



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LA PRENSA AMARILLA EN EL FANPAGE EN FACEBOOK DEL
DIARIO EL “HOCIÓN” EN RELACIÓN AL MORBO DE LOS
SEGUIDORES EN AYACUCHO - 2018

PRESENTADA POR
ANGELA PARIONA PRETEL

ASESORA

MARTHA ALICIA ROMERO ECHEVARRÍA

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2018



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

**LA PRENSA AMARILLA EN EL FANPAGE EN FACEBOOK DEL
DIARIO EL “HOCICÓN” EN RELACIÓN AL MORBO DE LOS
SEGUIDORES EN AYACUCHO - 2018**

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTADO POR LA BACHILLER:

ANGELA PARIONA PRETEL

ASESORA:

DRA. MARTHA ALICIA ROMERO ECHEVARRÍA

LIMA, PERÚ

2018

DEDICATORIA

A mi Padre Celestial quién guía mi camino y me fortalece.

A mi madre Rosa Pretel, quién siempre confió en mí y me apoyo incondicional durante todo este proceso.

A mi esposo Victor Hugo Sejas, que siempre me dio palabras de aliento y motivación.

AGRADECIMIENTO

A la Escuela de Ciencias de la comunicación de la Universidad San Martín de Porres, por acogerme en su recinto.

A los docentes, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi formación profesional.

A la Dra. Martha Alicia Romero Echevarría por su permanente apoyo en este proceso de investigación.

A la licenciada Ángela Arango Mejía, por acompañarme y motivarme para la consecución de la tesis.

A todas las personas que me ayudaron y aportaron en esta travesía profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	15
1.1. Antecedentes de la investigación.....	15
1.1.1. Antecedentes internacionales.....	15
1.1.2. Antecedentes nacionales.....	17
1.1.3. Antecedentes locales.....	19
1.2. Bases teóricas	21
1.2.1. La prensa amarillista.....	21
1.2.1.1. Estilo amarillista.	24
1.2.1.2. Las imágenes en la noticia:.....	28
1.2.1.3. Información tergiversada.....	30
1.2.1.4. Calificativos prejuiciosos.	32
1.2.1.5. Criterios de construcción periodística.	34
1.2.1.5.1. Mostrar fotografías.....	37
1.2.1.5.2. Lenguaje empleado en la redacción.	38
1.2.1.5.3. Fiabilidad de las fuentes.	39
1.2.1.5.4. Temática de los relatos.....	40
1.2.2. Morbo.	41
1.2.2.1. Contenidos negativos del morbo.....	44

1.2.2.1.1. Accidentes.....	47
1.2.2.1.2. Desastres.....	48
1.2.2.1.3. Hechos terroristas.....	49
1.2.2.1.4. Asesinatos.....	49
1.2.2.1.5. Secuestros.....	51
1.2.2.2. Contenidos ocultos del morbo.....	52
1.2.2.2.1. Exposición de fotografías sin censura.....	54
1.2.2.2.2. La pornografía.....	55
1.2.3. Redes sociales.....	56
1.3. Definición de términos básicos.....	59
CAPÍTULO II: HIPOTESIS.....	62
2.1. Formulación de hipótesis principal y derivada.....	62
2.2. Variables y definición operacional.....	63
2.2.1. Definición operacional de las variables.....	63
2.2.2. Definición conceptual.....	64
CAPÍTULO III: MÉTODOLÓGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	66
3.1. Diseño metodológico.....	66
3.1.1. Tipo de investigación.....	66
3.1.2. Nivel de investigación.....	66
3.1.3. Diseño de investigación.....	67
3.1.4. Método de investigación.....	67
3.2. Diseño muestral.....	67
3.2.1. Población.....	67
3.2.2. Muestra.....	68
3.2.2.1. Criterios de inclusión.....	68
3.2.2.2. Criterios de exclusión.....	68
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	68
3.3.1. Técnicas de recolección de información.....	69
3.3.1.1. Instrumentos de recolección de datos.....	69

3.3.1.1.1. Tipo de instrumento.....	69
3.3.1.2. Validez y confiabilidad del instrumento	70
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	70
3.5. Aspectos éticos.....	71
CAPITULO IV. RESULTADOS.....	72
4.1. Resultados descriptivos	72
4.1.1. Descriptivos de la Variable Prensa Amarilla	72
4.1.1.1. Descriptivos de la Dimensión Estilo Amarillista.....	73
4.1.1.2. Descriptivos de la Dimensión criterios en la construcción periodista.....	78
4.1.2. Descriptivos de la Variable Morbo	84
4.1.2.1. Descriptivos de la Dimensión Contenido negativo	84
4.1.2.2. Descriptivos de la Dimensión Contenido oculto	90
4.1. Contrastación de hipótesis.....	96
4.2.1. Contraste de hipótesis general	96
4.2.2. Contraste de hipótesis específica 1	98
4.2.3. Contraste de hipótesis específica 2.....	100
CAPITULO V. DISCUSION	102
5.1. Discusión de resultados del problema general	102
5.2. Discusión de resultados de los problemas específicos.....	104
CONCLUSIONES.....	108
RECOMENDACIONES	110
FUENTES DE INFORMACIÓN	111
ANEXOS	118
ANEXO 01: Matriz de consistencia	119
ANEXO 02: Matriz maestra.	120
ANEXO 03: Instrumento de recolección de datos	122
ANEXO 05: Confiabilidad del instrumento.....	132

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Diferencias entre el amarillismo y sensacionalismo	27
Tabla 2. Operacionalización de la variable Prensa Amarilla.....	63
Tabla 3 Operacionalización de la variable Morbo.....	64
Tabla 4. Tabla cruzada de la prensa amarilla y el morbo	96
Tabla 5. Estadístico de prueba.....	97
Tabla 6. Tabla cruzada del estilo amarillista y el morbo	98
Tabla 7. Estadístico de prueba.....	98
Tabla 8. Tabla cruzada de los criterios en la construcción periodista y el morbo	100
Tabla 9. Estadístico de prueba.....	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Existe tergiversación de la información	74
Figura 2. Emplea calificativos prejuicios.....	74
Figura 3. Tiene filtros adecuados	75
Figura 4. Tienen ética periodística	75
Figura 5. Llama la atención del público	76
Figura 6. Los contenidos son verídicos	76
Figura 7. Influye en su vida diaria lector	77
Figura 8. Se comprende fácilmente.....	77
Figura 9. Los periodistas de este estilo conocen los gustos de sus lectores.....	78

RESUMEN

La presente investigación surge a raíz de la constante preocupación por la masiva transmisión de información poco profesional por algunos diarios en la ciudad de Ayacucho, en los cuales se evidencia que la información presentada enfatiza los contenidos violentos y las conductas antiéticas, con el fin de capturar la atención del público a través de redes sociales; es por ello que el presente estudio tiene como principal propósito de identificar la prensa amarilla del *fanpage* en *Facebook* del diario “El Hoción” para determinar la relación con el morbo de los seguidores.

De enfoque cuantitativo, tipo básica, nivel correlacional y diseño no experimental, la muestra estuvo compuesta por 20 publicaciones difundidas semanalmente; cabe mencionar que la recolección de los datos se realizó a través de la técnica de la observación y su instrumento fue la lista de cotejo.

Los resultados mostraron que, en el 85% de las publicaciones existió prensa amarilla y en el 75% se evidenció características de morbo; además, a través del Sig. Bilateral establecido por la Prueba de Correlación de Chi Cuadrado ($p=0.278$) superior al nivel de significancia del 5%, se tuvo criterio suficiente para aceptar la hipótesis nula, por lo que se concluyó que, la difusión de prensa amarilla por el *Fanpage* de *Facebook* del Diario El Hoción no provoca morbo en sus seguidores de Ayacucho.

Palabras clave: Prensa amarilla, morbo, difusión de información, Fanpage, diario el Hoción.

ABSTRACT

The present investigation arose as a result of the constant preoccupation by the massive transmission of unprofessional information by some newspapers of the City, in which an information that emphasizes the violent contents and the unethical conducts, in order to capture the attention of the public through social networks; that is why the study had the purpose of identifying the yellow press of the Fanpage on Facebook of the newspaper "El Hoción" to determine the relationship with the morbid of the followers.

