. Fue tanto el impacto que el cineasta Francisco Lombardi hizo una película sobre lo sucedido. Las repercusiones del hecho se debieron también a que se trató de un crimen sin resolver.

Así titularon los diarios de aquel entonces: “El hijo del guardián intentó chantajear a Banchemo” , “Vilca mató por envidia y complejo”.

En un principio, el jardinero confesó ser el auto del crimen, luego el caso dio un giro inesperado, ya que, después de demostrarse varias irregularidades en la investigación , las evidencias, sostenían la tesis de que todo se trató de un complot, pero lo que nunca se supo es de dónde vino la orden de matarlo.

Entre las conjeturas que hizo el periodismo, según lo cuenta Salazar, (2007) está el hecho de que Banchemo, para algunos, era una amenaza, pues se aprestaba a participar activamente en la política, que la familia quería quedarse con la herencia, que fue por lío de faldas, se decía también que pudo tratarse de ajuste de cuentas, al estar supuestamente involucrado en una red de tráfico ilícito de drogas.

Sin embargo, la tesis de mayor asidero fue la que lo vinculaba a sus antiguas relaciones con criminales de guerra nazis. “Se hablará pues de esto y aquello en ese Perú del año 1972, pero ninguna noticia , por espectacular o extraordinaria que pareciese, logrará superar el interés provocado por la oscura y misteriosa muerte del hombre más rico del Perú , de ese entonces: el industrial pesquero, Luis Banchero Rossi.(Salazar, 2007,p. 27)

El periodista Julio Estremadoyro, agrega otros recordados casos:

Otros dos casos que provocaron gran interés fueron protagonizados en 1986 por Mario Poggi que ahorcó con su correa al presunto descuartizador Angel Díaz Balbín, en pleno tratamiento psiquiátrico; y el de Marita Alpaca en 1990 que cayó desnuda desde el piso 19 del hotel Sheraton. Estaba alojada con su pareja, el banquero José Reaño. En el curso de las investigaciones hubo inquietud por hallar el “útero de Marita” que había desaparecido en la autopsia. (J. Estremadoyro, en comunicación personal, 23 de octubre de 2016)

### **C. Asesinato de Fernando de la Romaña “Calígula”**

La noche del 13 de febrero de 1992, la sociedad limeña quedó impactada con el misterioso asesinato de “dos jóvenes pandilleros mirafloresinos”, como los llama el periodista Jorge Salazar (2007) en su libro La Sangre Derramada. .

Se trata de Fernando de Romaña Azalde de 24 años, apodado “Calígula” y su amigo, Julio César Domínguez Marzano, alias “El Chato”, cuyos cuerpos fueron encontrados con varios impactos de bala, a la altura del kilómetro 16 de la carretera a Cieneguilla.

Ligados al mundo de la extorsión, el robo y las drogas, sus principales víctimas eran mujeres, a quienes seducían y chantajeaban.

Este homicidio conmocionó al país, a tal punto que los medios de comunicación, durante años, especularon sobre las causas del crimen. El caso “Calígula” estremeció a muchas esferas de la sociedad limeña debido a que estos jóvenes delincuentes provenían de hogares de buena posición social y hasta tenían apellidos de “abolengo”. Se trató de un caso impactante, aún sin resolver. Asimismo, la vida del personaje principal y su entorno fue llevada a las pantallas de televisión con gran éxito en la década de los 90.

#### **D. El caso Giuliana Llamoja**

El 5 de marzo del año 2005 ocurrió el homicidio perpetrado por Giuliana Llamoja, una joven estudiante de derecho, quien asesinó a su madre, María del Carmen Hilarés, luego de una fuerte discusión. Según los medios de comunicación, fueron 49 puñaladas las que le provocaron la muerte. Como lo dice el diario El Comercio, en su edición digital del viernes 2 de marzo de 2012.

Este caso también provocó muchas especulaciones en la prensa, hasta dieron a entender que la muchacha tenía “celos” de su progenitora y la existencia de un supuesto “Complejo de Edipo” .

A la joven parricida se le hicieron diversos peritajes psiquiátricos, el Instituto de Medicina Legal concluyó que no padecía ninguna enfermedad mental y que era consciente de sus actos. Luego, fue sentenciada a 20 años de prisión por el delito de parricidio.

En el año 2007, la Sala Penal Transitoria de la Corte Suprema decide rebajar la pena a 12 años de prisión y fija un monto de 30 mil soles de reparación civil. En mayo del 2009 se le otorga el beneficio de semi libertad.

En julio de 2010, los medios de comunicación difundían nuevas noticias sobre la parricida, que consistían en su nueva faceta como escritora.

Cabe resaltar que este caso al igual que el de Miriam Fefer, muestra las confrontaciones entre familias, en octubre del 2011, el hermano de Giuliana Llamuja, Luis Llamuja, denunció que ella no cumplía con las normas de conducta impuestas para mantener el beneficio penitenciario.

Asimismo, fue denunciada por su exabogada de falsificar sus firmas para salir del país, acusación que provocó que le revoquen el beneficio. La parricida estuvo en la clandestinidad en el año 2012. Su hermano acusó públicamente al padre de influir para que se le retire la orden de captura. Luego estuvo involucrada en otras denuncias.

#### **E. Asesinato de Miriam Fefer**

Ocurrió el 15 de agosto del 2006. Se trataba de una empresaria judía que amaneció muerta en la habitación de su casa. Fue un caso muy mediático, por estar involucrados personajes con características que hacían tejer historias y capítulos aún sin resolver. La pelea entre los hermanos Ariel y Eva quienes se acusaban mutuamente de tramar el asesinato de su madre,

la disputa por la herencia, el conflicto entre el padre de ambos y Ariel, la conducta homosexual de los hermanos y de su entorno. Los nuevos personajes que aparecían y las sospechas que recaían sobre ellos.

Los medios de comunicación mostraban a Eva Bracamonte, como la autora intelectual del homicidio perpetrado por el sicario colombiano Alejandro Trujillo Ospina , apodado “Payaso”, este juicio mediático la llevó varios años a estar en un penal sin que se dicte una sentencia.

Se explotó el lado morboso de la historia con la vida íntima de los personajes principales, Ariel y Eva Bracamonte quienes tenían sus respectivas parejas las cuales también fueron involucradas en el caso.

El proceso judicial culminó en diciembre de 2015 de manera sorprendente, puesto que, la justicia falló a favor de Eva Bracamonte, absolviéndola de todos los cargos.

#### **F. Crimen de Alicia Delgado**

Otro muy resaltante fue el del crimen de la cantante vernácula Alicia Delgado, a quien encontraron muerta el 25 de junio del año 2009, se trató de un homicidio cometido por Pedro Mamanchura, según investigaciones, ordenado por la ex amante de la fallecida, la también cantante de folklore Abencia Meza, quien purga condena de 30 años, en el Penal Santa Mónica, impuesta por la Corte Suprema de Justicia.

La figura del crimen doméstico cambia entonces a la de la muerte por encargo en casos emblemáticos como los de Alicia Delgado y Miriam Fefer ; una personaje de la farándula y



otra empresaria, pero que tienen como parte de su trama elementos en común: el crimen por encargo, vida desenfadada y la homosexualidad de los protagonistas.

### **G. Muerte de Ciro Castillo Rojo**

Este caso tuvo tres etapas: La primera, comienza con la desaparición del joven junto a su enamorada Rosario Ponce, ambos estudiantes de la carrera de Ingeniería Forestal de la Universidad Agraria, ocurrida el 4 de abril del 2011, cuando fueron de excursión al Valle del Colca, en Arequipa.

Conforme pasaron los días, la noticia fue cobrando mayor interés en los medios de comunicación. La segunda se inicia cuando Ponce apareció con vida, fue entonces que la búsqueda de Ciro Castillo se convirtió en “una especie de causa social” pues se produjo una cadena de solidaridad en el país a partir de los denodados esfuerzos del padre por encontrar a su hijo.

El tema “Ciro Castillo” se mantuvo durante casi un año siendo portada y titulares de primera en los diferentes medios de comunicación, tanto en redes sociales, noticieros, programas de fin de semana, periódicos, revistas y emisoras radiales. Su importancia opacaba incluso a importantes noticias de coyuntura por el contexto electoral que vivía el país. Parte de su impacto mediático se centró en la polémica sobreviviente: Rosario Ponce quien fue acusada de asesina por varios sectores de la prensa y de los propios padres del estudiante y fue denunciada por la desaparición del muchacho. Ella siempre se declaraba inocente con el singular estilo de reír cada vez que la entrevistaban.

La tercera etapa se inicia el 20 de octubre de 2011, cuando aparece el cuerpo del estudiante en una quebrada del nevado Bomboya. El 28 de octubre, se iniciaron las exequias en Lima.

Sus restos fueron enterrados en el Camposanto de Huachipa con una multitudinaria asistencia de personas, entre ellas, gente curiosa, que se sentía muy atraída quizá por el morbo o por la solidaridad hacia la familia que el caso provocó.

El hallazgo significó un sinfín de dudas sobre lo ocurrido, especialmente por parte de su padre, Ciro Castillo-Rojo. No obstante, el informe del Ministerio Público determinó que Ciro no fue asesinado sino que su muerte se produjo por un desbarrancamiento.

Pese a las pesquisas forenses, la Segunda Fiscalía Provincial Penal Corporativa de Arequipa abrió proceso para esclarecer la muerte de Ciro Castillo-Rojo. Los medios de comunicación convirtieron a Rosario Ponce en la principal sospechosa de un presunto crimen. La joven fue objeto del rechazo público ante la indignación que causó este caso en la sociedad limeña y del interior del país.

Finalmente, este fue archivado por falta de pruebas, en tanto que la imagen de la joven quedó sin duda gravemente perjudicada y la de Ciro, se convirtió en una especie de leyenda popular.

#### **H. La captura de Alexander Manuel Pérez Gutiérrez, alias “Gringasho”**

Conocido por ser el sicario más joven del Perú, por su alto nivel de peligrosidad empezó en el mundo delincriminal a los 13 años de edad. A los 17, fue detenido por primera vez, integró la temida banda “Los malditos de Rio Seco” en Trujillo.

Se fugó de los Centros de Rehabilitación donde era recluso por las autoridades. Su caso fue muy mediático, se conoció que tenía una enamorada, la joven Yasmy Marquina a quien la prensa apodaba como “Gringasha” y que según algunos diarios tenía nexos con bandas

delincuenciales. Justamente, una de las fugas de Pérez Gutiérrez, fue a causa de ir en busca de la joven, ya que, al parecer esta le era infiel. Fue así como lo recapturan en un hostel de Los Olivos. Finalmente, al cumplir la mayoría de edad, fue recluido en el Penal de Ancón en el 2012. La justicia ordenó que el sicario juvenil salga en libertad el 23 de noviembre de 2017 a los 22 años de edad. Por este motivo, la prensa volvió a tocar su caso en los diferentes medios de comunicación.

### **I. La muerte del hincha aliancista Walter Oyarce**

El 24 de setiembre del año 2011 se disputó el clásico y Alianza Lima en el Estadio Monumental. El partido terminó en tragedia por el enfrentamiento vandálico entre barristas de ambos equipos donde resultó muerto, el hincha aliancista, Walter Oyarce, al caer de uno de los palcos del estadio, presuntamente luego de ser empujado por uno de los barristas del equipo contrario, David Sánchez Manrique Pancorvo, conocido como 'Loco David' y José Luis Roque Alejos, identificado como 'Cholo Payet'.

Debido a la presión mediática, ambos personajes fueron capturados por la policía junto a otros cinco implicados en la gresca y puestos a disposición de las autoridades judiciales quienes los condenaron a 35 años de prisión.

Esta noticia trajo repercusiones, como el cierre temporal del estadio Monumental, el seguimiento del caso por parte de los medios. Asimismo, casi 10 meses después de la muerte del joven, se ordenó la exhumación del cadáver. Los principales implicados cumplen condena.

## **J. La muerte de Edita Guerrero**

Uno de los acontecimientos polémicos en el ámbito policial fue el de la cantante de la agrupación Corazón Serrano, Eda Guerrero, (febrero 2014) quien afrontaba en vida problemas de infidelidad y violencia familiar con su esposo el odontólogo Paul Olórtiga, quien fue acusado en los medios de comunicación de matarla. Esta temática del crimen por violencia familiar fue explotado por un buen sector de la prensa, incluso sorprendentemente intervino la Fiscalía de la Nación, al brindar una controvertida conferencia de prensa donde daba los resultados de la exhumación del cadáver que llevó al viudo a pasar a la clandestinidad. Después de una espectacular movilización policial y mediática, fue capturado y estuvo varios meses en prisión, a pesar de que , diversos especialistas consultados afirmaron que la artista había muerto a consecuencia de un aneurisma cerebral.

## **K. El caso Marco Arenas**

El 5 de noviembre de 2014, Marco Arenas de 22 años discutía con su madre adoptiva, la próspera empresaria panadera, María Rosa Castillo Gonzales, pues no aceptaba la relación sentimental que sostenía con la joven Fernanda Lora de 18 años, a quien acusaba constantemente de incitarlo a que le robe.

Según pesquisas policiales, fue en esa discusión cuando Marco golpeó a su madre con una llave de artes marciales. Luego, la quemó viva en un descampado de Lurín, donde apareció cinco días después de haberse reportado su desaparición. El parricida afirmó haber cometido el crimen en complicidad con la enamorada. Por su parte, ella lo niega, aduciendo que siempre fue víctima de las amenazas de Marco. Ambos están en prisión preventiva afrontando un juicio por parricidio en el que la Fiscalía ha pedido 35 años de cárcel.

El caso tuvo varios episodios, en el que apareció la madre biológica del joven, Isabel García Bobadilla, contando su propia historia, aquella que daba cuenta de que prácticamente la occisa le había robado su hijo al nacer. También, los canales difundieron las sospechas sobre el padre, que según sus hipótesis podría ser el autor intelectual del crimen, debido a que sería el principal beneficiado con la millonaria herencia.

### ***l. La captura de Gerald Oropeza***

El joven empresario Gerald Oropeza fue apodado en los medios de comunicación como el “Tony Montana peruano”, acusado mediáticamente de ser cabecilla de una red internacional de tráfico ilícito de drogas y con un entono vinculado también al mundo del sicariato.

Todo comenzó con el atentado que sufrió su auto porche, el jueves 2 de abril de 2015, de ahí siguieron una serie de crímenes y asesinatos que culminaron con la captura de Oropeza en un balneario de Ecuador, en setiembre del año 2015. El caso tomó más notoriedad, al descubrirse que tanto él como sus familiares tenían nexos en la política, sus nombres aparecían inscritos en el Partido Aprista Peruano. Se conoció también que tenía contactos en el Ministerio Público y que esta institución del estado le debía dinero al haber contratado a su empresa SERGERO SAC (sindicada como fachada de sus negocios ilícitos) para servicios de mantenimiento. A raíz de este personaje, son noticia todos los demás vinculados a una presunta red criminal de narcotraficantes y sicarios, como Angelo Renzo Espinoza Brissolesi, alias “Renzito” .

#### **M. Asesinato de Wilbur Castillo**

Este crimen ocurrió el 2 de diciembre del año 2015 en el Callao. Wilbur Castillo Sánchez de 49 años se había hecho conocido por denunciar una supuesta red de chuponeo en la Municipalidad del Callao que vinculaba a personajes políticos como el exalcalde, Juan Sotomayor, el actual Presidente del Gobierno Regional del Callao, Felix Moreno, y el exfutbolista, Roberto Martínez.

Castillo, quien estuvo ligado a un pasado delictivo, fue abatido de 32 balazos, después dejar a su hija en el colegio en la Perla, Callao. Se atribuye el hecho a un ajuste de cuentas y crimen por encargo.

La televisión nacional le dedicó espacios considerables a este tema, incluso cuñas especiales para ordenar todo lo concerniente al caso.

#### **N. El caso Silvana Buscaglia**

El 24 de diciembre del año 2015, Silvana Buscaglia Zapler, fue recluida en el Penal Santa Mónica tras recibir sentencia de 6 años de prisión efectiva por agredir a un policía física y verbalmente durante una intervención realizada el 17 de diciembre. Cuando este le iba a aplicar una papeleta de infracción de tránsito. Este caso tuvo mucha trascendencia en la opinión pública debido a que fue el primero en aplicar la recién promulgada ley de flagrante delito. Sin duda, esta noticia sentó precedentes para sancionar a todo aquel que se atreva a irrespetar a la autoridad policial, aunque también ha causado polémica al ser calificada por algunos sectores como arbitraria y excesiva. Lo curioso del caso, es que después de este hecho, se siguieron registrando agresiones a policías.

## **O. Recaptura del Chapo**

El famoso narcotraficante, Joaquín Guzmán Loera, alias “El Chapo Guzmán”, líder del histórico cartel de Sinaloa, fue recapturado por la policía mexicana, luego de 181 días de intensa búsqueda al haberse fugado (por tercera vez), de una cárcel de máxima seguridad, la última , en julio de 2015 . Esta vez, cayó el viernes 8 de enero de 2016. Su recaptura fue una noticia que dio la vuelta al mundo, por las repercusiones que causa este personaje en la sociedad . Es conocido no solo por ser un capo de la droga, sino por su capacidad de corromper a las autoridades y de relacionarse con figuras de mucho poder, incluso con estrellas de Hollywood, como Sean Penn y la actriz Kate del Castillo, con quienes se supo planeaba hacer una película sobre su vida. Muchos consideran al “Chapo” una especie de leyenda viva en México. Se han tejido múltiples historias en torno a él, le han hecho canciones, videojuegos, polos y hasta muñecos con su rostro. En el Perú, aunque fue una noticia policial perteneciente al ámbito internacional, ocupó las primeras planas en distintos medios de comunicación. La televisión peruana le dio un espacio importante en todos sus noticieros durante varias semanas.

## **P. La captura de Shirley Silva Padilla, alias “La Gata”.**

El 26 de octubre de 2017, Shirley Silva Padilla, de 22 años, conocida en el mundo delincriminal como "La gata", asesinó a dos hombres en San Juan de Lurigancho. Primero, la joven mató al cocinero de un chifa, porque no estaba conforme con la comida que le sirvió , pero antes había asesinado a un joven de 21 años , porque según ella , este la acosó.

El crimen cobró importancia mediática por la frialdad con la que esta muchacha daba su testimonio y por su descontrolada vida rodeada de alcohol y drogas.

#### **1.4 Definición de términos básicos:**

##### **Noticia:**

Noticia es un hecho verdadero inédito y actual, de interés general que se comunica a un público que puede considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión (como se cita en Rodrigo Alsina, 1989,p.55)

##### **Noticia policial**

Martini (2004) : la noticia policial como relato está atravesada por todas las variantes de la subjetividad social y apela a la subjetividad individual, por tanto, recorta, elige un tema, desarrolla una serie, elige a los protagonistas, construye héroes y villanos. Manifiesta que la gravedad es el principal criterio de noticiabilidad y que mientras la amenaza se instala, el relato expone el padecimiento ajeno (p. 12)

**Ornellas ( 2002)** Género informativo que aborda hechos (o sus consecuencias) en los que está implícito algún modo de violencia-humana-o no -, que rompe con lo común de una sociedad determinada, y, a veces, con su normatividad legal. Se tienen como ejemplo, los relatos acerca de actos criminales, catástrofes, accidentes, o escándalos en general, todo elaborado periodísticamente bajo un código en el que destacan: los titulares impactantes, las narraciones con tintes de exageración y melodrama, entre otros. Es el género más utilizado en la prensa peruana.



### **Discurso sensacionalista**

Pedroso (1994) Es una forma de comunicación enfática y apelativa con el pueblo. Es una forma mitificada de tratamiento de este.