With a quantitative approach, basic type, correlation level and non-experimental design, the sample consisted of 20 publications disseminated weekly; It is worth mentioning that the data collection was done through the technique of observation and its instrument was the checklist.

The results showed that, in 85% of the publications there was a yellow press and in 75% there were morbid characteristics; In addition, through the Bilateral Sig established by the Chi Square Correlation Test ($p = 0.278$) above the 5% level of significance, sufficient criteria were accepted to accept the null hypothesis, so it was concluded that the diffusion of yellow press by the Fanpage of Facebook of the newspaper El Hoción does not provoke morbidity in its followers of Ayacucho.

Keywords: *Yellow press, morbid, information dissemination, Fanpage, newspaper El Hoción.*

INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas se ha visualizado, de manera continua y cada vez en mayor cantidad, un tipo de prensa que va tomando distancia con los aspectos formales del uso de un buen lenguaje ya sea escrito o visual, vale decir que los medios han ido mostrando imágenes cada vez más osadas, los contenidos colindan con la crueldad y exacerbación de contenidos violentos, también se destacan las notas de farándula como primicia o notas relevantes.

En este mismo sentido, los valores sociales han ido decayendo, esto se ve evidenciado por la falta de respeto por las reglas y normas sociales, la intolerancia y discriminación entre pares, el bullying en las escuelas, el acoso callejero o laboral, todos estos fenómenos que escapan de las buenas costumbres y normas de convivencia han trascendido y aumentado en el morbo de las personas, encontrando complacencia en la inconducta.

Todo esto ha generado la curiosidad investigativa que da sustento a esta estudio, y se sostiene en lo señalado por algunos autores que acotan que existe una marcada influencia en la forma de mostrar la noticia y la reacción de las personas, vinculando a la prensa amarilla con el morbo de las personas que son consumidores de estos medios, sin embargo, al haber transcurrido casi cuarenta años de la aparición de esta forma de hacer noticia el medio más usado es ahora son las redes, de manera que en la presente investigación se muestra el tipo y nivel de relación que existe entre la prensa amarillista por el *Facebook* de un diario popular y el morbo de los usuarios, en la actualidad.

a) Descripción de la realidad problemática

La prensa amarilla es también conocida como prensa sensacionalista porque exagera de manera significativa la información que es negativa y la transmite en diferentes sentidos, tales como crímenes, desastres, accidentes, catástrofes y otros, con el fin de llamar la atención de los usuarios.

Esta forma de hacer periodismo tiene su origen en la manipulación mediática surgida en el siglo XIX a raíz de la aparición de la sociedad de masas, antes había estado dirigido a un sector privilegiado, es entonces que el consumo masivo provocó una adecuación dirigida a la nueva sociedad consumidora de información, convirtiéndose en un negocio periodístico, en esta evolución fue apareciendo la prensa amarilla:

... William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer, dueños del New York Journal y del New York World respectivamente. No solo introdujeron novedades tipográficas, color y nuevas temáticas populares y estilísticas, sino que manipularon la información de sus periódicos hasta el punto de determinar el transcurso de los acontecimientos para vender el mayor número de ejemplares posible y obtener mayores beneficios. (Bolado, citado por García, 2016, p. 15).

La noticia tratada con exageración, produce una sensación de ruido exagerado, que tiene como fin concentrar la atención, para ello no tienen reparos y en muchos casos no se toma en cuenta la veracidad de la información. “En este sentido, el periodismo sensacionalista o amarillo no sólo se distingue por los temas que elige sino también por cómo los trata”. (Carrasosa, 2015, p. 59)

La presente investigación surge a raíz de que en el Perú la prensa sensacionalista ha llegado a ciertos extremos, fomentando que hoy en día se produzca un gran debate sobre la ética y la libertad, es así que en el argot popular ha sido denominada como “Prensa Chicha”, Higuera (2016) refiere que a la mayoría de los peruanos gusta y acepta el periodismo sensacionalista por sus contenidos los cuales son exagerados y poco profesionales, que son difundidos no solo por la televisión sino también a través de medios digitales.

Por otro lado, Lema (2011) refiere que el morbo también es una problemática que aqueja a la prensa escrita en el Perú dado que transmite un conjunto de actitudes negativas tales como el sufrimiento de las personas, aseveraciones en doble sentido, entre otras informaciones con contenido inapropiado.

La Ciudad de Ayacucho no es ajena a esta situación pues existe un medio de información escrito denominado “El Hoción”, el cual difunde contenidos con alto nivel de estilo amarillista, haciendo uso de poco criterio en la construcción periodística y con el único afán de lucro; los mismos que son consumidos por sus seguidores de *Facebook* pese a que brinda información falsa, resalta el morbo, incentiva la violencia y banaliza la vida social.

Por lo cual, más allá de un nuevo análisis de este fenómeno que ha sido ampliamente descrito desde su dimensión periodística, surgen una serie de interrogantes; dado que, si bien se conoce el contenido y el estilo de este tipo de prensa, no se entiende el por qué sigue en circulación y la razón de su acogida.

Por lo cual surge la principal interrogante de la investigación:

¿De qué manera la información que cumple con las características de “prensa amarillista” en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” se relaciona con el morbo de los seguidores en Ayacucho, 2018?

En este sentido, se planteó como objetivo principal:

Establecer la relación entre la información que cumple con las características de “prensa amarillista” en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” y el morbo de los seguidores en Ayacucho, 2018.

Los objetivos específicos son:

Identificar los indicadores del estilo amarillista en el *fanpage* en *Facebook* del diario “El Hoción” en relación a los contenidos negativos que son preferidos por los seguidores

Determinar los criterios en la construcción periodística del *fanpage* en *Facebook* del diario “El Hoción” en relación con los contenidos ocultos que provocan morbo de los seguidores.

La investigación es relevante dado que dará un aporte significativo en el desarrollo de próximos estudios que se encuentren enmarcados por el campo de las Ciencias de la Comunicación, enfocándose en la divulgación de información objetiva por medio de las redes sociales, a fin de capturar el interés del segmento dirigido.

El alcance de la investigación fue netamente la descripción de las variables y la identificación de la relación que existe entre ellas, con lo cual se podrá beneficiar directamente a la población, ya que al exponer el modo en el que la prensa amarilla

transmite una inadecuada información, los entes reguladores tendrán conocimiento y podrán intervenir.

b) La metodología de la investigación

La investigación es de enfoque cuantitativo, de tipo básica, nivel correlacional y diseño no experimental. La población estuvo constituida por el acervo de publicaciones desarrolladas por el diario “El Hoción” de forma semanal por medio de su *fanpage* de la red social de *Facebook*; además, la muestra estuvo compuesta por un promedio de publicaciones semanales del diario en mención.

c) La estructura de la tesis:

En el primer capítulo se ubica todo lo correspondiente al marco teórico, compuesto por los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y el marco conceptual; en el segundo capítulo se ubican a las hipótesis de la investigación, las variables y la definición operacional.

El tercer capítulo, está compuesto por la metodología de la investigación, tanto el diseño metodológico, diseño muestral, técnicas de recolección de datos, las técnicas estadísticas y los aspectos éticos. En el cuarto capítulo se muestran todos los resultados de la investigación tanto a nivel descriptivo como a nivel inferencial; en el quinto capítulo se ubican la discusión del estudio tanto del problema general y específicos; y, finalmente, se muestran las conclusiones, recomendaciones, fuentes de información y los anexos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. Antecedentes internacionales.

Veloz (2016), desarrolló la tesis *El periodismo sensacionalista en las noticias de Crónica Roja, desde la visión de los estudiantes del séptimo semestre de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil: caso diario Extra*. Esta tesis tuvo como objetivo realizar un análisis de la influencia de las noticias de Crónica Roja en los estudiantes en mención, tomando conciencia del uso ético del periodismo sensacionalista, para ello se basó en una investigación de tipo descriptiva, de campo, deductiva e inductiva; utilizándose como instrumento un cuestionario dirigido a 196 estudiantes. Obteniendo como resultados que existen diferencia entre el sensacionalismo y el amarillismo, siendo el primero el que informa con veracidad los hechos, mientras que el segundo adultera lo que ha pasado, además que el diario *Extra* maneja información de noticias de Crónica Roja, pero no lo hace de manera ética ya que manipulan los hechos. Esta tesis resulta importante debido a que se realiza un análisis de la diferencia existente entre el

amarillismo y el sensacionalismo en el Diario Extra, determinando su influencia de estos estilos en los estudiantes.

Montiel (2015), investigó para la tesis *Análisis de los contenidos periodísticos sensacionalistas que emiten los medios de comunicación impresos de la ciudad de Guayaquil*. La misma que tuvo como objetivo analizar los contenidos periodísticos sensacionalistas de los medios de comunicación impresos en la ciudad en mención, para ello se basó en una investigación de tipo exploratoria, descriptiva y de campo, utilizándose como instrumento un cuestionario dirigido a 384 personas de la ciudad de Guayaquil. Dando como resultado que existe aceptación regular en los contenidos que son difundidos en los periódicos, ya que la mayoría no son beneficiarios de los programas, por lo cual se emite poca información de educación y cultura, además que en el país existen programas de radio y televisión que utilizan el sensacionalismo periodístico, siendo un claro ejemplo la polémica de famosos. Esta tesis resulta importante debido a su gran aporte de los contenidos periodísticos sensacionalistas en Guayaquil, además del análisis del impacto que esto trae en los ciudadanos, ya que son ellos quienes aceptan dichos contenidos.

Franco (2015) desarrolló la tesis *Análisis del contenido comunicacional sensacionalista que se da en la red social Facebook para el desarrollo de una campaña de concienciación dirigido a los estudiantes de la facultad de comunicación social del sexto semestre paralelo 6-A1 de la carrera de comunicación social en la ciudad de Guayaquil*. El objetivo de esta investigación fue analizar la influencia que tiene la red social Facebook en la

modalidad de la carrera semestral de la universidad. Se utilizaron los métodos deductivo, inductivo, descriptivo y de campo. La técnica de recolección fue la encuesta y su instrumento, el cuestionario, el mismo que fue aplicado a 53 alumnos. Se concluyó que existe un alto involucramiento de los estudiantes a la red social *Facebook* sin ninguna restricción y con mucha facilidad, ocasionando así que estos se vuelvan difusores de información negativa, también conocido como la prensa amarilla.

Ramírez (2015) llevó a cabo la tesis *Las redes sociales y su impacto en la agenda mediática (el periódico y prensa libre)*. Universidad Rafael Landívar. Esta investigación tuvo como objetivo estudiar si los temas con mayor importancia y mencionado en el *Facebook* y *Twitter* impactan en la agenda de los medios de la comunicación impresos. La metodología empleada para tal fue de enfoque cualitativo, nivel descriptivo; en donde se emplearon los instrumentos de fichas de cotejo y el monitoreo. El autor llegó a concluir que los medios de la comunicación escritas impactan positivamente en las redes sociales ocasionando un instrumento bidireccional en la selección de los asuntos para la opinión de los usuarios. Este estudio permitirá orientar más a la presente y esbozarla de información.

1.1.2. Antecedentes nacionales.

Casa y Osorio (2017), desarrollaron la tesis *Influencia de la prensa sensacionalista escrita en la construcción de la agenda ciudadana en los lectores de Arequipa Metropolitana del 2016*. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. La presente investigación pretendió especificar las características del periodismo sensacionalista, enfatizando su influencia en

la creación de la agenda ciudadana en los lectores de mencionado departamento, por ello, su metodología se enmarca en un diseño no experimental de tipo descriptivo correlacional, que optó por examinar el contexto suscitado por medio de la aplicación de un cuestionario estructurado por 29 interrogantes a una muestra conformada por 400 lectores de diarios que deforman la realidad actual, indicando las implicancias del estilo sensacionalista empleado por los diarios en la transferencia de información, cuyos contenidos muestran prejuicios, antivalores, imágenes crudas, entre otros aspectos negativos, que desvirtúan la idoneidad de la información que impide acrecentar el bagaje cultural de los usuarios. La investigación citada constituye un precedente que expone los efectos de la prensa sensacionalista en tergiversar la información, generando la creación de percepciones equívocas en la sociedad impidiendo su enfoque en temas que ameriten su interés.

Rivera (2017) desarrolló la tesis *La banalización del periodismo cultural: Show mediático y contenidos culturales en la prensa escrita peruana*. Universidad de Piura. Esta investigación tuvo como objetivo principal demostrar que los periódicos de alcance nacional han reemplazado los contenidos culturales por temas de espectáculos, farándula y los hechos mediáticos. Para realizar este estudio se tomó una muestra de 674 artículos de los diarios El Comercio, La República y Perú 21. Su metodología se enmarca en un diseño no experimental de tipo descriptivo correlacional, se usó las encuestas para la obtención de datos. El investigador concluye que los medios de la comunicación escrita en el Perú en un porcentaje alto sólo

difunden hechos mediáticos que tienen una estrecha relación con la farándula y los chismes, esto representa un 49.3% de sus publicaciones, dejando de lado su objetivo principal que fue brindar una información valiosa para la sociedad.

Arévalo (2017), investigó para la tesis *Ética y televisión sensacionalista. Universidad San Martín de Porres. Lima*. El presente estudio tuvo como finalidad mostrar la carencia de ética ocasionada por el sensacionalismo expuesto en diversos medios de comunicación, por ello, su metodología contempla un diseño no experimental de tipo descriptivo que procedió a analizar el escenario por medio del análisis documental, confirmando el amarillismo en diferentes programas periodísticos, lo cual, repercute en difundir una cultura ética por mostrar imágenes como contenido superficial de la realidad vigente que imposibilita fomentar valores en los receptores, orientando a conductas inapropiadas que afectan el progreso de comunidades en conjunto. El estudio expuesto manifiesta la adopción de técnicas de comunicación inadecuadas por los periodistas en la transmisión de información que adolece de veracidad, mostrando conductas antiéticas, entre otros elementos desvirtuosos que impide la promoción de buenos hábitos.

1.1.3. Antecedentes locales

Gómez (2015) elaboró la tesis *La prensa ayacuchana y su relación con la toma de decisiones políticas en la alta gerencia del gobierno regional de Ayacucho en el 2013 – 2014*. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. Esta investigación tuvo como objetivo principal analizar y

comparar las informaciones que difunden los diarios en la ciudad sobre el desarrollo humano en la región. Orientado a ello presentó un enfoque cuantitativo y nivel descriptivo. Cabe mencionar que el estudio se desarrolló en la ciudad de Ayacucho, y se tomó como muestra a los diarios Correo y La Jornada. El investigador concluyó que: el diario Correo es el medio que difunde más información acerca del desarrollo de la región, pero con contenido sensacionalista o amarilla; mientras que, el diario La Jornada está muy poco interesado en la difusión noticias sobre el desarrollo de la región ya que presenta un mayor porcentaje de información sensacionalista.

Quisoroco (2015) desarrolló la tesis *Impacto de los medios de comunicación escritos en la percepción de la seguridad ciudadana en los habitantes del distrito de Ayacucho – 2015*. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. Este estudio tuvo como propósito principal determinar el impacto de los medios de comunicación en la percepción de la seguridad ciudadana de la población; por lo cual se tuvo como objeto de análisis a los medios de comunicación escritos que circulan en la ciudad, empleando así una metodología de enfoque cuantitativo, nivel correlacional. El autor llega a concluir que los medios de la comunicación que circulan en Ayacucho generalmente se caracterizan por ser una prensa sensacionalista o amarilla porque en sus publicaciones difunden noticias con alto contenido de violencia que influyen negativamente en la percepción de los lectores generando un sentimiento de temor e inseguridad.

Quispe (2015) llevó a cabo la tesis *Discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales*

2014. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga en Ayacucho. Esta investigación tuvo como objetivo analizar y describir los discursos que realizan los políticos en la prensa escrita de la ciudad en mención durante las elecciones del 2014. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo y nivel descriptivo, siendo la muestra de estudio las publicaciones y artículos de los medios de comunicación local. Los resultados mostraron que los medios de comunicación no tienen una responsabilidad social cuando difunden noticias ya que estos diarios manejan diferentes enfoques y tergiversan la originalidad de la información. El autor concluyó que el contenido difundido por la prensa locales es altamente sensacionalista, ocasionando así inseguridad, desconfianza, miedo e incomodidad en la población lectora.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. La prensa amarillista

La prensa amarilla nace en el siglo XIX, en Estados Unidos y Europa, junto con la masificación de la información, esto debido a la revolución de las masas que sintieron necesidad de estar más informados, entonces el periodismo se fue posicionando y convirtiendo en un negocio lucrativo, por lo que se fue adecuando a nuevos formatos, en esta competencia por ganar público es que nace “La prensa amarilla es aquella denominación que se le brinda a cierto tipo de periódico sensacionalista que concede excesiva importancia a los titulares de catástrofes e incluye fotografías e información detallada acerca de enredos políticos, crímenes, accidentes, temas amorosos, etc.” (Martínez-Salanova, 2008, p.102).