### **Temática delictiva:**

Marleti ( 1985) el tema "no es sino una forma de generalización simbólica de situaciones singulares que posibilita la comunicación" Es decir, los acontecimientos entendidos como hechos de actualidad conocidos por el público vía los medios de comunicación

### **Criterios de noticiabilidad**

Ayala (2006) argumenta que en el proceso de selección y preparación de los hechos noticiables, se señala como noticiable todo hecho que involucre la comisión de un delito, o sea, la manifestación de una conducta anómala propia de un determinado grupo social o de un individuo en particular (p.12)

### **Responsabilidad social del periodista**

Cebrián Herreros (2004) señala que es también una ética de la responsabilidad por la repercusión que la información tiene en la sociedad. Ya no hay un conocimiento directo de la realidad sino un conocimiento mediado. . La opinión personal y pública sobre la inmensa mayoría de los acontecimientos depende en gran parte de la información aportada por los medios. (p.195)

## **Antivalores**

From (1965) manifiesta que la carencia de un sistema de valores bien definido deja al sujeto en la duda, a la vez que lo entrega en manos ajenas a su persona. Los valores son el nexo de unión entre la ética y la moral (p.141)

## **Percepción**

Max Wertheimer, Kurt Koffka, Wolfgang Köhler (citados en Vargas , 1994) conceptualizan a la percepción como “el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social” (p.48)

## **Consumo**

Redondo (2010) señala: “la violencia posee una gran capacidad de atracción sobre las personas (...) Satisface su necesidad de excitación, de experimentar emociones fuertes, apela al morbo de encontrarse cerca del peligro pero a salvo, un fenómeno paradójico”. (p.4)

## **Usos:**

McQuail (1983) argumenta que es el uso y consumo que le dan las distintas audiencias a los medios . Las audiencias son capaces de describir sus experiencias que tienen con los medios masivos de comunicación en términos de funcionalidad (p.18)

## **Conocimientos previos**

Colomer & Camps (1990) dicen que es la información no visual de cuya existencia a menudo- no somos ni siquiera conscientes-la que nos ayuda a comprender mejor un texto (p.63)

## **Proximidad:**

Oviedo (2004) manifiesta: “una forma de agrupamiento de la información, proveniente del mundo externo es el principio de proximidad” (p.93)

## **Comprensión de la violencia**

Sadaba (2001) refiere que la comprensión de los demás y del entorno pasa por una serie de marcos establecidos con los que interpretamos su conducta. El frame es marco y esquema, producto de la interacción y, por tanto, un elemento dinámico. Cualquier acción cotidiana es comprendida en la medida en que se articula en los frames (p. 151)

## **Construcción del sentido**

Oviedo (2004) sostiene que darle forma a un objeto equivale a darle sentido, a hacerlo propio y permitirle mostrarse de manera inconfundible a la conciencia y con ello facultar la posibilidad de desarrollar estados imaginativos como el poderlos contrastar con otros, pensarlos en otros contextos, compararlos en diversos momentos de la memoria, etc. (p.93)

**Pensamiento reflexivo:**

Dewey (2007) afirma que el pensamiento reflexivo es “el tipo de pensamiento que permite darle vueltas a un tema en la cabeza y tomárselo en serio con todas sus consecuencias”  
(p.22)

## **CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **3.1 Formulación de Hipótesis**

#### **3.1.1 Hipótesis General:**

El tratamiento de la noticia policial televisiva influye significativamente en la percepción respecto a la cultura de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

#### **3.1.2 Hipótesis específicas**

##### **Hipótesis específica 1:**

El discurso sensacionalista influye significativamente en el nivel de consumo de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

##### **Hipótesis específica 2:**

La temática delictiva influye significativamente en el uso que le dan los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

**Hipótesis específica 3:**

La construcción de la historia en la noticia policial televisiva influye significativamente en la proximidad de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

**Hipótesis específica 4:**

Los criterios de noticiabilidad influyen significativamente en los prejuicios de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

**Hipótesis específica 5:**

La responsabilidad social del periodista influye significativamente en la comprensión de la violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

**Hipótesis específica 6:**

Los antivalores del mensaje influyen significativamente en la construcción del sentido de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

## 3.2. Variables

### 3.2.1 Definición Conceptual

Variable	Definición Conceptual
Tratamiento de la noticia policial televisiva.	Martini (2004) : la noticia policial como relato está atravesada por todas las variantes de la subjetividad social y apela a la subjetividad individual, por tanto, recorta, elige un tema, desarrolla una serie, elige a los protagonistas, construye héroes y villanos. Manifiesta que la gravedad es el principal criterio de noticiabilidad y que mientras la amenaza se instala, el relato expone el padecimiento ajeno (p. 12)
X <sub>1</sub> Discurso sensacionalista	Pedroso (1994) Es una forma de comunicación enfática y apelativa con el pueblo. Es una forma mitificada de tratamiento de este.
X <sub>2</sub> Temática delictiva	Marleti (1985) el tema "no es sino una forma de generalización simbólica de situaciones singulares que posibilita la

	comunicación" Es decir, los acontecimientos entendidos como hechos de actualidad conocidos por el público vía los medios de comunicación
X <sub>3</sub> Construcción de la historia de la noticia policial	Proceso complejo que comprende tres momentos: la producción, la circulación y el consumo (Alsina, 1989, p.24)
X <sub>4</sub> Criterios de noticiabilidad	Ayala (2006) argumenta que en el proceso de selección y preparación de los hechos noticiables, se señala como noticiable todo hecho que involucre la comisión de un delito, o sea, la manifestación de una conducta anómala propia de un determinado grupo social o de un individuo en particular (p.12)
X <sub>5</sub> Responsabilidad social del periodista	Cebrián Herreros (2004) señala que es también una ética de la responsabilidad por la repercusión que la información tiene en la sociedad. Ya no hay un conocimiento directo de la realidad sino un conocimiento



	<p>mediado. . La opinión personal y pública sobre la inmensa mayoría de los acontecimientos depende en gran parte de la información aportada por los medios. (p.195)</p>
<p>X<sub>6</sub> Antivalores del mensaje</p>	<p>From (1965) manifiesta que la carencia de un sistema de valores bien definido deja al sujeto en la duda, a la vez que lo entrega en manos ajenas a su persona. Los valores son el nexo de unión entre la ética y la moral (p.141)</p>
<p>Percepción respecto a la cultura de violencia</p>	<p>Max Wertheimer, Kurt Koffka, Wolfgang Köhler (citados en Vargas, 1994) conceptualizan a la percepción como “el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social” (p.48)</p>

Y <sub>1</sub> Nivel de consumo	<p>Garcia Canclini (1995) el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Esta caracterización ayuda a ver los actos a través de los cuales consumimos como algo más que ejercicios de gustos, antojos y compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas, o actitudes individuales, tal como suelen explorarse en encuestas de mercado.</p>
Y <sub>2</sub> Usos	<p>McQuail (1983) argumenta que es el uso y consumo que le dan las distintas audiencias a los medios . Las audiencias son capaces de describir sus experiencias que tienen con los medios masivos de comunicación en términos de funcionalidad (p.18)</p>
Y <sub>3</sub> Proximidad	

	<p>Oviedo (2004) manifiesta: “una forma de agrupamiento de la información, proveniente del mundo externo es el principio de proximidad” (p.93)</p>
<p>Y<sub>4</sub> Prejuicios</p>	<p>Devine (1989) son actitudes y opiniones, por lo regular negativas respecto de los miembros de un grupo, son la evaluación de alguien basada únicamente en su raza, sexo, religión o a que forma parte de otro grupo. Los prejuicios positivos se presentan cuando se evalúa de forma positiva a los miembros de nuestro grupo.</p>
<p>Y<sub>5</sub> Comprensión de la violencia</p>	<p>Sadaba (2001) refiere que la comprensión de los demás y del entorno pasa por una serie de marcos establecidos con los que interpretamos su conducta. El frame es marco y esquema, producto de la interacción y, por tanto, un elemento dinámico. Cualquier acción cotidiana es comprendida en la medida en que se articula en los frames (p. 151)</p>

Y <sub>6</sub> Construcción del sentido de violencia	<p>Oviedo (2004) sostiene que darle forma a un objeto equivale a darle sentido, a hacerlo propio y permitirle mostrarse de manera inconfundible a la conciencia y con ello facultar la posibilidad de desarrollar estados imaginativos como el poderlos contrastar con otros, pensarlos en otros contextos, compararlos en diversos momentos de la memoria, etc. (p.93)</p>

### 3.2.2 Operacionalización de variables

VARIABLE	INDICADORES
<b>INDEPENDIENTE (X)</b>	
Tratamiento de la noticia policial televisiva.	X <sub>1</sub> Discurso sensacionalista
	X <sub>2</sub> Temática delictiva
	X <sub>3</sub> Construcción de la historia de la noticia policial
	X <sub>4</sub> Criterios de noticiabilidad
	X <sub>5</sub> Responsabilidad social del periodista
	X <sub>6</sub> Antivalores del mensaje
<b>DEPENDIENTE (Y)</b>	
Percepción respecto a la cultura de violencia	Y <sub>1</sub> Nivel de consumo
	Y <sub>2</sub> Usos
	Y <sub>3</sub> Proximidad
	Y <sub>4</sub> Prejuicios
	Y <sub>5</sub> Comprensión de la violencia
	Y <sub>6</sub> Construcción del sentido de violencia

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1 Diseño metodológico**

La presente investigación posee un diseño no experimental, porque se estudian los fenómenos tal como se manifiestan en la realidad, sin intervención del investigador en el comportamiento de las variables. Como indica Valderrama (2015), el diseño no experimental “se lleva a cabo sin manejar la (s) variable (s) independiente (s), toda vez que los hechos o sucesos ya sucedieron antes de la investigación” (p. 178).

La investigación es transversal, como señala Hernández, Fernández y Baptista (2010) “Los diseños de investigación transversal o transeccional reúnen datos en un solo instante, en un tiempo único” (p. 151)

La presente investigación es de tipo aplicada. Según Valderrama (2015), la investigación aplicada “Se encuentra íntimamente ligada a la investigación básica, que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos para llevar a cabo la solución de problemas, con la finalidad de generar bienestar a la sociedad” (p. 164).

En ese sentido la investigación de nivel explicativa, las investigaciones explicativas son aquellas que tienen como fin determinar las causas de los fenómenos y descubrir los mecanismos de su funcionamiento

### **3.2 Diseño muestral**

La población es según Carrasco (2015) “el grupo de todos los componentes (unidades de análisis) que conciernen al ámbito cósmico donde se explaya el trabajo de investigación”. (p.36)

Para esta investigación se plantea como población total a todos los estudiantes de Periodismo del VII ciclo de la Universidad Alas Peruanas (97 alumnos) y a todos los estudiantes del IX ciclo de la Universidad San Martín de Porres (34 alumnos). Obteniendo como población total a 131 estudiantes.

Se utilizó la muestra de tipo probabilístico, esto quiere decir que, se aplicó la fórmula para poblaciones finitas, obteniendo como resultado 98 estudiantes.

Carrasco (2015) afirma que “es una pieza o fragmento característico de la población, cuyas peculiaridades primordiales son las de ser imparcial y reflejo fiel de ella, asimismo que los componentes que forman dicha población”. (p. 37)

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{NZ^2p(1-p)}{(N-1)e^2 + Z^2p(1-p)}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Valor de la distribución normal estandarizada correspondiente al nivel de confianza; para el 95%,  $z=1.96$

E: Máximo error permisible, es decir un 5%.

p: Proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

q: Proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

Reemplazando en la fórmula:

$$N = \frac{(1.96)^2 * (0.50) * (0.50) * (131)}{(131 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.50) * (0.50)}$$

$N=98$

La muestra determinada para la presente investigación es de 98 estudiantes

### **3.3 Técnicas para la recolección de datos**

La presente investigación utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos, puesto que, se trata de medir cuantitativamente la influencia del tratamiento de la noticia policial en la percepción de la cultura de violencia que tienen los jóvenes. Esta técnica permitió recoger, procesar y analizar información sobre el objetivo de la investigación.

#### **3.3.1 Descripción de los instrumentos**

El Instrumento de recolección de datos, utilizado fue una encuesta de 23 preguntas cerradas y sus respuestas y sus valoraciones están planteadas en el siguiente cuadro:

Tabla 2

Respuestas	Valoración
1. Nada importante	1
2. Poco importante	2
3. Regularmente Importante	3
4. Importante	4
5. Muy importante	5



Este cuestionario fue dirigido a los 98 estudiantes de las Universidades Alas Peruanas y Universidad de San Martín de Porres. En ese sentido el instrumento permitió medir cuantitativamente la influencia del tratamiento de la noticia policial en la percepción de la cultura de violencia que tienen los jóvenes a través de los indicadores de las variable 1 y variable 2.

La encuesta se aplicó durante el semestre académico 2017-II.

### 3.3.2 Validez y confiabilidad del instrumento

El instrumento fue validado mediante criterio de jueces expertos, para lo cual se necesitó la participación de 03 docentes de la Universidad San Martín de Porres, la Universidad Mayor de San Marcos y la Universidad Agraria La Molina, metodólogos expertos en la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación quienes validaron el cuestionario que será usado para medir la influencia entre cada una de las variables, mediante la fórmula de coeficiente de validez Aiken.

“La validez, en palabras genéricas, se puntualiza al grado en que un instrumento valora verdaderamente la variable que procura medir”. (Hernández et al., 2010, p. 200).

Tabla 3

Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%

ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	1	1	1	3	100%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
ITEM 12	1	1	1	3	100%
ITEM 13	1	1	1	3	100%
ITEM 14	1	1	1	3	100%
ITEM 15	1	1	1	3	100%
ITEM 16	1	1	1	3	100%
ITEM 17	1	1	1	3	100%
ITEM 18	1	1	1	3	100%
ITEM 19	1	1	1	3	100%
ITEM 20	1	1	1	3	100%
ITEM 21	1	1	1	3	100%
ITEM 22	1	1	1	3	100%
ITEM 23	1	1	1	3	100%
					100%

Resultados:

**Resumen de procesamiento de casos**

	N	%
Casos Válido	98	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	98	100,0

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

Para la confiabilidad del instrumento, se utilizó el Alpha de Cronbach, que se encarga de determinar la media ponderada de las correlaciones entre las variables de la investigación.

Según Hernández et al (2010), “La confiabilidad de un instrumento y medición se define al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto elabora resultados iguales” (p.200).

Definiendo que el valor del Alpha de Cronbach cuanto más se aproxime a su valor máximo, 1, mayor es la fiabilidad de la escala y considerando que valores del alfa superiores a 0,7 o 0,8 (dependiendo de la fuente) son suficientes para garantizar la fiabilidad de la escala.

Como criterio general, George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los valores de los coeficientes de alfa de Cronbach:

Cuando el Coeficiente alfa es:	>.9 es excelente
	>.8 es bueno
	>.7 es aceptable
	>.6 es cuestionable
	>.5 es pobre
	<.5 es inaceptable

**Resultados:**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,883	23

Según la prueba de Alfa de Cronbach, 0.883 es mayor de 0.05 por lo tanto el instrumento de investigación es el bueno para la realización de la tesis.

**3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información**

Esta investigación plantea lo siguiente:

- a. Ordenamiento y clasificación de las encuestas.
- b. Tabulación de las encuestas en Excel
- c. Aplicación de la técnica estadística a través del SPSS.

Para la validación de la hipótesis se utilizó la técnica de Correlación de Pearson para demostrar la correlación e influencia de las variables.

### **3.5 Aspectos Éticos**

La presente investigación es realizada en tomando en cuenta las normas APA, por lo se garantiza que todas las citas utilizadas en la investigación han sido sustentadas por el autor correspondiente, respetándose así la propiedad intelectual. En ese sentido, se asegura el anonimato de las personas que respondan las encuestas, dado que, en cierta medida se trata de un análisis de la opinión de los estudiantes de los cursos de Periodismo de sétimo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres y Alas Peruanas.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

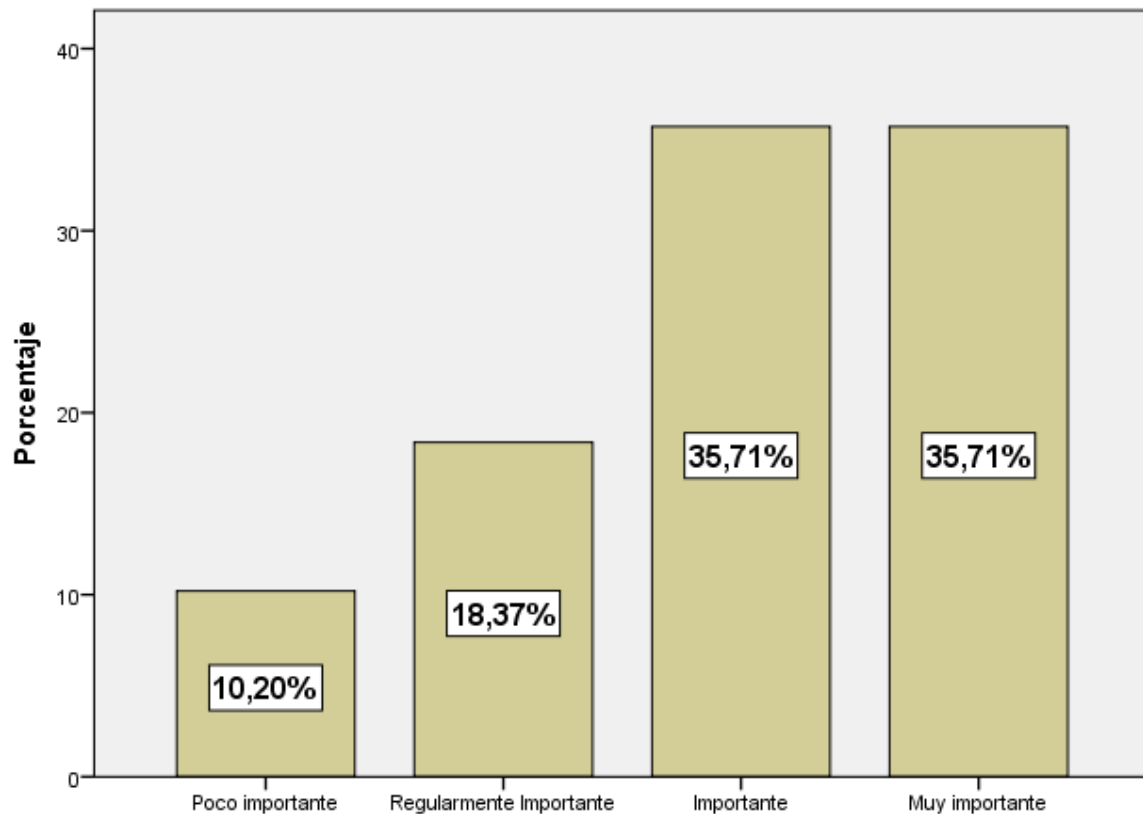
Tabla 5

**¿Qué grado de importancia tienen las imágenes sensacionalistas de la noticia policial televisiva en la percepción de la cultura violencia de los jóvenes sobre la sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	10	10,2	10,2	10,2
Regularmente Importante	18	18,4	18,4	28,6
Importante	35	35,7	35,7	64,3
Muy importante	35	35,7	35,7	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro1

**¿Qué grado de importancia tienen las imágenes sensacionalistas de la noticia policial televisiva en la percepción de la cultura violencia de los jóvenes sobre la sociedad?**



Descripción:

Más del 35% de los encuestados considera que las imágenes de la noticia policial televisiva tienen un grado de importancia en la percepción de la cultura de violencia de los jóvenes sobre la sociedad, lo cual podría ser perjudicial porque lo que muestran las imágenes no son la realidad misma, sino una reconstrucción subjetiva de lo que ocurrió.