En este sentido se afirma que se ha convertido en una tendencia cada vez más creciente, incluso se vale de rumores que los publican como ciertos y en la exacerbación del morbo y destacan conductas que colindan con lo antisocial, al respecto Berti (2010) mencionó que:

...la prensa amarillista pretende mostrar noticias que ocasionen emociones, impresiones o sensaciones que direccionan la atención por aspectos insignificantes, prescindiendo su enfoque a asuntos cruciales que repercuten en la dinámica de su actividad, por ende, varios programas televisivos resaltan temáticas irrelevantes como la exposición de la vida privada de personajes famosos, con el fin de avivar el interés de la audiencia, impidiendo centrarse en aspectos que favorecen a su desarrollo profesional como al progreso socioeconómico de poblaciones sumidas aún en condiciones paupérrimas. (p. 43)

Cabe mencionar que la prensa amarilla no se encuentra enfocada en brindar contenidos de calidad; dado que el amarillismo es un proceso comunicativo que opta continuamente por redactar información tergiversada, lo cual, encamina a comprender la dinámica comunicativa desde la óptica de su demanda dirigida, en ese sentido, "...la prensa amarilla conforma un proceso interactivo que engloba una gama de oferta periodística, sistema político como diversos medios audiovisuales; por lo que es crucial analizar los elementos culturales, mediáticos, etc. que inciden en crear contenidos que carecen de idoneidad" (Berti, 2010, p.43).

Por otro lado, Saad (2012) aseveró que:

La prensa amarilla opta por deformar la información de una determinada noticia, procurando manipularla o inventar ciertas escenas engañosas que

tergiversan la realidad de los hechos suscitados, acciones que vulneran el principio de buena fe de la comunidad de lectores, con el fin de registrar importes económicos conforme con las metas previstas. (p.6)

Para Castrillo (2014) la prensa amarillista "...conforma una modalidad de transferir mensajes banales, exagerados e indecentes, con el propósito de crear sensaciones que ocasionen cambios en el estado de ánimo de la audiencia, que permita acrecentar sus rendimientos económicos producto de la labor comercial". (p.4)

Cabe mencionar que, "...una de las modalidades que tiene la prensa amarilla consistía en cargar sus primeras planas con sucesos policiales violentos, sexuales, chismes o cualquier tipo de información que tenga un corte sensacional" (Vargas, 2012, p.11).

Teoría de la aguja hipodérmica

El presente trabajo se relaciona con la "Teoría de la aguja hipodérmica", que nos permite entender la influencia que pueden ejercer la forma de presentar la noticia, lo cual tiene consecuencias en las reacciones del público. Boni (2008) reconoce, con crudeza, aquella teoría que realza las intenciones poco éticas, de los medios de comunicación:

El público de los medios de comunicación y los efectos que los medios de comunicación tienen sobre él (y sobre la sociedad, en general), son dos aspectos que siempre han estado en el centro del estudio sobre la comunicación de masas, unidos con frecuencia por una relación que, según la teoría predominante en un determinado período o contexto cultural, ha visto a los medios de comunicación introducirse lentamente, como una aguja

hipodérmica, en una masa informe e indistinta de individuos, manipulando sus comportamientos y decisiones; o bien como un agente de propaganda y de persuasión, cuyo efecto está, tal vez, “limitado” por la intervención de líderes de opinión... (p.205)

Esta teoría muestra la manera que los medios de comunicación pueden ser capaces de influir el comportamiento del público receptor, porque encontrará un estímulo en el mensaje presentado.

1.2.1.1. Estilo amarillista.

El estilo amarillista es aquel que se inclina a los contenidos que colindan con la “televisión basura” que han ido invadiendo o ganando espacios en todos los medios de comunicación, este estilo de acuerdo a Castrillo (2014):

Expone calificativos orientado al amarillismo como una gama de medios informativos que optan por enriquecer a su audiencia por medio de temáticas banales, mostrando una precariedad de valores éticos o vulnerando la regulación vigente, con el fin de avivar la curiosidad, activar una serie de sensaciones, incrementar los ingresos procedentes de las ventas concretadas de numerosos ejemplares, conllevando a mantenerse en continuidad. (p.2)

Cabe enfatizar que, el calificativo asignado al periodismo enfocado en mostrar unidades informativas irrelevantes y prejuiciosas pertenecen a un estilo amarillista.

Por otro lado, de acuerdo con Castrillo (2014) los motivos por los cuales se denomina que un diario presenta un estilo amarillista son los siguientes:

- a) Se denota por mostrar contenido sensacionalismo en un papel subrayado de amarillo o por manifestar titulares impresos en material de color amarillo.
- b) Enfoca su interés en expresar contenidos oportunistas, narrando el suceso de hechos correspondientes a los aspectos económicos, sociales como políticos de forma superficial e indefinida.
- c) Implica la invención de situaciones reales, transmitiendo escenas grotescas que prescinden de transparencia, lo cual, atenta contra la ética del profesional periodista que imposibilita conceder aportes significativos a la comunidad.

De esta manera, "...el sensacionalismo conforma una táctica empleada por diarios amarillistas en la publicación de una gama de contenidos que manifiestan temáticas antimorales e insignificantes, ocasionando diversas impresiones o emociones" (Castrillo, 2014, p.2).

Por otro lado, "...el estilo amarillista no solo tiene una sola modalidad de consumo. De hecho, el consumidor promedio de medios de comunicación establece diversas formas de relación con la información que recibe a través de los diferentes formatos gráficos y audiovisuales" (Macassi, 2005, p.8).

Ledo y Vasallo (2013) se refieren a podría darse el caso que las personas ya no se sientan atraída por este estilo e inicie:

El declive del amarillismo ocurrirá cuando la población relegue la importancia de diarios con contenido tergiversado del contexto actual, inclinándose por recabar información procedente de fuentes fiables, con el fin de culturalizarse

con temáticas veraces que corroboren a adoptar decisiones apropiadas en conformidad con la situación vigente. (p. 942)

Asimismo, el sensacionalismo se evidencia no sólo a través de la prensa escrita; sino también en la radio, televisión, internet y redes sociales, cuyo contenido revela una serie de imágenes o notas que infringen algunos derechos.

Respecto al estilo empleado en la redacción de relatos amarillistas, Ledo y Vassallo (2013) refieren que:

Se denota por medio de las declaraciones dadas por el protagonista del suceso, confesiones de testigos o documentos policiales, mostrando en sus escritos descripciones exageradas, conjeturas como narraciones ficticias que exponen en demasía aspectos negativos de cualquier acontecimiento, optando por destacar temáticas relacionadas a la farándula. (p. 944)

Adicionalmente, algunos periodistas se identifican con la escuela amarillista, aduciendo que la información emitida refleja una modalidad de representar la realidad sin decoros ni críticas, por ende, manifiestan la presencia de ética en el ejercicio de su labor periodística (Ledo y Vassallo, 2013, p. 944).

Berti (2010) asevera que este estilo de prensa responde a un público masivo, generando una gran audiencia, que:

En diversos diarios amarillistas peruanos, se pone en manifiesto la filtración del sensacionalismo en la transferencia de información seria en los medios radiales y televisivos, por ello, estas publicaciones desempeñan una doble función, dado que, corrobora en generar beneficios económicos por medio de su

adquisición por los lectores, además de visualizarse mediante los titulares que reflejan el ritmo habitual de la vida social, dado que, predomina una gama de imágenes que ocasionan diversas sensaciones acorde con las perspectivas concebidas por el público receptor. (p.43)

De esta forma, los diarios que exponen publicaciones amarillistas se convierten en herramienta orientada en entretener el pensamiento, exaltar a personas con determinadas cualidades físicas, ocasionar voyerismo, así como generar sensaciones satisfactorias en el público que optan por su adquisición frecuente.