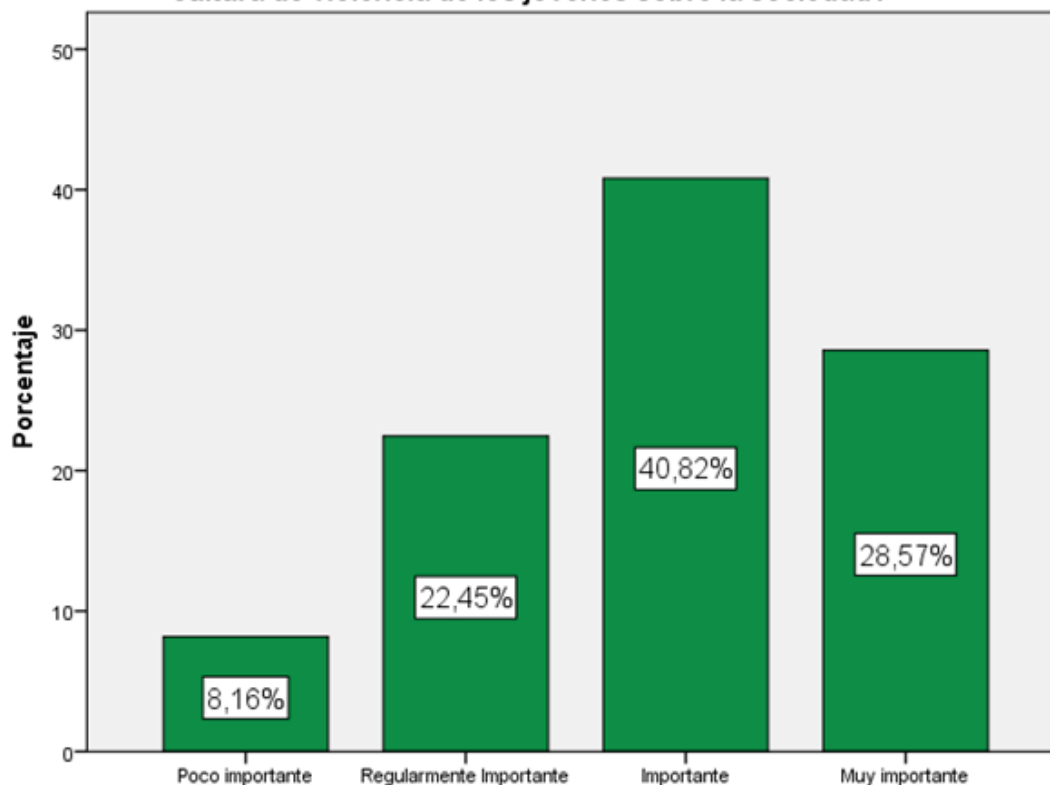
Tabla 6

**¿Qué influencia tienen los titulares sensacionalistas en la percepción de la cultura de violencia de los jóvenes sobre la sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	8	8,2	8,2	8,2
Regularmente	22	22,4	22,4	30,6
Importante	40	40,8	40,8	71,4
Importante	28	28,6	28,6	100,0
Muy importante				
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 2

**¿Qué influencia tienen los titulares sensacionalistas en la percepción de la cultura de violencia de los jóvenes sobre la sociedad?**



Descripción:

El 40,82 % de los encuestados considera que los titulares sensacionalistas influyen de manera importante en la percepción de la cultura de violencia de los jóvenes sobre la sociedad, lo que quiere decir que de estos dependerá las opiniones que los jóvenes tengan sobre este flagelo.

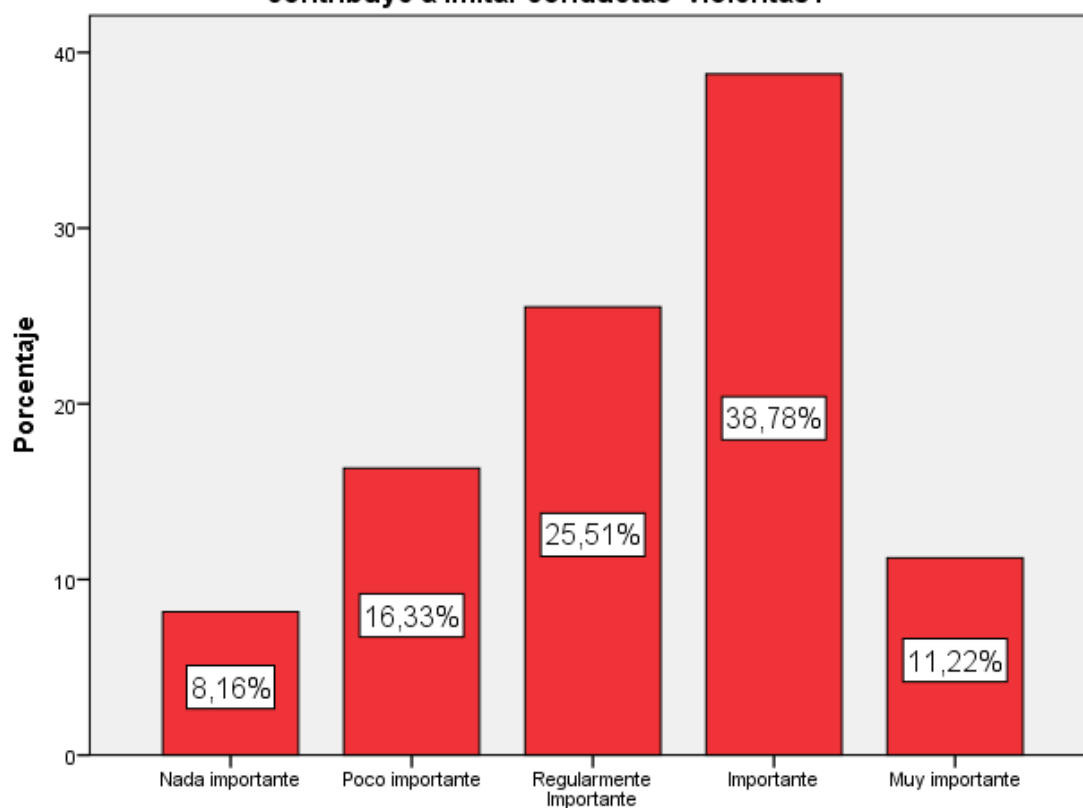
Tabla 7

**¿Cree usted que el exceso de detalles que muestra la noticia policial televisiva contribuye a imitar conductas violentas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	8	8,2	8,2	8,2
En desacuerdo	16	16,3	16,3	24,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	25,5	25,5	50,0
De acuerdo	38	38,8	38,8	88,8
Totalmente de acuerdo	11	11,2	11,2	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 3

**¿Cree usted que el exceso de detalles que muestra la noticia policial televisiva contribuye a imitar conductas violentas?**





Descripción:

El 38,72. % de los encuestados considera estar de acuerdo en que el exceso de detalles que muestra la noticia policial televisiva, contribuye a imitar conductas violentas, esta percepción revela que para los televidentes resulta perjudicial seguir este tipo de noticias.

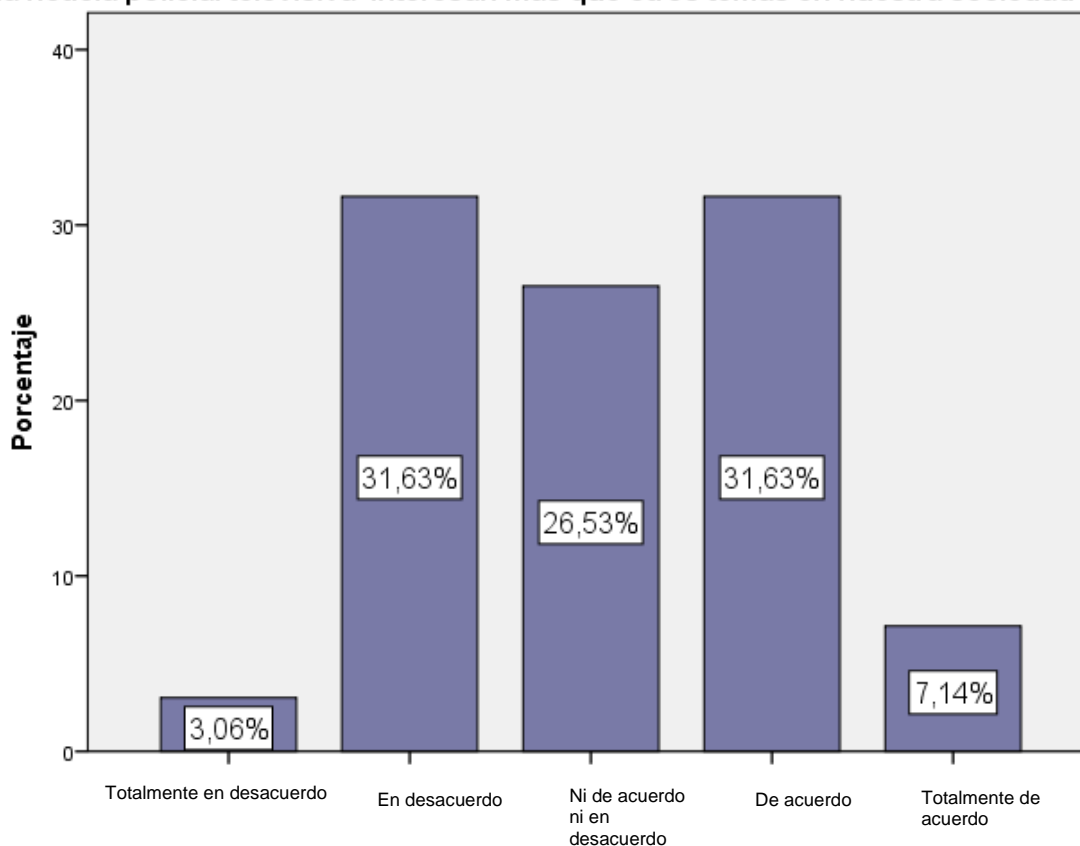
Tabla 8

**¿Está de acuerdo que los delitos relacionados a la violencia familiar que muestra la noticia policial televisiva interesan más que otros temas en nuestra sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	3	3,1	3,1	3,1
En desacuerdo	31	31,6	31,6	34,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	26,5	26,5	61,2
De acuerdo	31	31,6	31,6	92,9
Totalmente de acuerdo	7	7,1	7,1	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 4

**¿Está de acuerdo que los delitos relacionados a la violencia familiar que muestra la noticia policial televisiva interesan más que otros temas en nuestra sociedad?**



Descripción:

El 31.63 % de los encuestados no está de acuerdo en que los delitos relacionados a la violencia familiar interesan más que otros temas en nuestra sociedad, sin embargo existe otro 31.63% que está de acuerdo, lo cual resulta preocupante, porque no solo intensifican el morbo de los televidentes, sino también los medios convierten en importantes ciertos temas y dejan de lado otros que requieren atención.

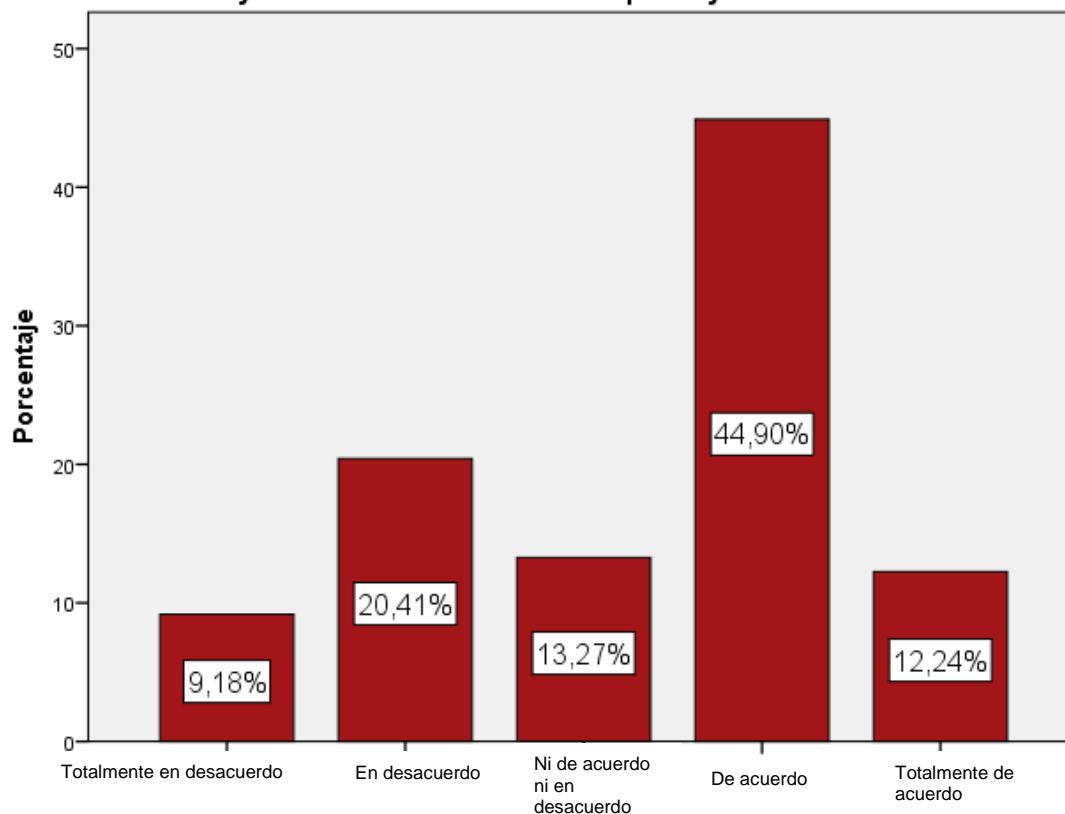
Tabla 9

**¿Está de acuerdo que mostrar a la mujer como la víctima en la noticia policial televisiva influye en la cultura de violencia que hay en nuestra sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	9	9,2	9,2	9,2
En desacuerdo	20	20,4	20,4	29,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	13,3	13,3	42,9
De acuerdo	44	44,9	44,9	87,8
Totalmente de acuerdo	12	12,2	12,2	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 5

**¿Está de acuerdo que mostrar a la mujer como la víctima en la noticia policial televisiva influye en la cultura de violencia que hay en nuestra sociedad?**



Descripción:

El 44,90 % de los encuestados está de acuerdo en que mostrar a la mujer como la víctima en la noticia policial televisiva influye en la percepción de la cultura de violencia que hay en nuestra sociedad, lo cual quiere decir que se afianzan los estereotipos de género y los prejuicios relacionados al sexo débil y que puede incluso resultar normal que la mujer sea siempre la agredida.

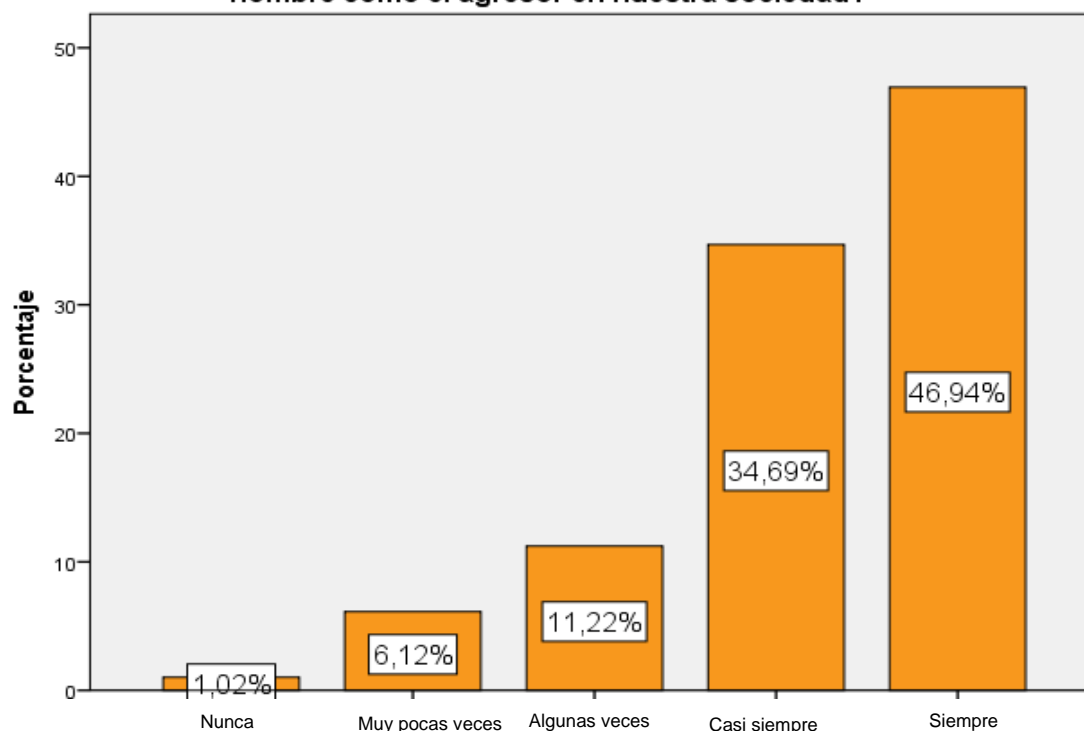
Tabla 10

**¿Con qué frecuencia cree usted que la noticia policial televisiva presenta al hombre como el agresor en nuestra sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	1,0	1,0	1,0
Muy pocas veces	6	6,1	6,1	7,1
Algunas veces	11	11,2	11,2	18,4
Casi siempre	34	34,7	34,7	53,1
Siempre	46	46,9	46,9	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 6

**¿Con qué frecuencia cree usted que la noticia policial televisiva presenta al hombre como el agresor en nuestra sociedad?**



Descripción:

El 46,94 % de los encuestados considera que casi siempre la noticia policial televisiva muestra al hombre como el agresor en nuestra sociedad, lo cual quiere decir que se afianzan los estereotipos de género, al creársele una imagen negativa y los prejuicios relacionados al machismo.

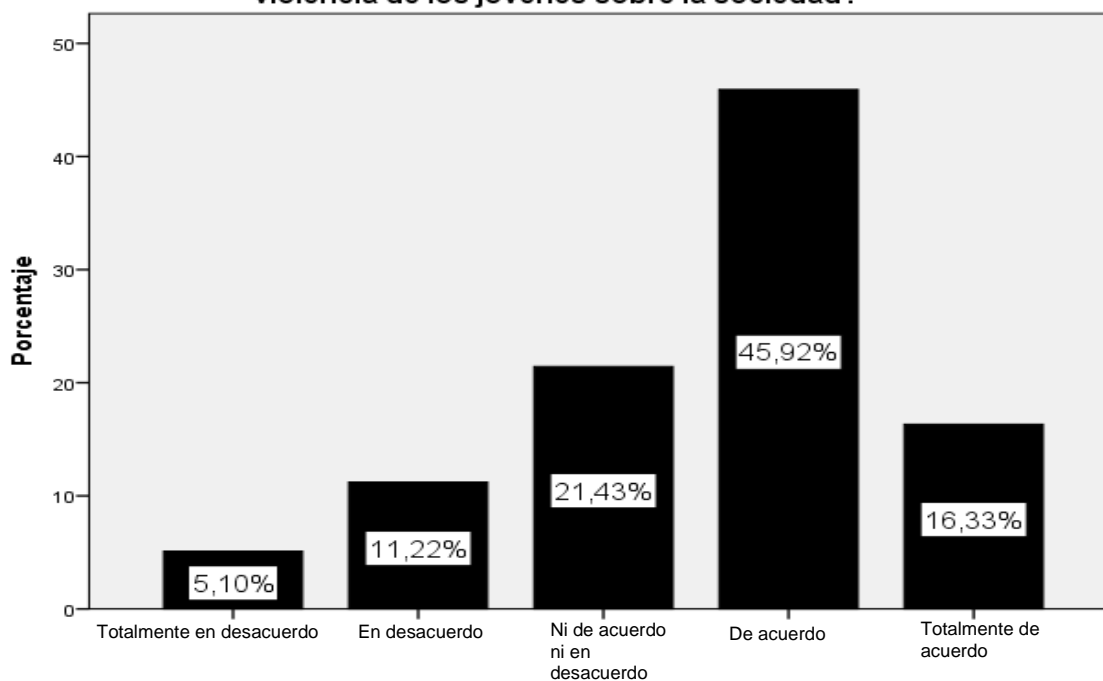
Tabla 11

**¿Cree usted que el mensaje de la noticia policial televisiva influye en la cultura de violencia de los jóvenes sobre la sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	5	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	11	11,2	11,2	16,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	21,4	21,4	37,8
De acuerdo	45	45,9	45,9	83,7
Totalmente de acuerdo	16	16,3	16,3	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 7

**¿Cree usted que el mensaje de la noticia policial televisiva influye en la cultura de violencia de los jóvenes sobre la sociedad?**



Descripción:

El 45.92 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo en que el mensaje de la noticia policial televisiva influye en la cultura de violencia de los jóvenes sobre la sociedad, lo cual revela que los contenidos que se difunden son negativos.

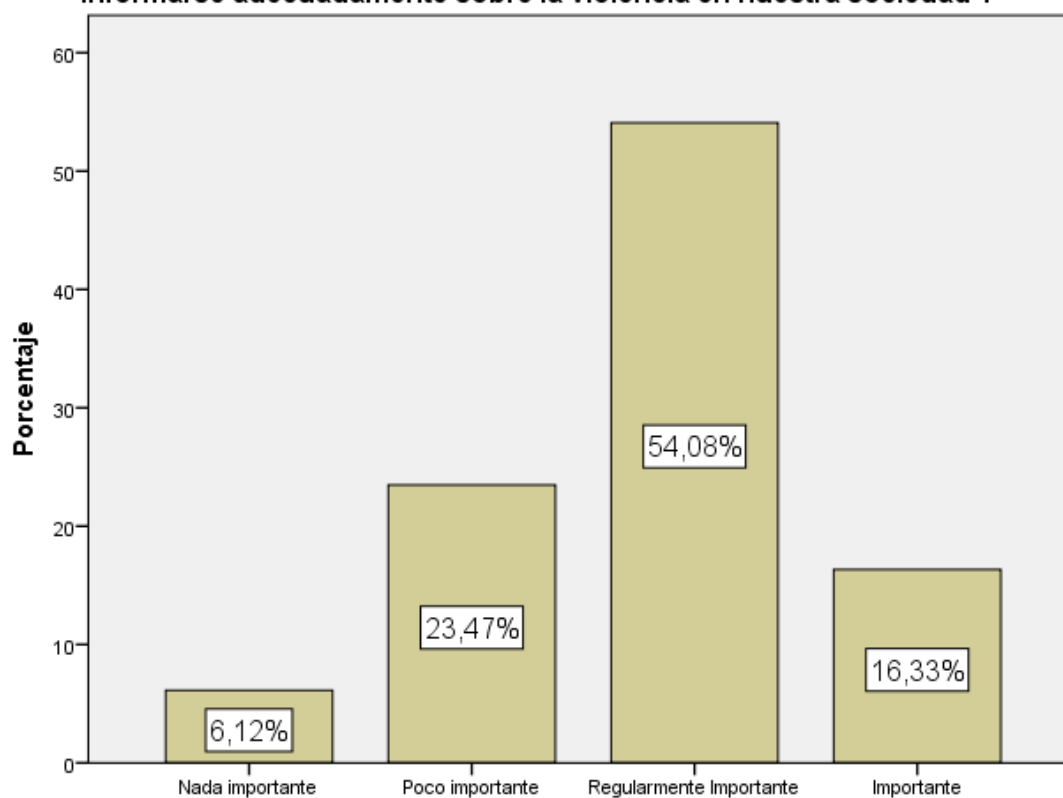
Tabla 12

**¿En qué nivel la noticia policial televisiva ofrece diversidad de fuentes para informarse adecuadamente sobre la violencia en nuestra sociedad ?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada importante	6	6,1	6,1	6,1
Poco importante	23	23,5	23,5	29,6
Regularmente importante	53	54,1	54,1	83,7
Importante	16	16,3	16,3	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 8

**¿En qué nivel la noticia policial televisiva ofrece diversidad de fuentes para informarse adecuadamente sobre la violencia en nuestra sociedad ?**



Descripción:

El 54,08. % de los encuestados considera que la noticia policial televisiva ofrece en un nivel alto, diversidad de fuentes para informarse adecuadamente sobre la violencia en nuestra sociedad, esta percepción revela que para los televidentes lo que se cuenta en este tipo de noticias es real y confiable para conocer lo que ocurre en la realidad.

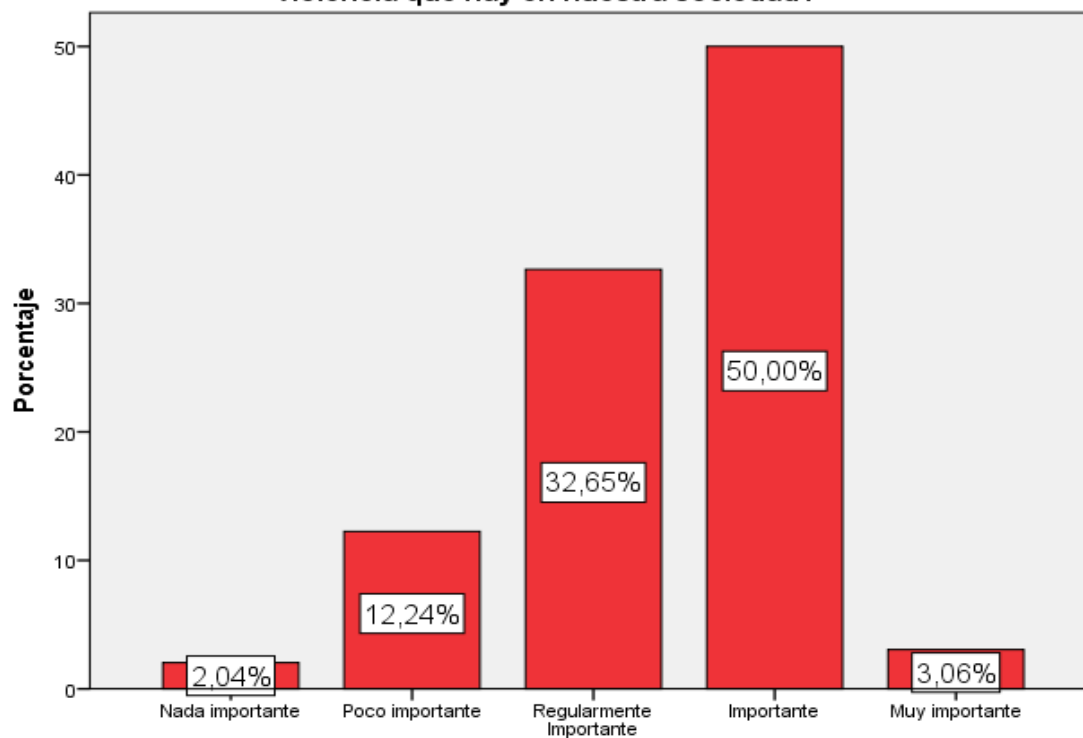
Tabla 13

**¿Qué grado de impacto tiene una noticia policial televisiva en la cultura de violencia que hay en nuestra sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada importante	2	2,0	2,0	2,0
Poco importante	12	12,2	12,2	14,3
Regularmente importante	32	32,7	32,7	46,9
Importante	49	50,0	50,0	96,9
Muy importante	3	3,1	3,1	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 9

**¿Qué grado de impacto tiene una noticia policial televisiva en la cultura de violencia que hay en nuestra sociedad?**



Descripción:

El 50 % de los encuestados considera que la noticia policial televisiva tiene un alto impacto en la percepción de la cultura de violencia en nuestra sociedad, esta percepción revela que la noticia policial causa conmoción, impresión o algún efecto en las personas que pueda estar relacionado a la violencia.

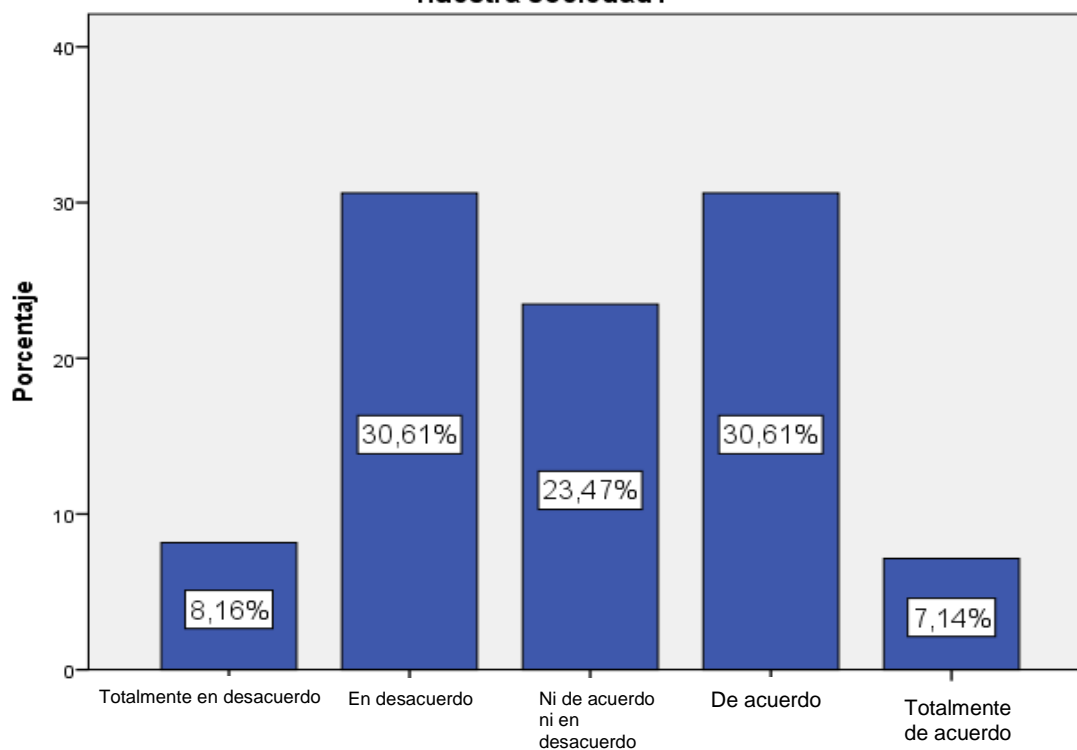
Tabla 14

**¿Cree usted que el periodista policial colabora para prevenir los delitos en nuestra sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	8	8,2	8,2	8,2
En desacuerdo	30	30,6	30,6	38,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	23,5	23,5	62,2
De acuerdo	30	30,6	30,6	92,9
Totalmente de acuerdo	7	7,1	7,1	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 10

**¿Cree usted que el periodista policial colabora para prevenir los delitos en nuestra sociedad?**



Descripción:

El 30,61. % de los encuestados manifiesta estar en desacuerdo respecto a que el periodista policial colabora para prevenir los delitos en nuestra sociedad, no obstante, hay un igual porcentaje que está de acuerdo, esta percepción revela que hay posiciones encontradas en cuanto al rol positivo que puede desempeñar el periodista policial.

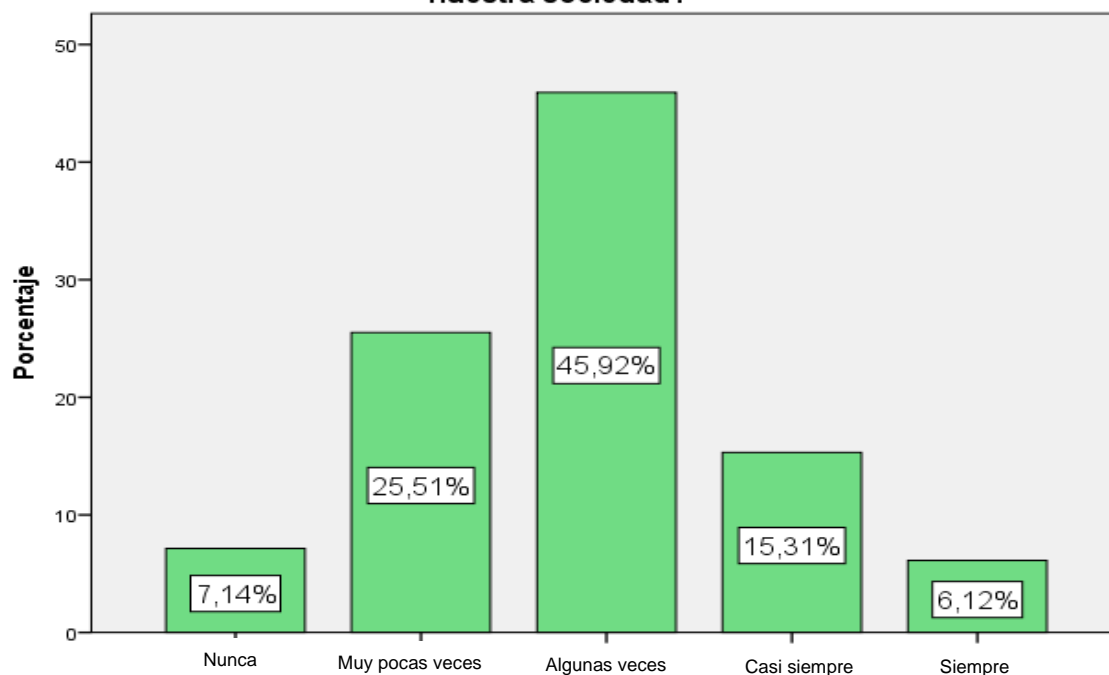
Tabla 15

**¿Con qué frecuencia el periodista policial contribuye a crear conflictos en nuestra sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	7	7,1	7,1	7,1
Muy pocas veces	25	25,5	25,5	32,7
Algunas veces	45	45,9	45,9	78,6
Casi siempre	15	15,3	15,3	93,9
Siempre	6	6,1	6,1	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 11

**¿Con qué frecuencia el periodista policial contribuye a crear conflictos en nuestra sociedad?**





Descripción:

El 45,92. % de los encuestados manifiesta que algunas veces el periodista policial contribuye a crear conflictos en nuestra sociedad, esta percepción revela lo importante que es que el periodista realice su trabajo con responsabilidad para fomentar una cultura de paz.

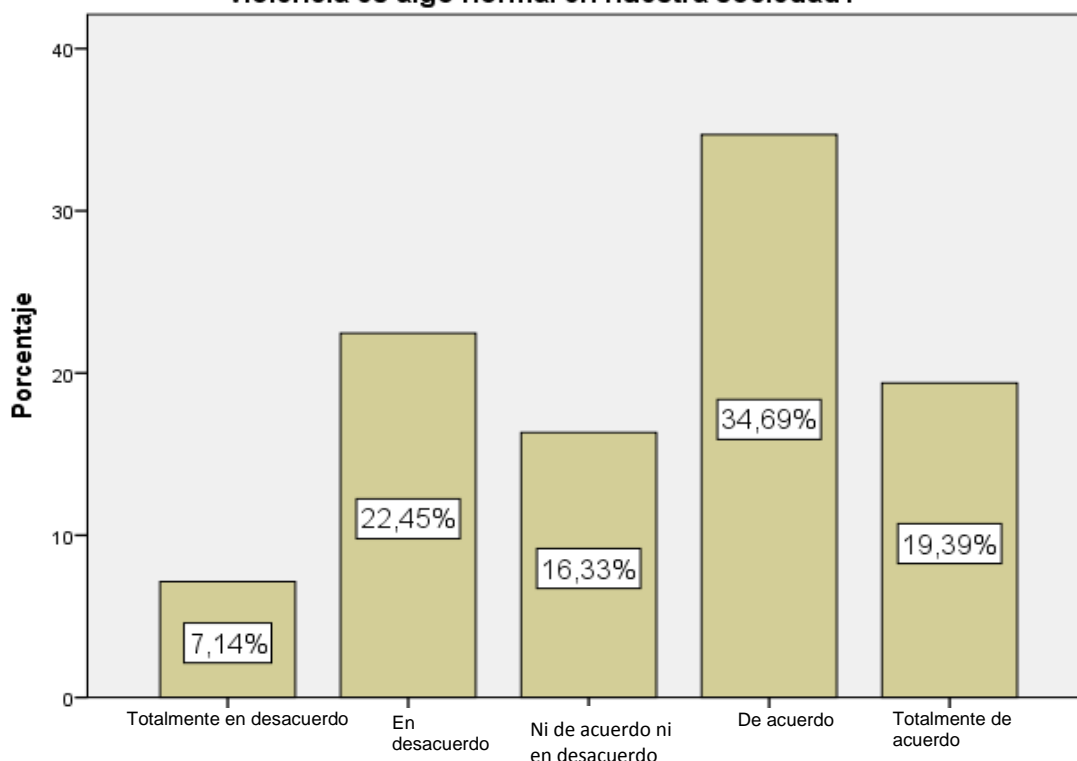
Tabla 16

**¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva crea la sensación de que la violencia es algo normal en nuestra sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	7	7,1	7,1	7,1
En desacuerdo	22	22,4	22,4	29,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	16,3	16,3	45,9
De acuerdo	34	34,7	34,7	80,6
Totalmente de acuerdo	19	19,4	19,4	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 12

**¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva crea la sensación de que la violencia es algo normal en nuestra sociedad?**



Descripción:

El 34,69. % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo que la noticia policial televisiva crea la sensación de que la violencia es algo normal en nuestra sociedad, lo cual resulta preocupante al crearse la imagen de que Lima es una sociedad violenta y lo que es peor, al aceptarse la violencia como algo normal, no merece castigo.

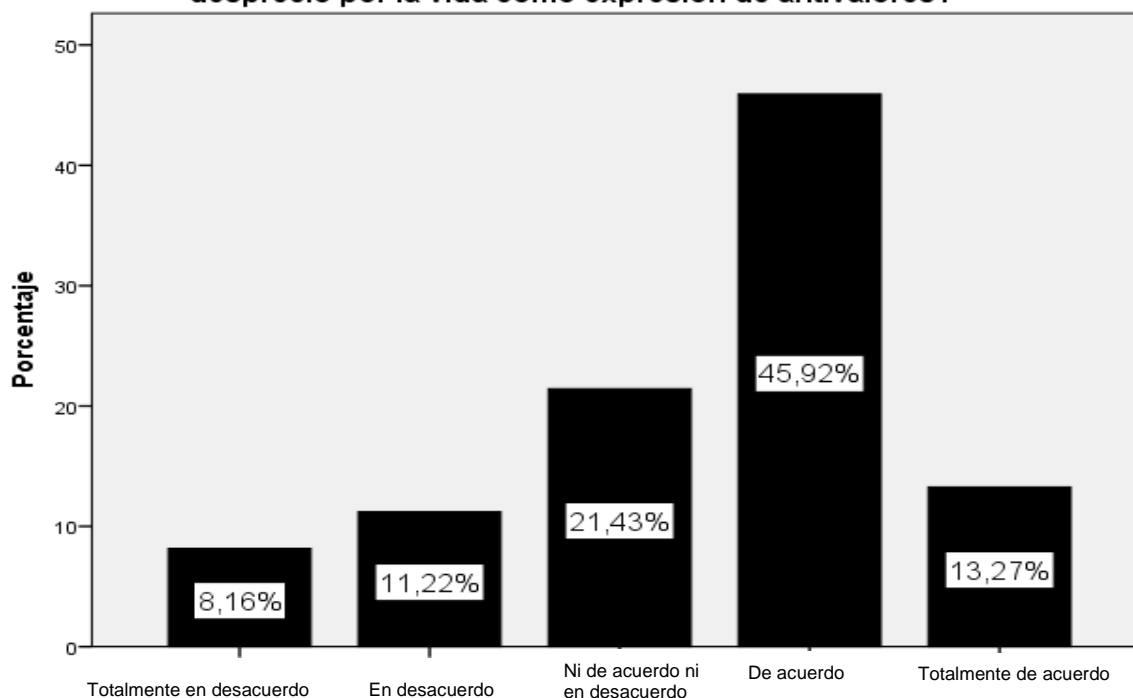
Tabla 17

**¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva muestra intolerancia, morbo, y desprecio por la vida como expresión de antivalores?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	8	8,2	8,2	8,2
En desacuerdo	11	11,2	11,2	19,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	21,4	21,4	40,8
De acuerdo	45	45,9	45,9	86,7
Totalmente de acuerdo	13	13,3	13,3	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 13

**¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva muestra intolerancia, morbo, y desprecio por la vida como expresión de antivalores?**



Descripción:

El 45,92 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo que la noticia policial televisiva muestra intolerancia, morbo, y desprecio por la vida como expresión de antivalores, lo cual resulta preocupante porque al consumirla saben que están expuestos a este tipo de contenidos.