Tabla 1.

Diferencias entre el amarillismo y sensacionalismo

Amarillismo	Sensacionalismo
Se orienta a efectuar alteraciones en los hechos acontecidos, procurando inventar situaciones ficticias que entretienen	Se orienta al empleo del melodrama en la redacción de sus escritos sin adular la fiabilidad de la información, con el propósito de generar impresiones o sensaciones
Se enfoca en crear publicaciones que muestren contenido falaz, optando por manipular una serie de información, a fin de conseguir rendimientos económicos por medio de su comercialización a adeptos con inclinación por las noticias redactadas, pese a prescindir de la verdadera ética del periodismo	Se enfoca en narrar los sucesos de forma picaresca en concordancia con las preferencias de la audiencia dirigida, procurando no inventar noticias falaces que denigren su actividad profesional

Fuente: elaboración propia, basado en Veloz (2016).

1.2.1.2. Las imágenes en la noticia:

Para Casas (2009) “Las imágenes en la prensa escrita tienen una gran importancia porque su empleo genera una impresión mental efectiva en el lector ya que producen efectos como la curiosidad, interés y humor”. (p.18)

En el mismo sentido, Acevedo y Orozco (2014) refieren que la imagen impresiona al público y es por ello que debe llamar la atención:

La incorporación de una imagen en un texto o en la portada de un periódico es una estrategia que usan los medios de la comunicación escritas para presentar el contenido de la información, para captar la atención del público lector y para que tengan mayor preferencia en una población de lectores. (p.4)

De manera que las imágenes que se difunden en un medio de comunicación tienen la finalidad de captar la atención del público; por lo cual mucho del contenido de la prensa amarilla muestra imágenes indecorosas con el único afán de generar más ventas.

En ese sentido “La prensa amarilla, conforma una modalidad de transferir hechos o acontecimientos por medio de imágenes impactantes que muestran hallazgos sangrientos, repercutiendo en la dignidad de las víctimas accidentadas, prescindiendo del respeto a los familiares” (Saad, 2012, p.3). Asimismo, dentro de su contenido también exponen información íntima de sujetos que carecen de practicidad de valores, redacción de relatos prejuiciosos, descripción superficial de los aspectos políticos, socioeconómicos, culturales, entre otros.

Desde la perspectiva de Saad (2012), se dilucida una gama de factores que convergen en desarrollar el sensacionalismo procedente de la prensa amarilla, destacando:

- a) Ausencia de garantías que certifiquen el desarrollo profesional de la labor periodística.
- b) Presencia de monopolios de diversos medios o concentración exclusiva de los mismos.
- c) Obstinación por conseguir una mayor audiencia, por medio de la propagación de información expedida por un diario específico, a fin de obtener creciente rating de circulación o sintonía.
- d) Celeridad en crear noticias que muestran un contenido diferente a la realidad actual, lo cual permita capturar el interés de un público numeroso que oriente a concretar los objetivos propuestos.

De ese modo, “una noticia reportada manifiesta prensa amarilla, cuando muestre imagen conjuntamente con textos que prescinden de adoptar una actitud reflexiva respecto a determinado hecho suscitado, enfocándose en transferir información que expresa argumentos no adecuados” (Saad, 2012, p. 11). Entre los cuales se encuentra contenidos prejuiciosos, fotografías pornográficas, temáticas relacionadas a la vida íntima de personas no eximes, imágenes extravagantes o generadoras de impresiones que vulneran lo expuesto por la normativa correspondiente a acontecimientos particulares, entre otros aspectos que denotan el comportamiento antiético e irresponsable de los periodistas.

Para Castrillo (2014), las imágenes:

Dentro de la prensa amarilla se infiere la ausencia de objetividad en la actividad periodística actual, cuyos contenidos exageran la información por medio de fotografías, titulares con mensajes subliminales, escenas morbosas o sangrientas, noticias de escándalos, entre otros textos que promueven comportamientos violentos, inequidad social como la muerte. (p.3)

El riesgo predominante del sensacionalismo, se enmarca en la proliferación de una gama de imágenes estrambóticas que circulan por medios digitales o redes sociales, siendo complementadas por argumentos vinculados a neutralidad, autenticidad como objetividad, no obstante, “los principios mencionados son vulnerados por el deseo de enfatizar de forma exagerada una información específica, a fin de registrar beneficios económicos redituables que propicien su continuidad” (Saad, 2012, p.4).

Cabe indicar que, los discursos mencionados anteriormente conforman regazos de la técnica tradicional del periodismo, cimentándose en determinados dispositivos tecnológicos como la cámara profesional de vídeo o fotografía, cuyas pruebas concedidas reflejan una realidad objetiva referente a un hecho específico. Por otro lado, “las imágenes emitidas conforman un material analizado, publicado e incluso mediado por el periodista que proporciona la fotografía” (Saad, 2012, p.5).

1.2.1.3. Información tergiversada

La información es tergiversada cuando no se muestra con objetividad, sino que se maneja de manera que sea atractiva para el público, al respecto Berti

(2010) mencionó que: “la prensa amarilla, conforma una tendencia enfocada en transmitir información que adolece de veracidad, enfatizando la violencia, el morbo, conducta antiética como hábitos indecorosos que afectan la vida social”. (p. 43)

Asimismo, Saad (2012) aseveró que:

Con el avance vertiginoso de la tecnología, la transferencia de las noticias acerca de hechos acontecidos se efectúa de forma inmediata, mostrándose por medio de diversas redes sociales sujeta al internet, es decir, en la brevedad posible diferentes periódicos digitales procuran difundir el acontecimiento reiteradamente, asimismo, se propaga mediante por medios radiales como televisivos (p.2).

Las publicaciones de informaciones, por medio de la prensa escrita han presentado una reducción en su circulación, razón por la cual muchos optaron por desaparecer. Por otro lado, Saad (2012) mencionó que:

A mediados de los años 90, se pudo evidenciar el florecimiento de una nueva modalidad periodística denominada prensa popular, dando inicio al apogeo del contenido amarillista, el cual, se orienta a divulgar diferentes sucesos antiéticos, conductas agresivas, voyerismo, entre otros aspectos que deforman la veracidad de los hechos, cuyo contenido pretende capturar el interés de sujetos pertenecientes a diferentes estratos sociales, a fin de acrecentar la cuantía de adeptos que corrobore a concretar los objetivos fijados en desmedro de los aspectos éticos que rigen la labor periodística. (p.2)

Cabe indicar que, los modelos tradicionales del periodismo muestran una situación en declive, puesto que, se denota una mayor celeridad en la

circulación de información por avances continuos de la tecnología, ameritándose un creciente dinamismo en generar contenidos transparentes que transmitan credibilidad en la audiencia, a fin de construir vínculos redituables con ellos, lo cual, corrobore a optimizar las utilidades.

Castrillo (2014) dice que: “El empleo del sensacionalismo en la información, constituye una táctica empleada por diarios amarillistas en la publicación de una gama de contenidos que manifiestan temáticas antimorales e insignificantes, ocasionando diversas impresiones o emociones”. (p.30)

1.2.1.4. Calificativos prejuiciosos.

El desarrollo de la actividad periodística implica acciones cabales, enmarcados en la comprensión de diferentes lenguajes verbales o escritos que permita transformarlos en narraciones apropiadas, las cuales, transmitan sensaciones favorables en el lector, dado que, manifiestan un comportamiento sensible ante la presencia de determinados relatos.

Del mismo modo Vega (2016) menciona que en este tipo de prensa se “destaca los titulares distorsionados, usa con frecuencia palabras violentas y prejuiciosas, no respeta códigos éticos, explota la desnudes femenina, entresaca de las noticias la morbosidad que implique a personas con cargos públicos”. (p.33)

De esta forma, Saad (2012) mencionó también que:

La prensa amarillista emplea un lenguaje que no tiene los filtros suficientes para que se use como información, solo se enfoca exclusivamente en difundir material respecto a la vida privada de personajes famosos, exagerar en

demasía situaciones, enriquecer el morbo por medio de la presentación de titulares escandalosos, así como, ocasionar un ambiente polémico insignificante que manifiesta una serie de deficiencias en el ejercicio de la labor periodística, cuyo objetivo prescinde de corroborar al bienestar de la comunidad en conjunto (p.3).