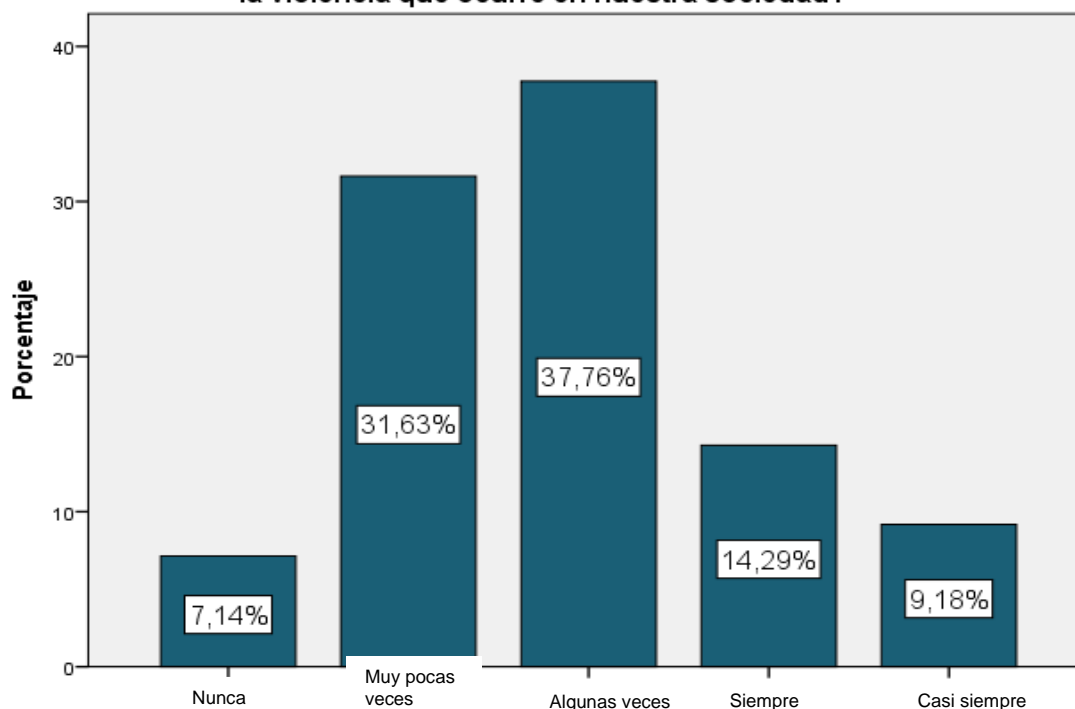
Tabla 18:

**¿Con qué frecuencia la noticia policial televisiva le provoca indiferencia frente a la violencia que ocurre en nuestra sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	7	7,1	7,1	7,1
Muy pocas veces	31	31,6	31,6	38,8
Algunas veces	37	37,8	37,8	76,5
Siempre	14	14,3	14,3	90,8
Casi siempre	9	9,2	9,2	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 14

**¿Con qué frecuencia la noticia policial televisiva le provoca indiferencia frente a la violencia que ocurre en nuestra sociedad?**



Descripción:

El 35,76 % de los encuestados considera que algunas veces la noticia policial televisiva le provoca indiferencia frente a la violencia que ocurre en nuestra sociedad, esto revela que existe insensibilidad de parte de los consumidores de la noticia policial televisiva al estar expuestos a tanta violencia.

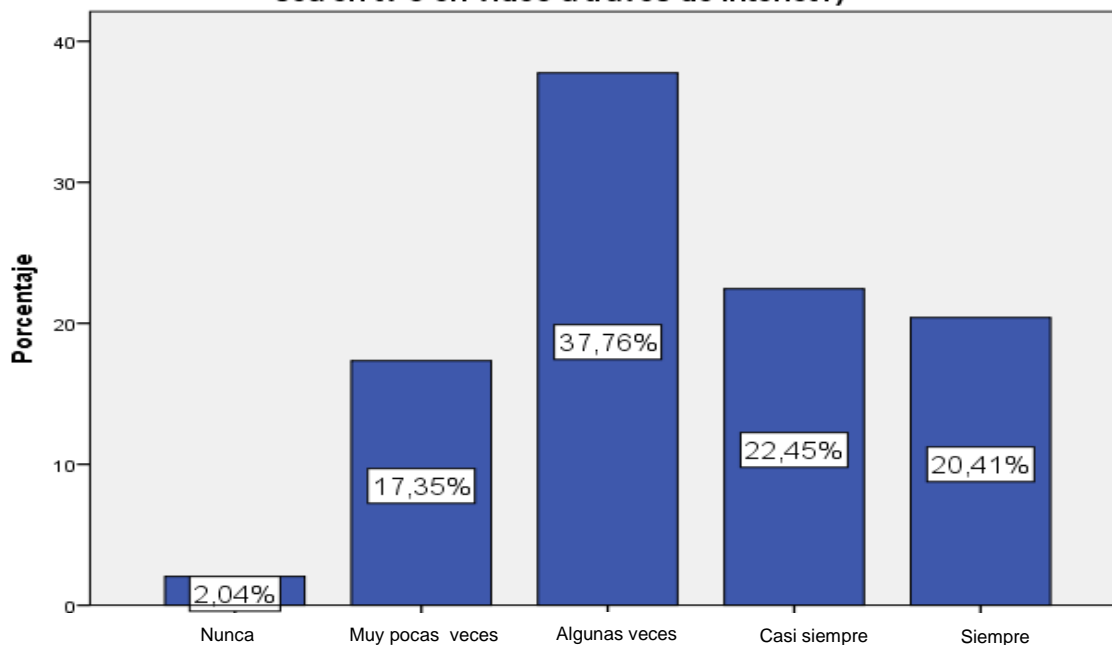
Tabla 19:

**¿Con qué frecuencia usted es consumidor de la noticia policial televisiva (ya sea en tv o en video a través de internet?)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	2,0	2,0	2,0
Muy pocas veces	17	17,3	17,3	19,4
Alguns veces	37	37,8	37,8	57,1
Casi siempre	22	22,4	22,4	79,6
Siempre	20	20,4	20,4	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 15

**¿Con qué frecuencia usted es consumidor de la noticia policial televisiva (ya sea en tv o en video a través de internet?)**



Descripción:

El 37,76 % de los encuestados considera que algunas veces consume la noticia policial televisiva (ya sea en tv o en video a través de internet). Por otro lado, hay un 22,45% que manifiesta que casi siempre la consume. Esto revela que hay un porcentaje importante de personas expuestas a los contenidos que ofrece la noticia policial.

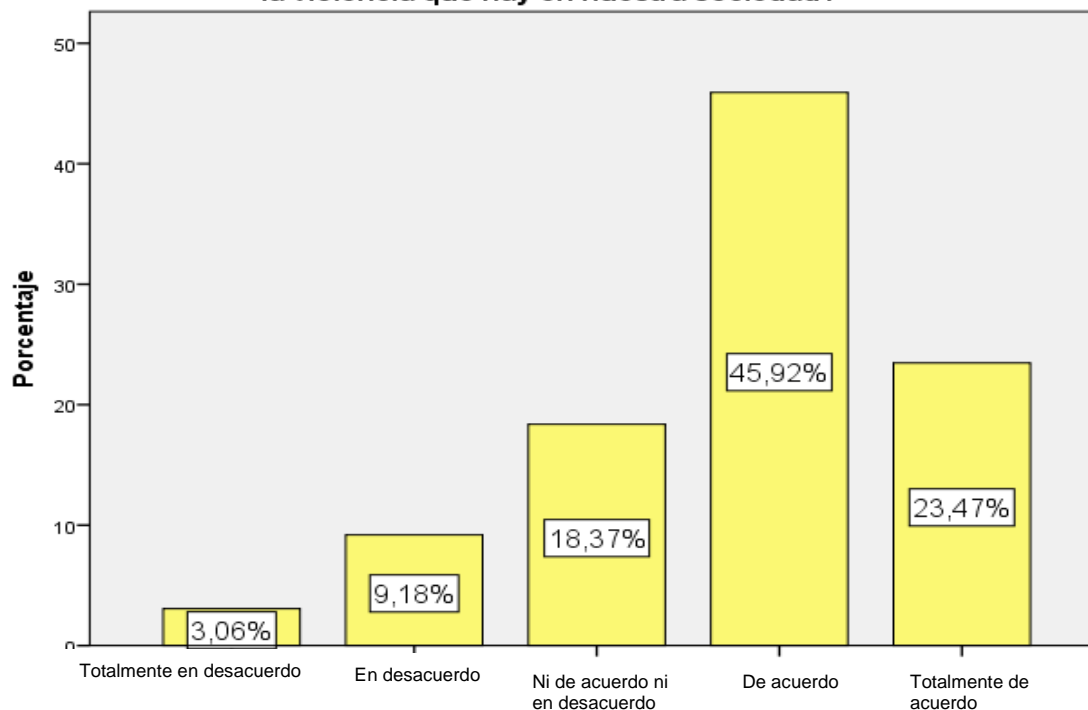
Tabla 20:

**¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva le sirve para informarse sobre la violencia que hay en nuestra sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	3	3,1	3,1	3,1
En desacuerdo	9	9,2	9,2	12,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	18,4	18,4	30,6
De acuerdo	45	45,9	45,9	76,5
Totalmente de acuerdo	23	23,5	23,5	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 16

**¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva le sirve para informarse sobre la violencia que hay en nuestra sociedad?**



Descripción:

El 45,92 % de los encuestados considera estar de acuerdo en que la noticia policial televisiva le sirve para informarse sobre la violencia que hay en la sociedad, esta percepción resulta preocupante por el tratamiento sensacionalista que suelen darse a estos casos lo cual no permite una reflexión.

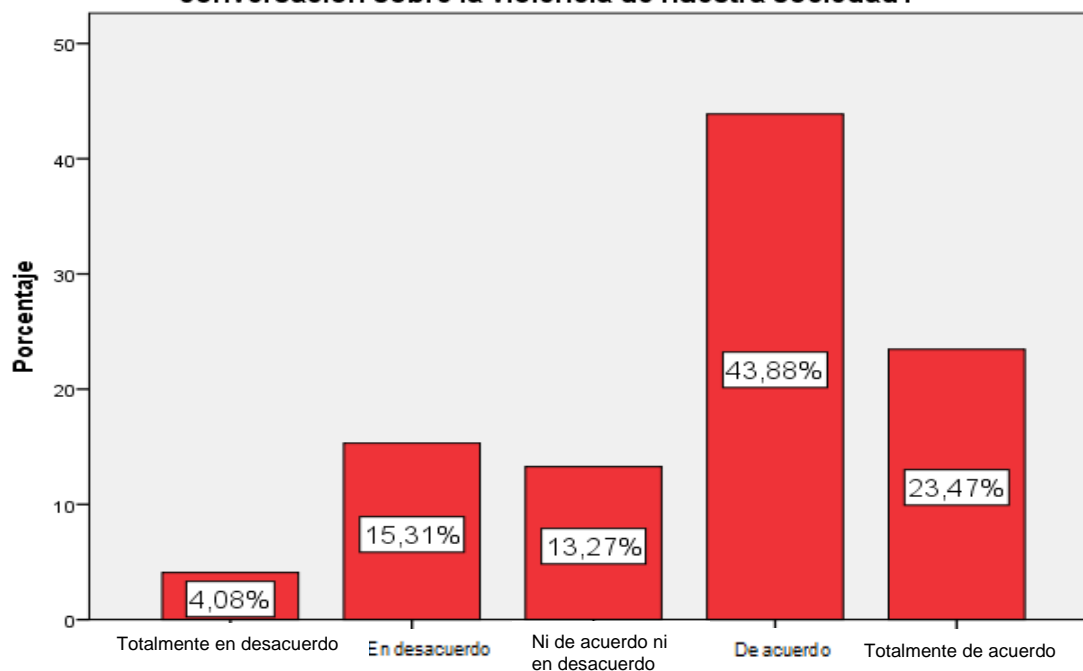
Tabla 21:

**¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva le sirve como un tema de conversación sobre la violencia de nuestra sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	4	4,1	4,1	4,1
En desacuerdo	15	15,3	15,3	19,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	13,3	13,3	32,7
De acuerdo	43	43,9	43,9	76,5
Totalmente de acuerdo	23	23,5	23,5	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 17

**¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva le sirve como un tema de conversación sobre la violencia de nuestra sociedad?**



Descripción:

El 43,88 % de los encuestados considera estar de acuerdo en que la noticia policial televisiva le sirve como tema de conversación sobre la violencia que hay en la sociedad, esto explica el poder que tienen los medios de comunicación social en decirle a la gente sobre lo que tienen que pensar y hablar.

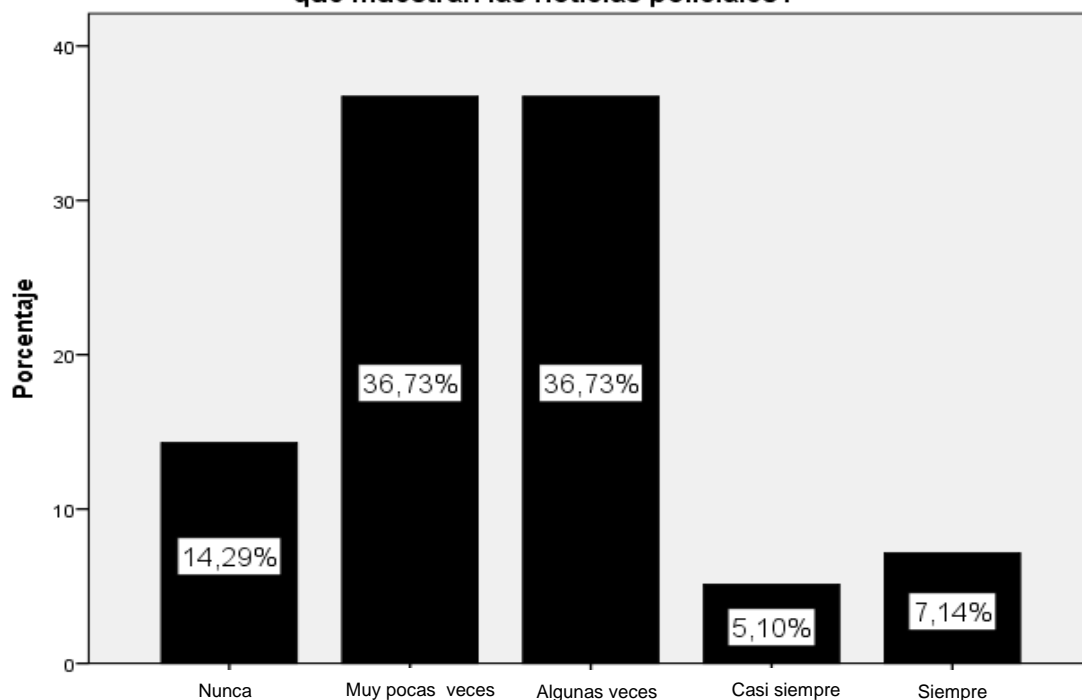
Tabla 22:

**¿Con qué frecuencia ha conocido de cerca algún caso de violencia, similar al que muestran las noticias policiales?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	14	14,3	14,3	14,3
Muy pocas veces	36	36,7	36,7	51,0
Algunas veces	36	36,7	36,7	87,8
Casi siempre	5	5,1	5,1	92,9
Siempre	7	7,1	7,1	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 18

**¿Con qué frecuencia ha conocido de cerca algún caso de violencia, similar al que muestran las noticias policiales?**



Descripción:

El 36,73 % de los encuestados considera que muy pocas veces ha conocido de cerca algún caso de violencia, similar al que muestran las noticias policiales, no obstante, un igual porcentaje manifiesta algunas veces haber conocido de cerca alguno de estos casos. Esto quiere decir que lo que muestran estas noticias les resulta cotidiano.

Tabla 23

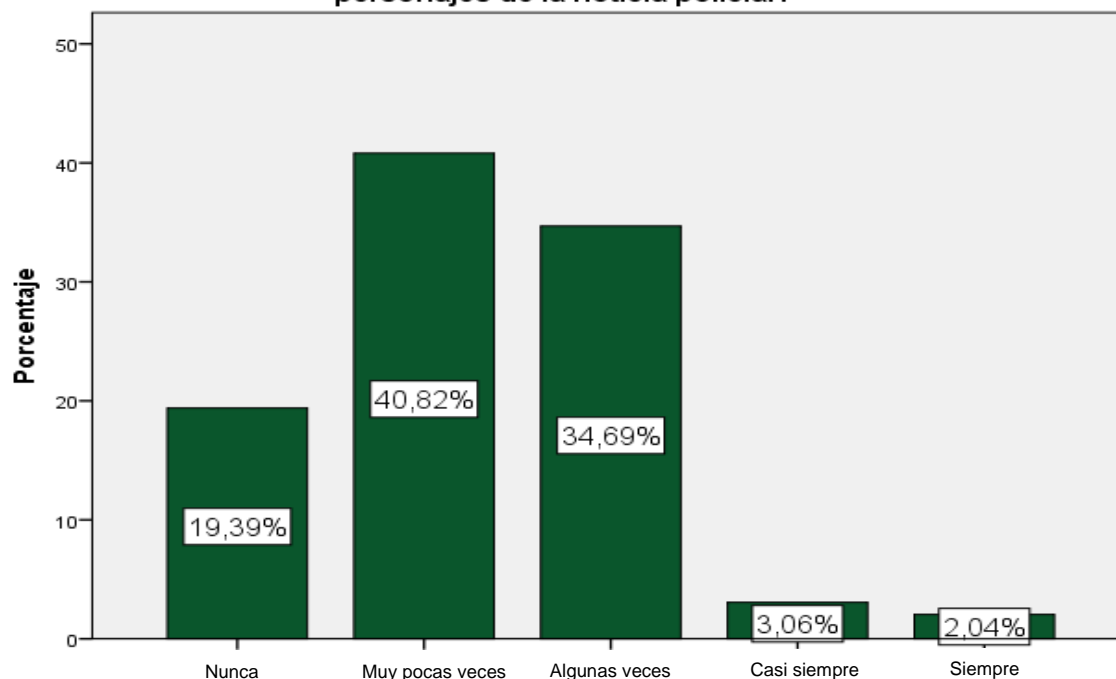
**¿Con qué frecuencia ha sentido afinidad o cercanía hacia alguno de los personajes de la noticia policial?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	19	19,4	19,4	19,4
Muy pocas veces	40	40,8	40,8	60,2
Algunas veces	34	34,7	34,7	94,9
Casi siempre	3	3,1	3,1	98,0
Siempre	2	2,0	2,0	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 19



**¿Con qué frecuencia ha sentido afinidad o cercanía hacia alguno de los personajes de la noticia policial?**



Descripción:

El 40,82 % de los encuestados considera que muy pocas veces ha sentido afinidad por alguno de los personajes de la noticia policiales, no obstante, un 34,69% manifiesta algunas veces haberlo sentido, esto llama la atención porque dicha afinidad puede haber sido con la víctima o con el agresor.

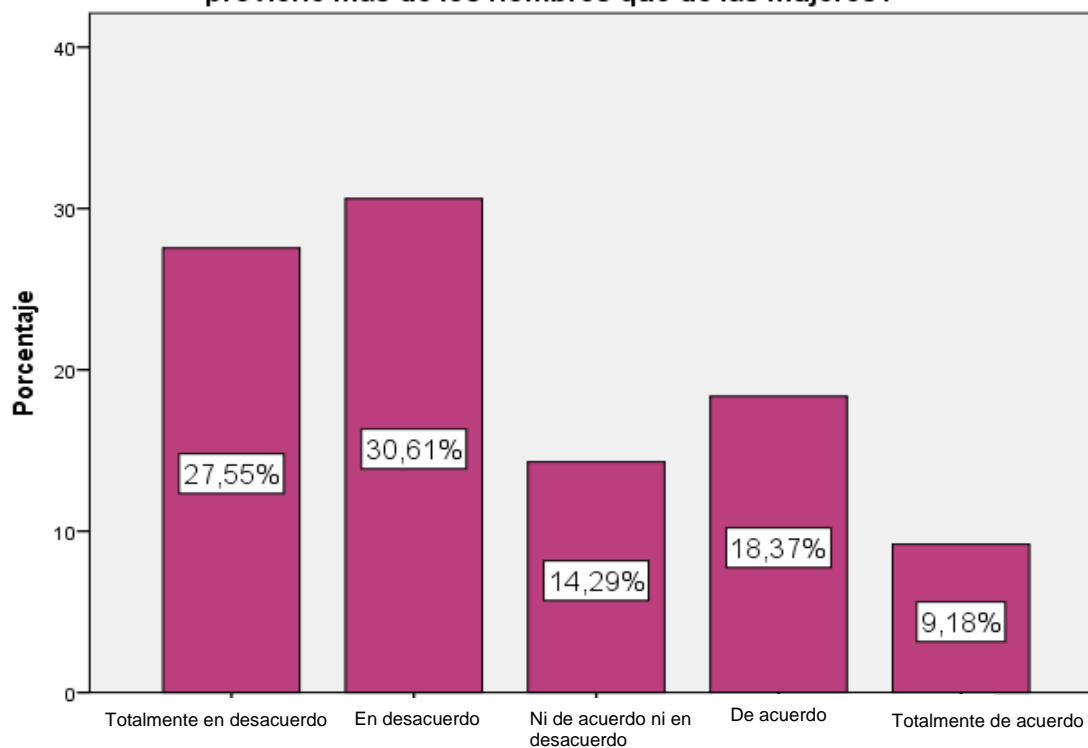
Tabla 24:

**¿Cree usted que la violencia existe solo en las zonas de extrema pobreza y que proviene más de los hombres que de las mujeres?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	27	27,6	27,6	27,6
En desacuerdo	30	30,6	30,6	58,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	14,3	14,3	72,4
De acuerdo	18	18,4	18,4	90,8
Totalmente de acuerdo	9	9,2	9,2	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 20

**¿Cree usted que la violencia existe solo en las zonas de extrema pobreza y que proviene más de los hombres que de las mujeres?**



Descripción:

El 30,61 % de los encuestados está en desacuerdo que la violencia existe solo en las zonas de extrema pobreza y que proviene más de los hombres que de las mujeres, no obstante hay un 18,37% que está de acuerdo con esto, lo cual quiere decir que todavía hay un porcentaje importante de personas que tiene este tipo de prejuicios.

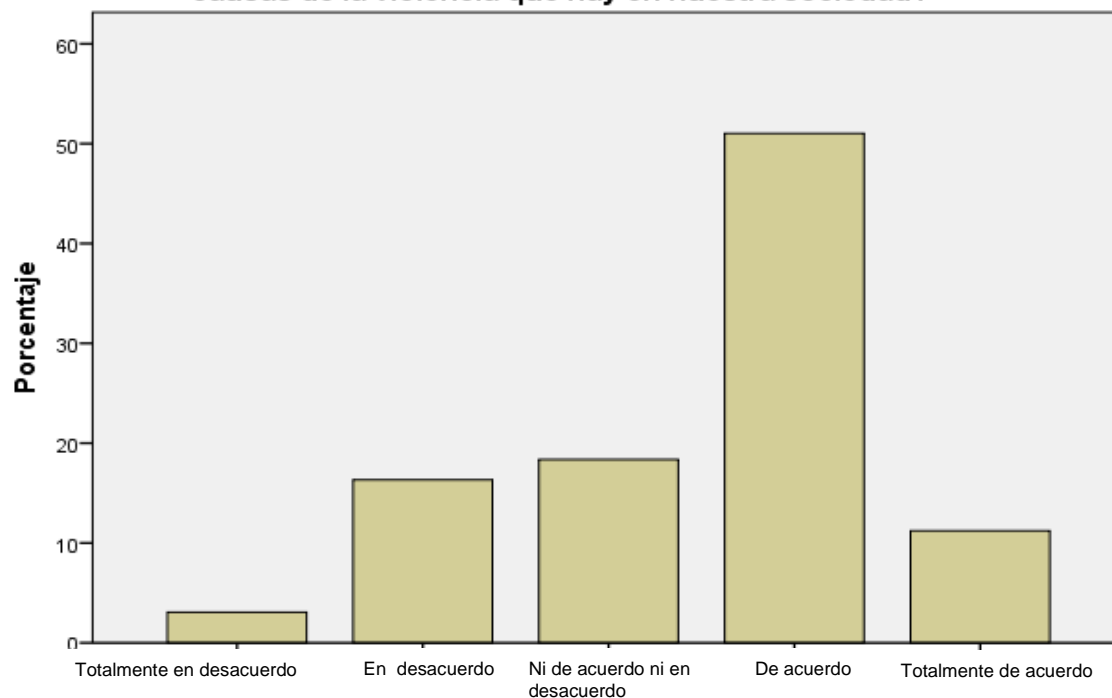
Tabla 25:

**¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva permite reflexionar sobre las causas de la violencia que hay en nuestra sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	3	3,1	3,1	3,1
En desacuerdo	16	16,3	16,3	19,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	18,4	18,4	37,8
De acuerdo	50	51,0	51,0	88,8
Totalmente de acuerdo	11	11,2	11,2	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 21

**¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva permite reflexionar sobre las causas de la violencia que hay en nuestra sociedad?**



Descripción:

El 51% de los encuestados está de acuerdo que la noticia policial televisiva permite reflexionar sobre las causas de la violencia que hay en nuestra sociedad, esta percepción revela que se acepta como válido lo que el periodista muestra y dice.

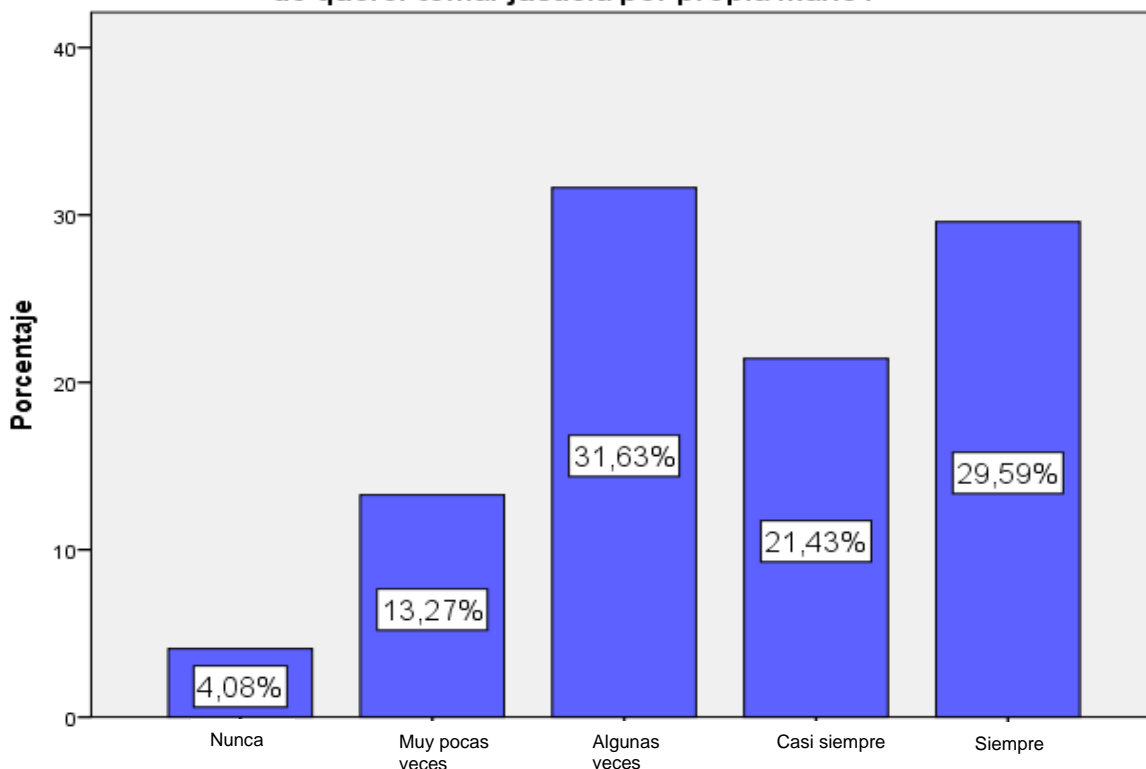
Tabla 26:

**¿Con qué frecuencia la noticia policial televisiva le ha provocado la sensación de querer tomar justicia por propia mano?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	4	4,1	4,1	4,1
Muy pocas veces	13	13,3	13,3	17,3
Algunas veces	31	31,6	31,6	49,0
Casi siempre	21	21,4	21,4	70,4
Siempre	29	29,6	29,6	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 22

**¿Con qué frecuencia la noticia policial televisiva le ha provocado la sensación de querer tomar justicia por propia mano?**



Descripción:

El 31,63% de los encuestados considera que algunas veces la noticia policial televisiva le ha provocado la sensación de tomar justicia por propia mano, asimismo un 29,59% manifiesta que siempre le ha provocado dicha sensación. Esta percepción revela que para muchos la solución está en generar más violencia, esto ocurre ante la actitud de las autoridades quienes son indiferentes ante este problema.

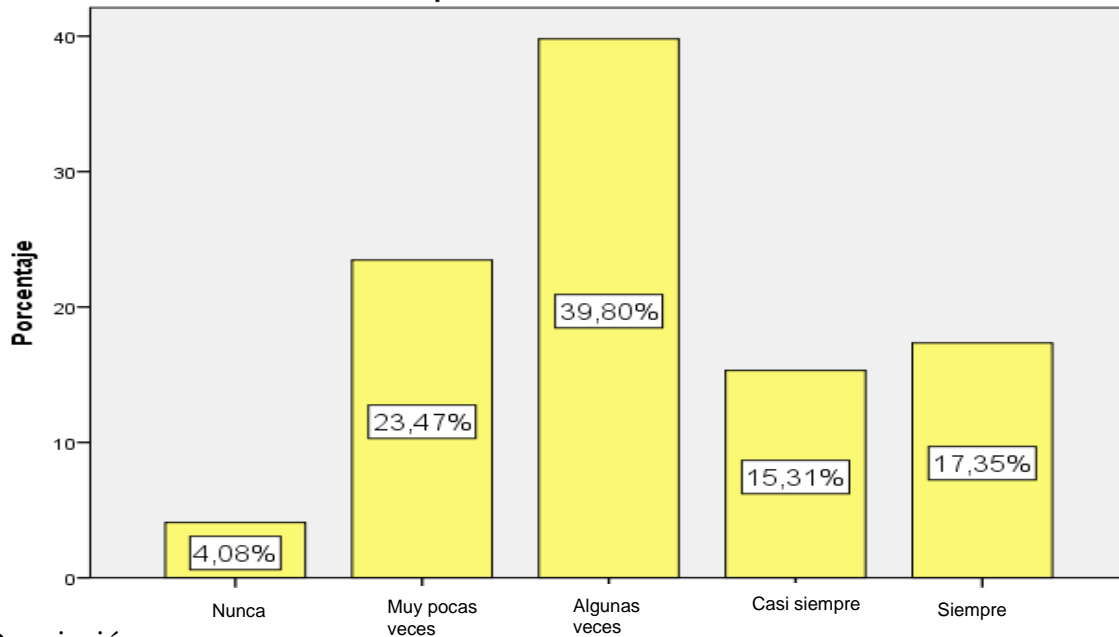
Tabla 27:

**¿Con qué frecuencia la noticia policial televisiva le hace sentirse pesimista frente a la violencia que ocurre en nuestra sociedad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	4	4,1	4,1	4,1
Muy pocas veces	23	23,5	23,5	27,6
Algunas veces	39	39,8	39,8	67,3
Casi siempre	15	15,3	15,3	82,7
Siempre	17	17,3	17,3	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Cuadro 23

¿Con qué frecuencia la noticia policial televisiva le hace sentirse pesimista frente a la violencia que ocurre en nuestra sociedad?



Descripción:

El 39,80% de los encuestados considera que algunas veces la noticia policial televisiva le hace sentir pesimista frente a la violencia que ocurre en nuestra sociedad, no obstante un 17,31% considera que siempre se siente pesimista ante ello, esto revela que las personas creen que la violencia seguirá creando zozobra en el país y que dicha situación no va a cambiar.

## CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

A través de la estadística inferencial se demuestra el grado o nivel de correlación entre las variables y se realiza con las hipótesis planteadas:

### HIPÓTESIS GENERAL

H<sub>1</sub>: El tratamiento de la noticia policial televisiva influye significativamente en la percepción respecto a la cultura de violencia de los estudiantes de periodismo de las

Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.

H<sub>0</sub>: El tratamiento de la noticia policial televisiva NO influye significativamente en la percepción respecto a la cultura de violencia de los estudiantes de periodismo de las Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.

**Tabla 30***Correlaciones de Hipótesis General*

		tratamiento de la noticia policial televisiva	percepción respecto a la cultura de violencia
X: tratamiento de la noticia policial televisiva	Correlación de Pearson	1,000	,898
	Sig. (bilateral)		,000
	N	98	98
Y: percepción respecto a la cultura de violencia	Correlación de Pearson	,898	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	98	98

Los datos obtenidos en la investigación muestran una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.898$  (**donde  $p < 0,01$** ) y a una probabilidad de certeza del 99%, entre: El tratamiento de la noticia policial televisiva y la percepción respecto a la cultura de violencia. Estos resultados son obtenidos conforme a la opinión de los estudiantes de periodismo de las Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima.

Se obtiene un valor  $r = 0.898$  y un valor  $p = 0.000$  la misma que se halla dentro del valor permitido (0.01) por lo que se acepta la hipótesis afirmativa y se rechaza la hipótesis nula en el sentido siguiente: “El tratamiento de la noticia policial televisiva influye significativamente en la percepción respecto a la cultura de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultadesde Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017”

## HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

H<sub>1</sub>: El discurso sensacionalista influye significativamente en el nivel de consumo de los estudiantes de Periodismo de las Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.

H<sub>0</sub>: El discurso sensacionalista NO influye significativamente en el nivel de consumo de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.

**Tabla 31**

*Correlaciones de Hipótesis Específica 1*

		Discurso sensacionalista	Nivel de consumo
X1 Discurso sensacionalista	Correlación de Pearson	1,000	,879
	Sig. (bilateral)		,000
	N	98	98
Y1 Nivel de consumo	Correlación de Pearson	,879	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	98	98

Los datos obtenidos en la investigación muestran una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.879$  (donde  $p < 0,01$ ) y a una probabilidad de certeza del 99%, entre: el discurso sensacionalista y el nivel de consumo. Estos resultados son obtenidos conforme a la opinión de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la



Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima.

Se obtiene un valor  $r = 0.879$  y un valor  $p = 0.000$  la misma que se halla dentro del valor permitido (0.01) por lo que se acepta la hipótesis afirmativa y se rechaza la hipótesis nula en el sentido siguiente: “El discurso sensacionalista influye significativamente en el nivel de consumo de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017”

## HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

H<sub>1</sub>: La temática delictiva influye significativamente en el uso que le dan los estudiantes de periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.

H<sub>0</sub>: La temática delictiva NO influye significativamente en el uso que le dan los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.

**Tabla 32**

*Correlaciones de Hipótesis Específica 2*

		Temática delictiva	Usos
X2 Temática delictiva	Correlación de Pearson	1,000	,826
	Sig. (bilateral)		,001
	N	98	98

Y2 Usos	Correlación de Pearson	,826	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	98	98

Los datos obtenidos en la investigación muestran una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.826$  (**donde  $p < 0,01$** ) y a una probabilidad de certeza del 99%, entre: La temática delictiva y el uso que le dan los estudiantes de Periodismo. Estos resultados son obtenidos conforme a la opinión de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima.

Se obtiene un valor  $r = 0.826$  y un valor  $p = 0.000$  la misma que se halla dentro del valor permitido (0.01) por lo que se acepta la hipótesis afirmativa y se rechaza la hipótesis nula en el sentido siguiente: “La temática delictiva influye significativamente en el uso que le dan los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017”

### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3**

H<sub>1</sub>: La construcción de la historia en la noticia policial televisiva influye significativamente en la proximidad de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

H<sub>0</sub>: La construcción de la historia en la noticia policial televisiva NO influye significativamente en la proximidad de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

**Tabla 33**

*Correlaciones de Hipótesis Específica 3*

		Construcción de la historia de la noticia policial	Proximidad
X3 Construcción de la historia de la noticia policial	Correlación de Pearson	1,000	,792
	Sig. (bilateral)		,001
	N	98	98
Y3 Proximidad	Correlación de Pearson	,792	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	98	98

Los datos obtenidos en la investigación muestran una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.792$  (**donde  $p < 0,01$** ) y a una probabilidad de certeza del 99%, entre: La construcción de la historia en la noticia policial televisiva y la proximidad de los estudiantes. Estos resultados son obtenidos conforme a la opinión de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima.

Se obtiene un valor  $r = 0.792$  y un valor  $p = 0.000$  la misma que se halla dentro del valor permitido (0.01) por lo que se acepta la hipótesis afirmativa y se rechaza la hipótesis nula

en el sentido siguiente: “La construcción de la historia en la noticia policial televisiva influye significativamente en la proximidad de los estudiantes de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017”

#### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4**

H<sub>1</sub>: Los criterios de noticiabilidad influye significativamente en los prejuicios de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

H<sub>0</sub>: :Los criterios de noticiabilidad NO influyen significativamente en los prejuicios de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

**Tabla 34**

*Correlaciones de Hipótesis Específica 4*

		Criterios de noticiabilidad	Prejuicios
X4 criterios de noticiabilidad	Correlación de Pearson	1,000	,792
	Sig. (bilateral)		,001
	N	98	98
Y4 Prejuicios	Correlación de Pearson	,792	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	98	98

Los datos obtenidos en la investigación muestran una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.792$  (**donde  $p < 0,01$** ) y a una probabilidad de certeza del 99%, entre: Los criterios de noticiabilidad y los prejuicios de los estudiantes. Estos resultados son obtenidos conforme a la opinión de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima.

Se obtiene un valor  $r = 0.792$  y un valor  $p = 0.000$  la misma que se halla dentro del valor permitido (0.01) por lo que se acepta la hipótesis afirmativa y se rechaza la hipótesis nula en el sentido siguiente: “Los criterios de noticiabilidad influyen significativamente en los prejuicios de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017”

### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA 5**

H<sub>1</sub>: La responsabilidad social del periodista influye significativamente en la comprensión de la violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

H<sub>0</sub>: La responsabilidad social del periodista NO influye significativamente en la comprensión de la violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

**Tabla 35***Correlaciones de Hipótesis Específica 5*

		Responsabilidad social del periodista	Comprensión de la violencia
X5 Responsabilidad social del periodista	Correlación de Pearson	1,000	,811
	Sig. (bilateral)		,001
	N	98	98
Y5 Comprensión de la violencia	Correlación de Pearson	,811	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	98	98

Los datos obtenidos en la investigación muestran una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.811$  (**donde  $p < 0,01$** ) y a una probabilidad de certeza del 99%, entre: la responsabilidad social del periodista y la comprensión de la violencia. Estos resultados son obtenidos conforme a la opinión de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima.

Se obtiene un valor  $r = 0.811$  y un valor  $p = 0.000$  la misma que se halla dentro del valor permitido (0.01) por lo que se acepta la hipótesis afirmativa y se rechaza la hipótesis nula en el sentido siguiente: “La responsabilidad social del periodista influye significativamente en la comprensión de la violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017”

## HIPÓTESIS ESPECÍFICA 6

H<sub>1</sub>: Los antivalores del mensaje influyen significativamente en la construcción del sentido de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

H<sub>0</sub>: Los antivalores del mensaje NO influyen significativamente en la construcción del sentido de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017

**Tabla 36**

*Correlaciones de Hipótesis Específica 6*

		Antivalores del mensaje	Construcción del sentido de violencia
X6 Antivalores del mensaje	Correlación de Pearson	1,000	,923
	Sig. (bilateral)		,001
	N	98	98
Y6 Construcción del sentido de violencia	Correlación de Pearson	,923	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	98	98

Los datos obtenidos en la investigación muestran una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.923$  (donde  $p < 0,01$ ) y a una probabilidad de certeza del 99%, entre: los antivalores del mensaje y la construcción del sentido de violencia. Estos resultados son obtenidos conforme a la opinión de los estudiantes de Periodismo de las

Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima.

Se obtiene un valor  $r = 0.923$  y un valor  $p = 0.000$  la misma que se halla dentro del valor permitido (0.01) por lo que se acepta la hipótesis afirmativa y se rechaza la hipótesis nula en el sentido siguiente: “Los antivalores del mensaje influye significativamente en la construcción del sentido de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017”



## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

El objetivo de la presente investigación es determinar la influencia que tiene el tratamiento de la noticia policial televisiva en la percepción respecto a la cultura de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.

La validación de la hipótesis resulta a partir de la prueba Alfa de Cronbach, que según Hernández (2003) es pertinente, porque se administra una sola vez el instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. Su ventaja reside en que solo se aplica la medición y se calcula el coeficiente.

En cuanto a la hipótesis general, el tratamiento de la noticia policial televisiva influye significativamente en la percepción respecto a la cultura de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017, el instrumento empleado evidencia que la prueba es confiable, las escalas obtuvieron coeficientes Alfa de Cronbach con valores de 0.902 es mayor de 0.05, por tanto, se acepta la hipótesis afirmativa y se rechaza la hipótesis nula.