El empleo de un lenguaje vulgar es un instrumento necesario para la prensa amarillista porque "...es un medio para atraer el interés de una mayor audiencia, diferentes medios de comunicación, en especial la prensa escrita como la televisión, optan por propagar informaciones que dilucidan perjuicios e imágenes grotescas de las tragedias suscitadas a determinados sujetos" (Saad, 2012, p. 3).

En ese sentido, Saad (2012) aseveró que "en los diferentes diarios que optan por efectuar prensa amarillista, muestran en las primeras páginas del material, noticias con encabezados con términos inapropiados que transmiten mensajes subliminales" (p. 4). En relación a lo expuesto por el autor, se puede afirmar que las noticias son complementadas con imágenes exageradas de los cadáveres, lo cual, conforma una violación al principio de la dignidad humana, asimismo, infringen el respeto a los familiares de las personas afectadas en el accidente o asesinato.

Del mismo modo, y referente a la jerarquía de los medios de comunicación, Saad (2012) menciona que

La televisión se erige como un canal de información que rige las percepciones de otros, basándose en las imágenes que capturan el interés del público dirigido, pues prescindir de mostrar fotografías, imposibilita

desarrollar inferencias apropiadas referentes a los hechos acontecidos, generándose una serie de suspicacias que inciden en el comportamiento de la audiencia. (p. 5)

De esta forma, y según lo expresado por el autor se puede inferir que el internet se constituye en una herramienta que está sujeta a experimentar como lo sucedido con el fenómeno que fue la televisión y que repercutió en otros canales de comunicación, en caso de ocurrir, “se evidenciaría un dominio de las imágenes en relación con las narraciones escritas, ocasionando una serie de efectos nocivos que limitan el expresar un pensamiento coherente al respecto, imposibilitando una interacción apropiada de opiniones redactadas” (Saad, 2012, p. 6).

En relación a lo planteado anteriormente, Almuiña y Antón (2001) acotan que “la polémica, la descalificación se han convertido en ingredientes habituales en la cobertura de la información política. Los ataques a las personas, las denigraciones al contrario parecen resultar más eficaces que los mensajes positivos en torno a uno mismo” (p. 237). De este modo los autores hacen énfasis en las herramientas que utiliza la prensa para vender, condicionando su redacción a información que recalca las cosas negativas antes que las positivas.

1.2.1.5. Criterios de construcción periodística.

En la actualidad existen varias formas de presentar un mismo contenido hacia un público específico, considerando principalmente el caso de la prensa amarilla, el autor Vargas (2012) afirma que

Diferentes modalidades adoptadas por los diarios amarillistas, se enfocan en mostrar una gama de imágenes impactantes o estrambóticas mujeres impúdicas, muerte de personas masacradas, entre otros elementos acompañados con múltiples colores, adoptando un estilo particular que prescinde de transmitir formalidad en relación con el lenguaje castellano, por emplear en demasía términos vulgares, dado que, conforman un requisito crucial para atraer una audiencia considerable que corrobore a concretar las metas fijadas. (p. 8)

Del mismo modo, Bertil (2010) aseveró que “la prensa actual direcciona su interés en exponer información banal respecto a sujetos anónimos, entre otros individuos no protagonistas de periódicos que fomentan prácticas reflexivas, optando por redactar numerosas notas distorsionadas o deformes de su cotidianeidad” (p. 44).

Cabe resaltar que el sensacionalismo es representado como un fenómeno que se filtra en la prensa y que busca transmitir seriedad a través de los medios televisivos y radiales, siendo sus lectores habituales sujetos no pertenecientes a los estratos sociales más bajos, es decir, muestran vinculación con la temática expuesta en las publicaciones, situación que indica la ausencia de un modelo de marginalidad orientado a una sociedad con menor instrucción.

Asimismo, “los diarios que exponen contenido amarillista engloban diferentes aspectos no mostrados en otros periódicos, destacando la función lúdica preferida por numeroso público” (Berti, 2010, p.44). Por tanto, los lectores que optan por adquirir los diarios que distorsionan o exageran los hechos presentan las siguientes características:

- a) Inclinación por contenidos que transmitan un excesivo entretenimiento, pese a manifestar información que adolece de transparencia.
- b) Preferencia por aspectos que infringen la ética como la moralidad, mostrando una actitud deslindada de certificar la transparencia de los hechos o acontecimientos expresos en las publicaciones.
- c) Opta por compilar información que manifieste un contenido con lenguaje coloquial.
- d) Selección de publicaciones de acción, relegando información que requiere una actitud con mayor análisis, a fin de recrear su mentalidad.

Del mismo modo, Ledo y Vasallo (2013) hacen un análisis del periodismo amarillista y mencionan que

El amarillismo o sensacionalismo se erige como un problema que expone un acervo de temáticas orientadas a ocasionar asombros e impresiones, mostrando hechos en su mayoría irreales, dado que, procuran en todo momento armar historias que impacten en la comunidad, con el propósito de mantener una cuantía de adeptos. No obstante, conforma una herramienta que vulnera la propia ética de los periodistas que optan por crear narraciones sangrientas, crudas, falaces y antiéticas, las cuales, fomenta comportamientos destructivos en la comunidad. (p. 941)

La credibilidad de la información expresada por el medio de comunicación se deriva de la ética mostrada por el grupo de profesionales

de periodismo pues certifica su ideología, cultura o arte en redactar los sucesos acontecidos de forma periódica.

En ese sentido, Berti (2010) infiere que “se promueve la cultura de horizontalidad como de trasgresión, reflejándose en el incremento de comunidades que optan por adquirir publicaciones amarillistas, cuya procedencia concierne a diferentes estratos sociales, diversos grados de instrucción, entre otros aspectos sociales” (p. 45).

1.2.1.5.1. Mostrar fotografías.

Una de las formas más eficientes de llegar al público, es a través de las imágenes, en concordancia a esa afirmación Fernández, Revilla y Dávila (2018) acotan que “dentro de los componentes inmersos en la prensa amarilla se encuentra la exposición de imágenes morbosas o grotescas, que muchas veces causa el disfrute de sus seguidores” (p. 16). En ese sentido, es posible afirmar que el amarillismo se vale de imágenes que generan morbo para vender su propuesta informativa.

Con respecto al mismo tema, Almuiña y Antón (2011) mencionaron que “muchas veces en los diarios existen indicios claros de un sesgo sensacionalista de la información, como la falta de respeto a la presunción de inocencia o el tratamiento fotográfico adjudicado a los menores de edad” (p. 22).

Respecto a ello, el Consejo Nacional de Televisión (2015) mencionó que “Si bien los medios de comunicación son empresas lucrativas que buscan generar ingresos, no se debe incurrir en el uso de imágenes de

personas en las que se atente contra su dignidad humana y las convierta en meros productos mercantiles” (p. 37). De esta manera, es posible inferir que las empresas que recurren al amarillismo como herramienta para informar, pierden sus valores morales al ver a las personas como simples objetos mercantiles.

1.2.1.5.2. Lenguaje empleado en la redacción.

Otro de los aspectos a recalcar en torno a la comunicación que existe a través de los medios es el lenguaje que se usa para transmitir la misma, respecto a eso, Torrico (2014) comenta sobre la prensa amarillista y menciona que esta clase de “prensa se alimenta de asuntos próximos a la colectividad, extraídos de su cotidianidad y por tanto de mayor realismo; su lenguaje es coloquial, sencillo e incluso a veces vulgar” (p. 3).

En relación a lo anteriormente expuesto, Almuiña y Antón (2011) refirieron que

Por lo general, cuando una situación no se muestra un tanto comercial se recurre al uso de recursos que lo hagan parecer más atractivo. Es por ello que realizan una serie de tratamientos a la información, de tal forma que la hagan mucho más atractiva para el público tales como: la selección de argumentos o detalles destacables como el lenguaje, las imágenes y testimonios empleados para su narración, edición para aumentar las características de una prensa que carece de veracidad, poniendo de esa manera un mayor “color, carga emotiva y expectación a hechos que de ser narrados de una manera objetivamente plana nos dejarían bastante fríos”. Representando de esa manera una táctica, que se identifica plenamente con el amarillismo de una prensa. (p. 69)

Es así que el autor hace hincapié en los recursos que utiliza la prensa amarilla para lograr su objetivo, evidenciando sus práctica, táctica y metodología usada para lograr dicha finalidad, en relación a lo antes expuesto es que el Consejo Nacional de Televisión (2015) acota que “la prensa tiene que tener mucho cuidado con el lenguaje que emplea dado que puede contrariar una situación e incluso conllevar a catástrofes” (p. 17).