Dichos resultados se sustentan en la tabla 30 y en las tablas 5 a 23 donde se hace referencia al tratamiento de la noticia policial televisiva, basado en el discurso sensacionalista, la temática delictiva, la construcción de la historia policial, criterios de noticiabilidad, responsabilidad social del periodista y antivalores del mensaje y su influencia con la percepción de la cultura de violencia en los estudiantes de Periodismo que consiste en el

nivel del consumo, usos, proximidad, la comprensión y construcción del sentido de violencia.

Los datos obtenidos en la investigación muestran una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.898$  (donde  $p < 0,01$ ) y a una probabilidad de certeza del 99%, entre: El tratamiento de la noticia policial televisiva y la percepción respecto a la cultura de violencia. Estos resultados son obtenidos conforme a la opinión de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas.

Con la afirmación planteada, se muestra que existe una influencia de tipo negativa en la percepción que tienen los estudiantes sobre la cultura de violencia en la sociedad, esto conlleva que piensen que lo que difunden los noticieros de televisión corresponde a la realidad misma, cuando se trata de ofrecer solo una parte de ella. Ocasiona también que confíen en las sentencias que los periodistas le otorgan a ciertos hechos o personajes, puesto que, hacen ver como culpables de delitos a algunos, e inocentes a otros. Existen muchos casos mediáticos donde el periodismo ha cumplido un censurable papel, provocando el desprecio público hacia personas que después fueron absueltas, porque la justicia comprobó que no eran culpables de los delitos que se les imputaban en los medios de comunicación. Esto tiene relación con lo que sostienen los teóricos de la teoría del encuadre o framing: “Los informadores contantemente encuadran los acontecimientos, los sitúan y los priorizan, los califican y los etiquetan, es decir, de ellos depende, la manera cómo el público percibirá la información” (Gimenez, 2007, p.57)

Es clara la influencia del periodista para que el televidente interprete la noticia y cómo percibirá la realidad que le están contando.

De la misma manera, parte de la influencia negativa radica en que se reafirmen los estereotipos que separan a las personas, así como los prejuicios sociales, que se magnifique lo que realmente ocurre, que se siembre el miedo en la población, que se fomente la sensación de pesimismo en las personas ante la ola de criminalidad y por lo tanto se quiera tomar justicia por propia mano.

Este estudio se relaciona con lo investigado por Pérez (2010) quien concluye que los estudios realizados sobre la activa presencia de informaciones violentas en los medios muestran algunos puntos básicos que son aceptados mayormente como la percepción distorsionada del papel de la violencia en el mundo, la falta de sensibilidad ante el sufrimiento de los otros y fomenta la posibilidad de comportamientos agresivos hacia otros.

De igual forma, la investigación es congruente con lo que expone Quispe (2014), quien concluye que el sensacionalismo incide en la percepción del público televidente condicionando el derecho a una verdadera información y de interés público constructivo.

Este planteamiento es acorde con el presente estudio, ya que, el sensacionalismo es el tipo de discurso que predomina en la noticia policial, lo cual hace tener una visión sesgada de los hechos y por lo tanto, las personas no puedan informarse a cabalidad.

Los resultados de dicha investigación también tienen relación con lo que concluye Klein (2010) al afirmar que existe una paradoja entre la tasa de victimización real y la percepción

de seguridad pública y que por tanto, la percepción de la seguridad pública depende tanto de la confianza en los medios de comunicación como del consumo de noticias.

De esta manera, para los autores se constata que hay influencia significativa entre el tratamiento de la noticia policial televisiva y en la percepción de la cultura de violencia, debido a que distorsiona la realidad, que en este caso la constituye los hechos de violencia que ocurren a diario.

Para la hipótesis específica 1, existe influencia del discurso sensacionalista en el nivel de consumo de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima. Aplicando la prueba del Alfa de Cronbach se obtuvo como resultado una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.879$  (donde  $p < 0,01$ ) y a una probabilidad de certeza del 99% entre ambas variables.

Esto se sustenta en la tabla 31 y en las tablas 5, 6, y 7 donde se hace referencia a la titulares, imágenes sensacionalista y exceso de detalles, que según la percepción de los encuestados influyen en la imitación de conductas violentas. Con la afirmación planteada se muestra que este tipo de lenguaje que apela a los sentidos más que a la razón, trae negativas consecuencias en la forma cómo se concibe el problema.

El discurso sensacionalista no permite que el televidente informe adecuadamente, por esta razón, se condicionará la percepción sobre la violencia pasando por alto, abordar la causas del problema y las alternativas de solución.

Esta afirmación es acorde con lo planteado en la presente investigación, lo cual es motivo de preocupación por la manera cómo los medios de comunicación pueden ser vistos al percibirse como un agente que promueve las conductas violentas, en lugar de la prevención.

Klapeer (citado en Xosé Ramón Rodríguez, 2011) menciona que aunque los medios de comunicación sí provocan cambios de actitud, este efecto es menos frecuente, destaca que lo que provoca es un refuerzo o mantenimiento de lo que antes existía, en otras palabras, no tienden a crear un acto de imitación de la violencia por sí solos, si no que es un factor de influencia que actúa junto con otros como son las normas de los grupos sociales a los que se pertenece o anhela pertenecer, la influencia de los líderes de opinión, la naturaleza comercial de los medios de comunicación, y la exposición selectiva, entre otros.

Esta posición es bastante acertada, porque no es que al ver una noticia policial sobre algún hecho de violencia, los televidentes se convertirán en delincuentes, el peligro está en aquellos seres vulnerables con algún tipo de predisposición a la violencia o con antecedentes de haber sido violento.

En cuanto a la hipótesis específica 2, los resultados arrojan que existe influencia de la temática delictiva en el uso que le dan los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, al aplicar la prueba del Alfa de Cronbach se obtuvo resultados de una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.826$  (donde  $p < 0,01$ ) y a una probabilidad de certeza del 99% entre ambas variables.

Esto se sustenta en las tabla 32 y en las tablas 8, 20 y 21 donde se hace referencia a la influencia que tienen las noticias sobre delitos de violencia familiar, en el uso que le dan los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, es decir si al ver una noticia de este tipo le sirve para informarse de lo que ocurre, y si además le servirá como tema de conversación en la sociedad. Con la información planteada se muestra que los encuestados creen que lo que difunde la noticia policial es útil para obtener información de los problemas sobre violencia, lo cual revela que para ellos es creíble lo que se narra en dichas noticias y que los televidentes le otorgan un nivel de trascendencia, al pasar a su esfera social, debido a que, los convierten en tema de conversación en su casa, con amigos o centro de estudios o de trabajo.

Para Mc Combs (2006): “Contamos con muchas pruebas a nivel internacional que documentan que la exposición a los medios tiene como efecto que la gente esté más de acuerdo sobre los temas importantes del momento...” (p. 267)

Se coincide con lo que destaca el teórico, prueba de ello son las respuestas que dan los estudiantes cuando en el salón de clase, se les pregunta por las noticias, que a su parecer, son las más importantes, ellos siempre están al tanto de lo que ocurre en el ámbito policial, pero ignoran otros como los hechos que son noticia en el sector económico, político, internacional, etc. Es así como los medios de comunicación les dicen a las personas sobre qué asuntos deben pensar.

Para la hipótesis específica 3, existe una influencia significativa de La construcción de la historia en la noticia policial televisiva en la proximidad de los estudiantes de Periodismo

de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017. Al aplicar la prueba del Alfa de Cronbach con los datos se obtuvo resultados de una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.792$  (donde  $p < 0,01$ ) y a una probabilidad de certeza del 99% entre ambas variables.

En la tabla 33 y en las tablas 9, 10, 11, 12, 22, 18 y 23 se sustentan dichos resultados, ya que, hacen referencia a los elementos que forman parte de la construcción de una historia en la noticia policial como: personajes estereotipados, mensaje, diversidad de fuentes y que esto influye en la proximidad (afinidad y cercanía) que se pueda sentir con alguien relacionado al hecho policial.

Con la información planteada la construcción de la historia policial reafirma los estereotipos que hay en la sociedad, sobre todo los que dividen a hombres y mujeres, los relacionados al dinero, al machismo y al papel sumiso de la mujer. Asimismo, los mensajes que subliminalmente pueden estar transmitiendo dichos personajes, como la falta de dignidad, la obtención del dinero fácil o la violencia como vía de solución rápida de conflictos de cualquier tipo que pueden resultar atractivos para generar algún tipo de empatía o identificación.

Estos resultados son consecuentes con los obtenidos por Pérez (2010) en su estudio sobre Perfil profesional del periodista policial que labora en los principales diarios de Lima quien señala que la presencia de informaciones violentas muestran una percepción distorsionada del papel de la violencia en el mundo.

Lo investigado por el autor es una afirmación acerca de que la construcción de la noticia en televisión se realiza en torno a una intención por parte del emisor, que en este caso no solo es el periodista, sino el director del noticiero que representa los intereses del canal de televisión, porque es quien finalmente toma la decisión final al aceptar el enfoque que tiene la noticia o sugerir uno de acuerdo a sus intereses.

Para la hipótesis específica 4, existe influencia significativa de los criterios de noticiabilidad en los prejuicios que tienen los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017, aplicando la prueba de Alfa de Cronbach se obtuvo como resultado una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.792$  (donde  $p < 0,01$ ) en base al resultado obtenido se muestra la relación entre ambas variables.

En la tabla 34 y en las tablas, 10 y 24 se hace referencia a la influencia de los criterios de noticiabilidad (impacto, el conflicto y el interés humano) en los prejuicios que existen acerca de que la violencia solo proviene de hombres y de sectores de extrema pobreza.

Es por eso que cuando en una noticia se quiere explotar el interés humano, se presenta a la mujer como víctima para causar pena ante los demás, asimismo todo lo que represente desencuentros, peleas y violencia causa impacto. Por otro lado, las noticias que se reportan, en su mayoría, son hechos que provienen de un nivel socioeconómico bajo, y aunque también se difunden casos de violencia en sectores altos de la sociedad, no resulta frecuente su aparición en los noticieros, lo cual reafirma los prejuicios sociales que existen sobre la violencia y las clases sociales.



A partir de los resultados de la investigación, esta guarda relación con el estudio de Perez (2010) quien realiza un perfil del periodista policial que trabaja en los principales diarios de Lima, se concluye que la activa presencia de informaciones violentas muestran una percepción distorsionada de la realidad.

Esto coincide con los resultados obtenidos, al explotar el criterio del conflicto presente en las noticias acerca de la violencia y que esta proviene de zonas de extrema pobreza, por tanto, se reafirman dichos prejuicios, cuando en realidad la violencia se puede instalar en todos los sectores, no mide raza, sexo ni condición social.

Para la hipótesis específica 5, existe influencia significativa de La responsabilidad social del Periodista en la comprensión de la violencia de los estudiantes de periodismo de las Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017. aplicando la prueba de Alfa de Crombach se obtuvo como resultado una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.811$  (donde  $p < 0,01$ ) y a una probabilidad de certeza del 99%.

En la tabla 35 y en las tablas 14 y 15 se hace referencia al rol que cumple el periodista policial en cuanto a la responsabilidad social que tiene como un mediador y como una figura que ayude a entender las causas y buscar soluciones frente a la violencia. Según los resultados, el periodista es visto como un provocador de conflictos y lo que es peor como alguien que puede incentivar la violencia en lugar de prevenirla en la manera cómo construye la historia que relata. Cabe destacar que son opiniones divididas, en vista que, una cantidad igual de encuestados también cree que es un aliado de la lucha contra la delincuencia, lo cual resulta paradójico.

Esto puede ocurrir cuando el hecho carece de investigación, o cuando la falta de talento del periodista lo lleva a utilizar el lenguaje basado en el recurso sensacionalista, como lo dicen varios autores que forman parte del marco teórico de esta investigación. Cada palabra utilizada en el discurso debe promover un entendimiento y no una situación que lleve al conflicto. La naturaleza de lenguaje como facultad humana es unir y no todo lo contrario.

Sobre la comunidad ideal de comunicación, Habermas (2004) opina que: “El discurso representa una forma de comunicación más exigente que apunta más allá de las formas de vida concretas en que las presuposiciones de la acción orientada al entendimiento se generalizan(...)” (p.88)

Con lo expuesto, entender lo que sucede en la sociedad y lograr ese entendimiento entre quienes la conforman es lo que el teórico denomina como una comunidad ideal de comunicación, algo a lo que todo periodista con ética aspira.

Asimismo, esta investigación es congruente con el estudio de Pérez (2010) quien obtuvo como resultado principal que el perfil del profesional del periodista policial en un sector de la prensa de Lima Metropolitana, no tiene especialidad en su campo de acción, en muchos casos es novato y no tiene mayor conocimiento de los códigos de ética periodística.

Para la hipótesis específica 6, existe influencia significativa de los antivalores del mensaje en la construcción del sentido de violencia de los estudiantes de Periodismo de las Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017 aplicando la prueba de Alfa de Crombach se obtuvo como resultado una relación estadísticamente significativa de  $r = 0.923$  (donde  $p < 0,01$ ) y a una probabilidad de certeza del 99% entre ambas variables.

Dichos resultados se sustentan en la tabla 36 y en las tablas 12, 17 , 18, 26 y 27 donde se hace referencia a los antivalores ( legitimización de la violencia, el morbo, intolerancia, indiferencia y desprecio por la vida) que los periodistas transmiten en los mensajes que son difundidos en la noticia policial, ya sea, a través de su narración o sobre lo que dicen los personajes que forman parte de la historia y su influencia en la manera cómo los estudiantes construyen el sentido de violencia ( pesimismo frente a lo que ocurre, sensación de tomar justicia por propia mano).

Esto quiere decir que, de manera explícita o implícita, estos antivalores se están difundiendo, ya que, los televidentes de forma permanente están sobreexpuestos a las noticias sobre violencia, a tal punto que las personas pueden acostumbrarse a que esta sea aceptada como algo normal en la sociedad, que puede incluso algunas veces despertar indiferencia ante el dolor ajeno, porque forma parte de la rutina social.

Por otro lado, puede despertar pesimismo al sentir que la situación de inseguridad no va a cambiar, a tal punto de querer tomar justicia frente a la decisión de las autoridades, lo cual sería muy grave, porque se generaría una cadena de violencia de nunca acabar incentivada por la televisión.

Este resultado es acorde a lo que determina Pérez (2010) acerca de que la activa presencia de informaciones violentas muestran una percepción distorsionada del papel de la violencia en el mundo, falta de sensibilidad ante el sufrimiento de los otros y fomenta la posibilidad de comportamientos agresivos hacia otros.

Lo que señala el autor es grave, debido a la magnitud con la cual afecta a la sociedad, la manera cómo es tratada la noticia policial, este es un aspecto que se destaca como motivo de preocupación en la presente investigación.

Barthes citado por Pedroso (1982,p.145) dice que el discurso sensacionalista es elaborado a partir de la información total, excepcional, insignificante y sin contexto, entendida como fait divers. Esa información excepcional (sobre la muerte, el mal, la violencia,) legitima, en el espacio periodístico, la explosión del impulso agresivo, del pueblo y del lector.

La legitimización de la violencia es un problema que preocupa y que se destaca en la investigación, uno de los peligros al estar sobreexposados a los contenidos violentos de la noticia policial, las personas se indignan a tal punto de querer hacer justicia, al ver la indiferencia de las autoridades. De esta manera la cadena de violencia será de nunca acabar.

## CONCLUSIONES

- Los resultados obtenidos permiten concluir que existe una influencia significativa entre : El tratamiento de la noticia policial televisiva y la percepción respecto a la cultura de violencia de los estudiantes de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima. Esta influencia significativa es negativa.
- El análisis de resultados arroja que hay una relación estadísticamente significativa entre: el discurso sensacionalista y el nivel de consumo de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima.
- Los resultados obtenidos revelan que existe una relación estadísticamente significativa entre la temática delictiva y el uso que le dan los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017. El público reconoce la utilidad de la noticia policial y cree que cumplen con ayudar a entender los problemas de violencia que ocurren en la sociedad a través de la información, esto último lo cual es una percepción equivocada.
- Los datos obtenidos en la investigación muestran una relación estadísticamente significativa, entre: La construcción de la historia en la noticia policial televisiva y la proximidad de los estudiantes, puesto que se construyen a partir de situaciones y personajes estereotipados que pueden generar rechazo, pero también afinidad.

- El análisis de los resultados muestra una relación estadísticamente significativa y a una probabilidad de certeza del 99%, entre: Los criterios de noticiabilidad y los prejuicios de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruanas, Lima, 2017.
- El análisis de la varianza muestra una relación estadísticamente significativa y a una probabilidad de certeza del 99%, entre: la responsabilidad social del periodista y la comprensión de la violencia. Crean en el papel del periodista como un facilitador para comprender este problema, lo cual es un ideal de comunicación.
- Los datos obtenidos en la investigación muestran una relación estadísticamente significativa y una probabilidad de certeza del 99% entre: los antivalores del mensaje como la indiferencia, intolerancia, morbo y la comprensión de la violencia.

## RECOMENDACIONES

- Mejorar el tratamiento de la historia en la noticia policial televisiva, de manera tal, que no se distorsione lo que ocurre en la realidad, ni se exploten los estereotipos de género y los prejuicios que hay en la sociedad.
- Reducir el discurso sensacionalista en la noticia policial para que el televidente que la consume pueda disponer de información adecuada, para esto se requiere mayor investigación por parte del periodista.
- Limitar la sobreexposición de la temática delictiva que actualmente hay en los noticieros de televisión, de manera tal que, permita darle cabida a noticias positivas que ocurren en la sociedad y no se ponga en peligro a quienes tengan conductas predispuestas a la violencia.
- Reflexionar sobre el peligro de convertir en leyendas a personajes del mundo delincriminal, debido a que, muchos jóvenes pueden sentirse atraídos por ciertas historias de aquellos que buscan la obtención del dinero fácil.
- Promover otros valores noticia para el hecho policial, de tal forma se podrán descartar los mensajes que se apoyan en los prejuicios que hay en la sociedad con el fin de obtener rating.
- Crear en las universidades y centros de trabajo un perfil académico, profesional y humano del periodista policial a fin de que pueda ejercer a cabalidad su papel y que pueda brindar un tratamiento adecuado a las noticias sobre violencia relacionadas a poblaciones vulnerables como niños, adolescentes y mujeres en riesgo.

- Promover estudios de especialización de Periodismo Policial en las universidades con la finalidad de que el periodista policial pueda contribuir para que la ciudadanía goce de su derecho a la información y fomentar una cultura de paz, a través de una labor periodística para la prevención del delito.
- Analizar con conciencia crítica los antivalores del mensaje que se emiten de manera subliminal y la construcción del sentido de violencia que promueven los noticieros. Por ello, se hace un llamado a instituciones reguladoras como el Colegio de Periodistas del Perú a fin de velar para la mejora de estos contenidos.
- Impulsar una cultura para aprender a usar los medios de comunicación que empiece desde el hogar y en las escuelas, a fin de que los niños y adolescentes puedan discernir entre los contenidos y modelos de conducta positivos y negativos que ofrece el noticiero de televisión y otros programas.