1.2.1.5.3. Fiabilidad de las fuentes.

Se entiende que las fuentes de una noticia tienen que ser confiables, esto para que la credibilidad sea el sustento más importante del medio que presenta dicha noticia, correspondientemente Calvo-Porrall, Martínez-Fernández y Juanatey-Boga (2014) mencionan que “la credibilidad es considerada como la característica de las fuentes emisoras que hace que los mensajes asociados sean más creíbles” (p. 25).

Del mismo modo, Almuiña y Antón (2011) atribuyen que “Los sucesos han sido y son utilizados por los medios de comunicación para vender más o para aumentar sus audiencias, atraer más publicidad e incrementar sus beneficios” (p. 214).

Por lo antes expuesto es que el Consejo Nacional de Televisión (2015) considera que “es importante que los medios proporcionen citas claras y rigurosas de las fuentes de información, las mismas que deberán ser detalladas, precisas, probadas y contrastadas para no caer en vacíos”. (p. 20). De esta manera se hace énfasis en tener el detalle preciso de las fuentes que se utilizan, ya que los usuarios de la información deberían ser capaces de poder contrastar la veracidad de la misma de manera oportuna y eficiente.

1.2.1.5.4. Temática de los relatos.

En cuanto a la temática de los relatos inmersos dentro del estilo amarillista es importante recalcar que estos se asientan en noticias rodeadas de eventos que llaman mucho la atención por su contenido explícito y contundente, en relación a eso Torrico (2014) señala que este tipo de prensa “generalmente se encuentran basados a casos de asesinato, suicidio, accidentes de cualquier tipo, hallazgo de cadáveres, secuestros, abusos de autoridad o romances escondidos, entre otros” (p. 4). A la espera de una mayor captación de seguidores o audiencia.

En relación a lo anteriormente planteado, Almuiña y Antón (2011) aluden que “impelidos por el objetivo de maximizar audiencias y beneficios, los medios descubrieron bien pronto que los relatos sobre sucesos, crímenes, catástrofes y otras desgracias resultaban especialmente eficaces para captar y retener la atención de la opinión pública” (p. 216). De esta manera los autores hacen énfasis en la eficacia de esta clase de noticias para llamar la atención de los espectadores y mantenerla, de tal manera que algunos medios suelen recurrir frecuentemente a este tipo de noticias y suelen sustentar su oferta informativa en eso.

Cabe mencionar que “mucho del contenido de la prensa amarilla es realizada respondiendo a una cultura popular fascinada con el melodrama de folletín, el sensacionalismo y la novela rosa” (Pujals, 2014, p. 220).

1.2.2. Morbo.

Es algo que resulta atractivo desde el punto de vista de muchas personas y que estimula la curiosidad de las mismas, su contenido puede resultar desagradable, sin embargo, es atrayente y su propagación suele ir en contra la moral concreta. En ese sentido, para Ananías y Vergara (2016) el morbo se define como

Un término que describe con detalle los hechos de la violencia y otros acontecimientos similares que generan impactos negativos en un grupo de lectores. El morbo en otros términos son los titulares escandalosos y superficiales que transmiten exclusión. Es utilizado como noticia para hacer sobreexposiciones de imágenes, noticias y audios inadecuados. (p. 8)

De acuerdo a la perspectiva de Schneider (2010) el “morbo se puede ver como el interés malsano por personas o cosas y la atracción hacia acontecimientos desagradables” (p. 3). Por lo cual resulta muy común que el morbo se encuentre asociado con dos objetos privilegiados que son: el sexo (principalmente asociado a las parafilias y las perversiones) y la muerte (con sus semánticas posibles, la violencia, lo degradado, entre otros).

Por su parte, Fernández, Revilla, y Dávila (2018) hablan del morbo y menciona que

El morbo engloba un conjunto de actividades que simbolizan todos los aspectos negativos que ocurre en nuestro entorno. Está relacionada a las escenas que tienen un alto contenido inadecuado que generan un impacto en la psicología de una población, de un grupo de lectores o seguidores. Es información que difunde los accidentes, muertes, hechos terroristas,

asesinatos, las catástrofes y otros sucesos. Asimismo, es la difusión de contenidos que tienen una relación con enfermedades, escenas fuertes donde se observan cuerpos heridos y escenas sangrientas. (p. 11)

El morbo se interpreta como un apasionamiento o un interés alto de degustación de los hechos negativos y destructivos. Se expresa como una preferencia por temas que tienen contenidos llenos conflictos entre las personas de un grupo social, preferencia por las escenas de destrucción o los desastres, degradación, entre otros afines. También se define como “el interés de averiguar acerca de los temas negativos y por muchos actos similares que se dan en nuestra sociedad que generalmente son difundidos por los medios de la comunicación escrita o audiovisual” (Fernández, et al., 2013, p. 11). Es un tema muy particular en los medios de la comunicación, especialmente de la televisión ya que a través de él se difunde este tipo de información ya sean ficticias o reales con el único objetivo de atraer un mayor número de espectadores y seguidores.

Teoría de la Capacidad Vicaria

Esta teoría se sustenta en el aprendizaje vicario o aprendizaje por imitación y se basa principalmente en el proceso cognitivo de imitación que un individuo desarrolla desde muy temprana edad. Es así que es posible afirmar que los televidentes de determinada clase de contenido se vean influenciados por lo que este expone y que a partir del mismo puedan generar una concepción que esté ligada a la forma como se ha expuesto en dicho medio. En ese sentido, Bandura (2007) menciona que

Los seres humanos han desarrollado una capacidad avanzada para el aprendizaje observacional, dado que les permite ampliar sus conocimientos y habilidades rápidamente a través de la información logrando así el aprendizaje cognitivo y afectivo a partir de la experiencia directa; observando las acciones de las personas y sus consecuencias para ellas. Sin embargo, una gran cantidad de información sobre valores humanos, estilos de pensamiento, y los patrones de comportamiento se obtienen de la extensa modelación en el entorno simbólico de los medios de comunicación. En el transcurso de su vida cotidiana, las personas tienen contacto directo con solo un pequeño sector del entorno físico y social, trabajan en la misma configuración, recorren las mismas rutas, visitan los mismos lugares y ven el mismo conjunto de amigos y asociados. En consecuencia, sus concepciones de la realidad social son grandemente influenciadas por las experiencias indirectas; es decir, por lo que ven, oyen y leen sin correctivos experienciales directos. En gran medida, las personas actúan sobre su imagen de la realidad y cuantas más imágenes haya, mayor será su impacto social. (p. 265)

Se puede decir entonces que, los medios de comunicación de alguna manera establecen influencia en el comportamiento de las personas, es decir, que a través del contenido que se presenta en los diversos medios es posible que el comportamiento, opinión y sentir de las personas se vea influenciadas de manera significativa, de tal manera que su impacto a nivel social es sumamente relevante y conciso.

Teoría de Goranson

Esta teoría alega que los medios de comunicación tienen el poder de influenciar y afectar las sanciones percibidas. Es decir, que los medios pueden mostrar acciones agresivas y estas tienen a disminuir la contención de dicha una conducta agresiva en el público en general. Contextualizado en ello, Bandura (2007) menciona que

El comportamiento transgresivo está regulado por dos fuentes principales de sanciones: sanciones sociales y auto-sanciones interiorizadas. Ambos mecanismos de control funcionan anticipadoramente. En los motivadores derivados de las sanciones sociales, las personas se abstienen porque anticipan que tal conducta les traerá consecuencias adversas. En motivadores derivados de auto-sanciones, las personas se abstienen de transgredir porque tal conducta dará lugar a un auto-reproche. Las representaciones de los medios pueden alterar las sanciones sociales percibidas. Por ejemplo, la agresión televisada a menudo tiende a debilitar las restricciones sobre la conducta agresiva. En representaciones televisadas la discordia humana, física, la agresión es una solución preferida a los conflictos interpersonales; es aceptable y relativamente exitoso y es sancionada socialmente por superhéroes triunfantes. Tales representaciones legitiman, hacen glamour y trivializan violencia humana. (p. 270)

1.2.2.1. Contenidos negativos del morbo.

El morbo como tal, es una herramienta que es utilizada por ciertos medios de comunicación que buscan que sus ventas se vean aumentadas significativamente en relación al tipo de información que presentan y cuyo

contenido va de la mano con noticias que buscan exacerbar la impresión del público y suele sustentarse en detalles que podrían ser considerados de origen dudoso y de gran contenido explícito, en ese sentido y según Fernández, et al. (2018) el morbo

...es un término que se puede interpretar en varios contextos. Muchos autores generalmente lo relacionan con contenidos negativos como los accidentes que ocurren en nuestro entorno cotidiano, desastres naturales o provocados, hechos o atentados terroristas, asesinatos o los crímenes, secuestros, violaciones, torturas, guerras y todos los tipos de violencia (p. 2).