## Bibliografía

- Adams-Price, Carolyn y Greene, A.L. (1990) Secondary attachments and self-concept during adolescence, *Sex Roles*, vol 23 (n°22), pp. 187-198. Recuperado de <https://goo.gl/zi6nXq>
- Alda E. (2007). *¿Cuál es la salida? La agenda inconclusa de la seguridad ciudadana*. Bogotá: Colombia: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Anónimo(20 de diciembre de 2015). 19 personas están en la cárcel por agresión a policías. Perú 21. Recuperado de <https://goo.gl/TxzUJS>
- Arranz , V (2011). El papel del sonido audiovisual en el discurso cinematográfico posmoderno. *Sociedad Latina de Comunicación*, vol. (n° ), pp. 1-21- Recuperado de <https://goo.gl/sb5Pnk>
- Arboccó, M, O'Brien J. (2012). Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes, vol 20 (n°2) Recuperado de <https://goo.gl/UjVzBq>
- Alsina, M.(1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Ediciones Paidós.
- Arias, C. (2006). Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas. *Horizonte Pedagógico*, Vol 8, (No. 1), pp. 9 – 22. Recuperado de <https://goo.gl/BNNrmg>
- Basutto, M (1995). Noticia y Mensaje: lectura e interpretación en los medios. , *Comunicar*, vol 4, (n°4), pp.29-35. Recuperado de: <https://goo.gl/fh6hFL>
- Barthes R (2009) Lo obvio y lo obtuso. Recuperado de <https://goo.gl/EF8otQ>
- Behar, D.,(2008) *Metodología de la Investigación*. Recuperado de <https://goo.gl/5Dq2d8>

- Canales R. (2009). El servicio de noticias en el Perú, Lima: Perú: Fondo editorial Universidad de San Martín de Porres.
- Cebrian, M. (2012). Libertad de información y responsabilidad. Revista Mexicana de Comunicación, vol, (n°). Recuperado de <https://goo.gl/1KfWe6>
- Chillón, A. (1998). El giro lingüístico. Análisis, vol, (n° 22), pp.63-98. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/record/764>
- Demirdjian A. (2011). Escuela de Columbia un repaso a los clásicos . Comunicación y Sociedad, vol (n° 16), pp.185-200. Recuperado de <https://goo.gl/s8a6Ke>
- Dewey, J. (1993). como pensamos. Recuperado de <http://cooperativo.sallep.net/C%C3%B3mo%20pensamos.pdf>
- Fernández, C. (2011) .Identificación y especularidad en los espectadores de violencia en televisión: una reconstrucción a partir del discurso. Comunicación y Sociedad, vol XXV,(n°1). Recuperado de <https://goo.gl/qnaLh2>
- Fernández, D. (2010). Conmoción Pública. Buenos Aires, Argentina: La Crujia ediciones.
- Feshbach, S. (1956). The catharsis hypothesis and some consequences of interactions with aggressive and neutral play objects. Journal of Personality, , vol 24 (n°),pp.449-462.
- Fromm, E. (1965). Per una Ètica humanística. Barcelona,España: Ediciones 62
- Galtung, J. (1990). La violencia estructural, cultural y directa. Journal of Peace Research, vol 27, (n°3) pp.291-305. Recuperado de <https://goo.gl/dH2yA5>
- Giménez, P. (2006). Una nueva visión del proceso comunicativo: La Teoría del enfoque (Framing) . Comunicación y Hombre, Vol. (n° 2), pp.55-66. Recuperado de <https://goo.gl/jjWtwN>

- Gomiz, L. (1991). Teoría del Periodismo. Recuperado de <https://goo.gl/9ncpna>
- Habermas, J. (2004). Aclaraciones a la ética del Discurso. Córdoba, Argentina: El Cid Editor.
- Guedez, V. (1980). Lineamientos académicos para la definición de los perfiles profesionales. Curriculum, vol 5, (n° 10). Recuperado de <https://goo.gl/KD2WTQ>
- Katz, E. & Lazarsfeld, P. F. (1955). Personal influence. The part placed by people in the flow of mass communication. Glencoe, Escocia: The Free Press.
- Klapper, J. (1960). The Effects of mass communication. An analysis of research on the effectiveness and limitations of mass media in influencing the opinions, values, and behavior of their audiences. Nueva York. Estados Unidos: The Free Press.
- Klein , G. (2010). El impacto de los medios de comunicación de masas en la Percepción de la seguridad pública. Un estudio empírico del caso chileno en el contexto latinoamericano (Tesis de Maestría), Universidad de Chile, Santiago de Chile.
- Martínez J. L . (1998). Redacción Periodística. Barcelona, España: A.T.E
- McCombs, M.( 2006 ) Estableciendo la Agenda, el impacto de los medios en la opinión pública. Barcelona, España: Editorial Paidós.
- Martini, E. (1999). El sensacionalismo y las agendas sociales. Diálogos de la Comunicación, vol,(n°55), pp.54-65. Recuperado de <https://goo.gl/Bac3iM>
- Miljanovich , M. (2015), Interacción entre cultura de violencia y violencia familiar en Lima metropolitana, año 2013., vol 2, (n°2), pp.161-170 Recuperado de <https://goo.gl/pyKknh>

- Ministerio de la Mujer. (2011). Pautas para el tratamiento informativo adecuado de la violencia contra la mujer en los medios de comunicación social. Recuperado de <https://goo.gl/Nn3szJ>
- Monje, C.A (2009). Teorías sobre los efectos de la violencia en los medios. Semanario de Teoría de la Comunicación II.vol, (n),pp.2-9 Recuperado de <https://goo.gl/aJ8XmB>
- Organización Panamericana de la Salud . (2002). Informe mundial sobre la violencia y la salud: resumen. Recuperado de <https://goo.gl/ibN8fY>
- Pedroso, J.(1994). Elementos para una Teoría del Sensacionalismo. Comunicación y Sociedad Vol. (nº21), pp.13-157. Recuperado de <https://goo.gl/zC6UqR>
- Pérez, J. (2010). El Perfil profesional del periodista policial que labora en los principales diarios de Lima (Tesis de Maestría). Universidad de San Martín de Porres, Lima.
- Pont, C. (2014). Comunicar las emergencias. Recuperado de <https://books.google.com.pe>
- Puente, S. (año). Televisión: La noticia se cuenta. Santiago, Chile: Alfaomega.
- Quevedo, M. (2013). Narrativas noticiosas, mitos e identidad. Pozo de Letras, vol 11 (nº11), pp.91-102. Recuperado de <https://goo.gl/ULEMee>
- Quispe, M (2014). Exhibición de la intimidad y percepción del público televidente del programa “El Valor de la Verdad” de Frecuencia Latina, en estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo, sede Lima Este, año 2014 (Tesis de Maestría). Universidad de San Martín de Porres, Lima.

- Restrepo, D. ( 2003 ). Corrupción y terrorismo, el poder del periodista. Revista Chasqui, vol ( n°081), pp.24-31. Recuperado de <https://goo.gl/S6CJzT>
- Rey, G. (2007). Los relatos periodísticos del crimen. Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana, vol 3 (n°5), pp.129-131. Recuperado de <https://goo.gl/DZfdzb>
- Rincón, O y Rey, G. (2008). Los cuentos mediáticos del miedo. Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana, vol 3 (n° 5),pp. 34-35. Recuperado de <http://www.flacsoandes.edu.ec/agora/los-cuentos-mediaticos-del-miedo>.
- Rodriguez, X. (2011). Los efectos de la comunicación de masas de Joseph Klapper. Razón y Palabra, vol , (n° 75). Recuperado de <https://goo.gl/JAhfZe>
- Ruiz, J. (2009) Percepción de seguridad, victimización y cultura ciudadana: sus relaciones en cinco contextos iberoamericanos. Pensamiento psicológico, vol 6, (n°13), pp.193-202. Recuperado de <https://goo.gl/C4E3Gj>
- Saperas, E. ( 2011). Estudios de Comunicación y Medios, Madrid, España: Dykinson.
- Sadaba, T. (2008). Framing: el encuadre de las historias .Buenos Aires, Argentina: Crujia
- Salazar, J. (2007). Historia de la noticia. La sangre derramada. Lima, Perú: Fondo editorial USMP.
- Sosa, J.M. (2013). Manual de Teoría de la Comunicación. Recuperado de [.booksgoogle.com.pe](http://books.google.com.pe)
- Van Dijk, T. (1999). La noticia como discurso. Recuperado de <https://goo.gl/M1VT39>
- Vargas, M. (2005). La civilización del espectáculo. Recuperado de <https://goo.gl/8HjsVR>

- Villafañe, J . (2006). Introducción a la teoría de la imagen. Recuperado de file:///C:/Users/Cris/Downloads/572091083.villafac3b1e-justo-introduccion-a-la-teoria-de-la-imagen.pdf
- Vargas,L. (1994) Sobre el concepto de percepción . Alteridades, vol 4(nº8), pp. 47-53. Recuperado de <https://goo.gl/MZ74oC>



1. Nunca      2. Muy pocas veces      3. Algunas veces      4. Casi siempre  
5. Siempre

7- ¿Cree usted que el mensaje de la noticia policial televisiva influye en la cultura de violencia de los jóvenes sobre la sociedad?

1. Totalmente en Desacuerdo   2. En Desacuerdo   3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo  
4. De acuerdo                      5. Totalmente de acuerdo

8- ¿En qué nivel la noticia policial televisiva ofrece diversidad de fuentes para informarse adecuadamente sobre la violencia en nuestra sociedad?

1. Muy bajo   2. Bajo      3. Medio      4. Alto      5. Muy alto

9- ¿Qué grado de impacto tiene una noticia policial televisiva en la cultura de violencia que hay en nuestra sociedad?

1. Muy bajo   2. Bajo      3. Medio      4. Alto      5. Muy alto

10- ¿Cree usted que el periodista policial colabora para prevenir los delitos en nuestra sociedad?

1. Totalmente en Desacuerdo   2. En Desacuerdo   3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo  
4. De acuerdo   5. Totalmente de acuerdo

11- ¿Con qué frecuencia el periodista policial contribuye a crear conflictos en nuestra sociedad?

1. Nunca   2. Muy pocas veces      3. Algunas veces   4. Casi siempre   5. Siempre

12- Está de acuerdo que la noticia policial televisiva crea la sensación de que la violencia es algo normal en nuestra sociedad?

1. Totalmente en Desacuerdo   2. En Desacuerdo   3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo  
4. De acuerdo   5. Totalmente de acuerdo

13- ¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva muestra intolerancia, morbo, y desprecio por la vida como expresión de antivalores?

1. Totalmente en Desacuerdo   2. En Desacuerdo   3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo  
4. De acuerdo   5. Totalmente de acuerdo



14- ¿Con qué frecuencia la noticia policial televisiva le provoca indiferencia frente a la violencia que ocurre en nuestra sociedad?

1. Nunca      2. Muy pocas veces      3. Algunas veces      4. Casi siempre  
5. Siempre

15- ¿Con qué frecuencia usted es consumidor de la noticia policial televisiva (ya sea en tv o en video a través de internet)?

1. Nunca      2. Muy pocas veces      3. Algunas veces      4. Casi siempre  
5. Siempre

16- ¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva le sirve para informarse sobre la violencia que hay en nuestra sociedad?

1. Totalmente en Desacuerdo    2. En Desacuerdo    3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo  
4. De acuerdo    5. Totalmente de acuerdo

17- ¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva le sirve como un tema de conversación sobre la violencia de nuestra sociedad?

1. Totalmente en Desacuerdo    2. En Desacuerdo    3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo  
4. De acuerdo    5. Totalmente de acuerdo

18- ¿Con qué frecuencia ha conocido de cerca algún caso de violencia, similar al que muestran las noticias policiales?

1. Nunca      2. Muy pocas veces      3. Algunas veces      4. Casi siempre  
5. Siempre

19- ¿Con qué frecuencia ha sentido afinidad o cercanía hacia alguno de los personajes de la noticia policial?

1. Nunca      2. Muy pocas veces      3. Algunas veces      4. Casi siempre  
5. Siempre

20- ¿Cree usted que la violencia existe solo en las zonas de extrema pobreza y que proviene más de los hombres que de las mujeres?

1. Totalmente en Desacuerdo    2. En Desacuerdo    3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo  
4. De acuerdo    5. Totalmente de acuerdo

21- ¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva permite reflexionar sobre las causas de la violencia que hay en nuestra sociedad?

1. Totalmente en Desacuerdo    2. En Desacuerdo    3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo  
4. De acuerdo    5. Totalmente de acuerdo

22- ¿Con qué frecuencia la noticia policial televisiva le ha provocado la sensación de querer tomar justicia por propia mano?

1. Nunca      2. Muy pocas veces      3. Algunas veces      4. Casi siempre  
5. Siempre

23- ¿Con qué frecuencia la noticia policial televisiva le hace sentirse pesimista frente a la violencia que ocurre en nuestra sociedad?

1. Nunca      2. Muy pocas veces      3. Algunas veces      4. Casi siempre  
5. Siempre

**Anexo 2: Matriz de Consistencia**

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	INDICADORES	METODOLOGÍA
GENERAL	GENERAL	GENERAL			
¿De qué manera influye el <b>tratamiento de la noticia policial televisiva</b> en la <b>percepción respecto a la cultura de violencia</b> de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?	Determinar la influencia que tiene el <b>tratamiento de la noticia policial televisiva</b> en la <b>percepción respecto a la cultura de violencia</b> de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017	El tratamiento de la noticia policial televisiva <b>influye significativamente</b> en la percepción respecto a la cultura de violencia de los estudiantes de periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017	<b>INDEPENDIENTE (X)</b>		<b>Enfoque de Investigación:</b>
			Tratamiento de la noticia policial televisiva.	X <sub>1</sub> Discurso sensacionalista	
				X <sub>2</sub> Temática delictiva	
				X <sub>3</sub> Construcción de la historia de la noticia policial	<b>Diseño</b>
				X <sub>4</sub> Criterios de noticiabilidad	
				X <sub>5</sub> Responsabilidad social del periodista	<b>Tipo de Investigación</b>
X <sub>6</sub> Antivalores del mensaje	Explicativa Causal				
			<b>DEPENDIENTE (Y)</b>		<b>Población</b>
¿De qué manera influye el <b>discurso sensacionalista</b> en el <b>nivel de consumo</b> de los estudiantes de periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?	Determinar la influencia que tiene el <b>discurso sensacionalista</b> en el <b>nivel de consumo</b> de los estudiantes de periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?	El <b>discurso sensacionalista</b> influye significativamente en el <b>nivel de consumo</b> de los estudiantes de periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017	Percepción respecto a la cultura de violencia	Y <sub>1</sub> Nivel de consumo	
				Y <sub>2</sub> Usos	
				Y <sub>3</sub> Proximidad	
					La población estará conformada por los estudiantes de periodismo del VII ciclo y IX ciclo de la universidad Alas Peruanas y la Universidad San Martín de Porres de Lima Metropolitana.

				Siendo la población total de estudio de 131 estudiantes.
¿De qué manera influye el <b>temática delictiva</b> en el <b>uso</b> que le dan los estudiantes de periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?	Determinar la influencia que tiene el <b>temática delictiva</b> en el <b>uso</b> que le dan los estudiantes de periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?	La <b>temática delictiva influye significativamente</b> en el <b>uso</b> que le dan los estudiantes de periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017	Y <sub>4</sub> Prejuicios	<p><b>Muestra</b></p> <p>Se utilizó la muestra de tipo probabilístico, esto quiere decir que, se eligió una muestra aleatoria simple de 100 estudiantes.</p> $n = \frac{NZ^2p(1-p)}{(N-1)e^2 + Z^2p(1-p)}$ <p>Dónde:</p> <p>n: Tamaño de la muestra  N: Tamaño de la población  Z: Valor de la distribución normal estandarizada correspondiente al nivel de confianza; para el 95%, z=1.96  E: Máximo error permisible, es decir un 5%.  p: Proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.  q: Proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir, es igual a</p>
			Y <sub>5</sub> Comprensión de la violencia	
			Y <sub>6</sub> Construcción del sentido de violencia	
¿De qué manera influye la <b>construcción de la historia en la noticia policial televisiva</b> en el <b>proximidad</b> de los estudiantes de periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?	Determinar la influencia que tiene la <b>construcción de la historia en la noticia policial televisiva</b> en el <b>proximidad</b> de los estudiantes de periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?	La <b>construcción de la historia en la noticia policial televisiva influye significativamente en la proximidad</b> de los estudiantes de periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?		
¿De qué manera influye los <b>criterios de noticiabilidad</b> en los <b>prejuicios</b> de los estudiantes de Periodismo	Determinar la influencia que tiene los <b>criterios de noticiabilidad</b> en los <b>prejuicios</b> de los	Los <b>criterios de noticiabilidad influye significativamente</b> en los <b>prejuicios</b> de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de		

<p>de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?</p>	<p>estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?</p>	<p>Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017</p>		<p>0.50.</p> $\frac{(1.96)^2 + (0.50) - (0.50) - (131)}{(131 - 1) - (0.05)^2 + (1.96)^2 - (0.50) - (0.50)}$ <p>n: 98</p>
<p>¿De qué manera influye el <b>responsabilidad social del periodista</b> en la <b>comprensión de la violencia</b> de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?</p>	<p>Determinar la influencia que tiene la <b>responsabilidad social del periodista</b> en la <b>comprensión de la violencia</b> de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?</p>	<p>La <b>responsabilidad social del periodista influye significativamente</b> en la <b>comprensión de la violencia</b> de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017</p>		
<p>¿De qué manera influye los <b>antivalores del mensaje</b> en la <b>construcción del sentido de violencia</b> de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?</p>	<p>Determinar la influencia que tienen los <b>antivalores del mensaje</b> en la <b>construcción del sentido de violencia</b> de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017?</p>	<p>Los <b>antivalores del mensaje influye significativamente</b> en la <b>construcción del sentido de violencia</b> de los estudiantes de Periodismo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y La Universidad Alas Peruana, Lima, 2017</p>		

Anexo 3: Matriz de preguntas

VARIABLE	INDICADORES	PREGUNTAS
<b>INDEPENDIENTE (X)</b>		
Tratamiento de la noticia policial televisiva.	X <sub>1</sub> Discurso sensacionalista	¿Qué grado de importancia tienen <b>las imágenes sensacionalistas</b> de la noticia policial televisiva en la <b>percepción de la cultura violencia</b> de los jóvenes sobre la sociedad?
		¿Qué influencia tienen los <b>titulares sensacionalistas</b> en la percepción de la cultura de violencia de los jóvenes sobre la sociedad?
		¿Cree usted que el <b>exceso de detalles</b> que muestra la noticia policial televisiva contribuye a que se imiten conductas violentas?
	X <sub>2</sub> Temática delictiva	¿Está de acuerdo que los <b>delitos de violencia familiar</b> que muestra la noticia policial interesan más que otros temas en nuestra sociedad?
	X <sub>3</sub> Construcción de la historia de la noticia policial	¿Está de acuerdo que mostrar a la <b>mujer como la víctima en la noticia policial televisiva</b> influye en la cultura de violencia que hay en nuestra sociedad?
		¿Con qué frecuencia cree usted que la noticia policial televisiva presenta al <b>hombre como el agresor</b> en nuestra sociedad?
		¿Cree usted que el <b>mensaje de la noticia policial televisiva</b> influye en la cultura de violencia de los jóvenes en nuestra sociedad?
		¿En qué nivel la noticia policial televisiva ofrece diversidad de <b>fuentes para informarse</b> adecuadamente sobre la violencia en nuestra sociedad ?
	X <sub>4</sub> Criterios de noticiabilidad	¿Qué grado de impacto tiene una noticia policial televisiva en la <b>cultura de violencia</b> que hay en nuestra sociedad?

	X <sub>5</sub> Responsabilidad social del periodista	¿Cree usted que el periodista policial colabora para <b>prevenir los delitos</b> en nuestra sociedad?
		¿Con qué frecuencia el periodista policial contribuye a <b>crear conflictos</b> en nuestra sociedad?
	X <sub>6</sub> Antivalores del mensaje	¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva crea <b>la sensación</b> de que la violencia es algo normal en nuestra sociedad?
		¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva <b>muestra morbo, intolerancia y desprecio</b> por la vida como expresión de antivalores?
		¿Con qué frecuencia la noticia policial televisiva le provoca <b>indiferencia</b> frente a la violencia que ocurre en nuestra sociedad?
<b>DEPENDIENTE (Y)</b>		
Percepción respecto a la cultura de violencia	Y <sub>1</sub> Nivel de consumo	¿Con qué <b>frecuencia</b> usted consume la noticia policial televisiva?
	Y <sub>2</sub> Usos	¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva le sirve para <b>informarse</b> sobre la violencia que hay en nuestra sociedad?
		¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva le sirve como <b>tema de conversación</b> sobre la violencia que hay en nuestra sociedad?
	Y <sub>3</sub> Proximidad	¿Con qué frecuencia ha <b>conocido de cerca</b> algún caso de violencia?
	Y <sub>4</sub> Prejuicios	¿Alguna vez ha sentido <b>afinidad o cercanía</b> por alguno de los personajes de la noticia policial?
	Y <sub>5</sub> Comprensión de la violencia	¿Cree usted que la violencia existe solo <b>en las zonas de extrema pobreza y que proviene más de los hombres</b> que de las mujeres?

		¿Está de acuerdo que la noticia policial televisiva permite <b>reflexionar</b> sobre la violencia que hay en nuestra sociedad?
	Y <sub>6</sub> Construcción del sentido de violencia	¿Con qué frecuencia lo que muestra la noticia policial televisiva <b>le provoca la sensación</b> de tomar justicia por propia mano?
		¿En qué nivel lo que muestra la noticia policial televisiva <b>le hace sentirse pesimista</b> frente a la violencia que hay en nuestra sociedad?