En relación a lo expuesto, es factible afirmar que el morbo hace que los medios de comunicación difundan noticias sin ética, priorizando la cantidad de “noticias” que da, más no la calidad, dejando de lado las fuentes confiables, la información veraz y el análisis imparcial que toda noticia debería tener.

Consecuentemente, es posible afirmar que el sensacionalismo se sirve del morbo para generar interés en su público objetivo y de esta manera vender más, es decir, que prefieren vender a costa del contenido que presentan. En ese sentido Balboa (2010) menciona que

El periodismo en nuestro medio se caracteriza por difundir morbos en las informaciones o publicaciones, esto se hace para dar más interés a los temas sensacionalistas, por ejemplo, las publicaciones que se realizan en la primera plana noticias sangrientas, asaltos, asesinatos, catástrofe, entre otros generalmente redactadas en términos populares redactadas en letras grandes o resaltados de colores para llamar la atención de sus lectores, generalmente transiten informaciones negativas. (p. 4).

En la actualidad el morbo es un tema que se difunde con mucha facilidad en los periódicos ya que las noticias difundidas en su mayoría son negativas, esta situación sucede en la prensa amarillista y es descrita por Rodríguez (2011) quien acota que “Es usado para difundir información sobre temas con contenido violento en todas sus modalidades y relacionados a la delincuencia” (p. 15).

Muy aparte de la violencia mencionada anteriormente, hay otros factores que influyen en la presentación de contenidos por parte de la prensa y que forman parte del morbo presentado, en ese sentido, Torrico (2014) mencionó al respecto que

El morbo presenta una combinación de factores, que son aplicados generalmente en casos de asesinato, asalto, robo, suicidio, vandalismo, violación, pelea, agresión, uso de armas de fuego, etc. Asimismo, se aplica a accidentes cual sea el tipo, hallazgo de cadáveres, secuestros, muertes naturales, intentos frustrados de robo o asesinato, abusos de autoridad o romances escondidos, etc. Con el objetivo principal de captar una mayor cantidad de audiencia. (p. 5)

Es así que el autor hace énfasis en la necesidad que tiene cierto sector de la prensa por presentar este tipo de contenido ya este se convierte en su único sustento de presentación de información, esto a raíz del morbo que presentan y que se convierte en su principal instrumento para aumentar la cantidad de audiencia que tienen.

1.2.2.1.1. Accidentes.

Otra de las herramientas que utiliza la prensa que recurre a este tipo de información sensacionalista es la de presentar contenido altamente explícito, que señale la realidad mostrando más de lo que es socialmente aceptado, considerando que “La atención por lo negativo, lo sensacionalista, el sexo y la violencia, incluso en periódicos de calidad (aunque aquí más sutilmente) satisface la retórica de las emociones que también conocemos a partir de los informes de accidentes, catástrofes, desastres y crímenes” (Almuiña y Antón, 2011, p. 216)

Por lo antes expuesto el Consejo Nacional de Televisión (2015) consideró que no se debe de transmitir imágenes de contenido muy explícito con respecto a accidentes aseverando que “es recomendable no transmitir imágenes de cadáveres o primerísimos planos de damnificadas/os y heridas/os, dado que exponen intimidades, vulnerando derechos e intensifican el aspecto dramático y no informativo del acontecimiento” (p. 35).

En relación a lo expuesto anteriormente, los autores Parra y Domínguez (2009) mencionaron que “está muy arraigada la ideología profesional de que las malas noticias son buenas noticias, por lo que se consideran noticiables por excelencia las informaciones referidas a masacres, accidentes, conflictos y todo aquello que constituye una disfunción dentro del sistema social”. (p. 32). De esta manera los autores hacen énfasis en la necesidad que tienen los medios de comunicación de exhibir ciertas escenas fuertes con la finalidad de generar un impacto significativo en los

usuarios y de esta manera no perder vigencia con respecto a sus competidores.

1.2.2.1.2. Desastres.

El morbo se encuentra ligado de alguna manera a acontecimientos o sucesos trágicos, por lo cual los ciudadanos buscarán de manera inevitable estar informados consumiendo así más medios. De esta manera, Almuiña y Antón (2011) acotan que muchas veces el contenido comunicacional se descubre delimitado “entre los cuales se encuentra las catástrofes naturales o provocada, inundaciones, incendios, fuga nuclear, calentamiento global, seguía, vertidos tóxicos, etc.” (p. 221).

Del mismo modo, es importante recalcar que la principal problemática en referencia a la presentación de eventos relacionados a diversos desastres dejando de lado el contenido temático y dando más importancia al tratamiento del contenido.

Al respecto, Consejo Nacional de Televisión (2015) menciona que “la transmisión de imágenes de individuos durante o al instante de ocurrida una situación de desastre resulta ser un acto indecoroso, lo cual estaría vulnerando sus principales derechos” (p. 36). De esta manera se deduce que la prensa debe buscar que salvaguardar el derecho de los principales involucrados, sin embargo, esa es una situación que pocas veces se da, esto en respuesta a la necesidad que tienen los medios de presentar noticias y mantener la atención de su público la mayor parte del tiempo posible.

1.2.2.1.3. Hechos terroristas.

En la sociedad actual muchas veces se desarrollan diversas situaciones que generan de una u otra manera tensión y conflictos; productos de la presión de factores como el terrorismo, la discriminación, la xenofobia, etc. Resulta de mucha importancia que “en estas circunstancias, los medios de comunicación defiendan los valores de la democracia y el respeto a la dignidad humana” (Consejo Nacional de Televisión, 2015, p. 12).

En relación a lo anteriormente mencionado, Almuiña y Antón (2011) mencionan que

Los temas relacionados al terrorismo son considerados para la prensa como un asunto demasiado rentable; ya sea desde la perspectiva económica o informativa; por lo cual muchas veces se recurre al empleo de recursos dramáticos y que generen una mayor tensión generando que los seguidores estén a la expectativa de dicha noticia. (p. 219)

Por su parte Parra y Domínguez (2009) acotan que “...mucho del contenido que se emiten en diarios amarillistas buscan generar una sensación de terror y eso causa sus efectos psicológicos en las personas” (p. 48). De esta manera los autores muestran las sensaciones psicológicas a las que se les expone a los usuarios de los medios de comunicación y los posibles efectos que se pueden lograr haciendo esto.

1.2.2.1.4. Asesinatos.

Continuando con la tendencia mostrada anteriormente, es posible afirmar que el morbo se alimenta de sucesos que desde diferentes

perspectivas podría considerarse como trágico, es así que el morbo que se exhibe a través de los asesinatos es un material sumamente interesante para la prensa que se sirve del sensacionalismo y que lo utiliza como principal instrumento de llegada al público.

En relación a lo mencionado Schneider (2010) encuentra que lo relacionado “a la atracción de las personas por las escenas de muertes, asesinatos, violencia o lo degradado. El ojo morbosos se entromete en la privacidad y examina lo que no debe y convierte en público un acto privado” (p. 3). Es decir, que existe una atracción (curiosidad) natural de las personas con respecto a este tipo de temas y que dicha curiosidad muchas veces es explotada de manera indiscriminada por los medios y su afán de tener más llegada al público.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, Fernández, Revilla, y Dávila (2018) consideran que los componentes del morbo están definidos por

Las imágenes con contenido violento, dado genera una mayor atención por parte del público, pues representa un tema reprobable en la sociedad y porque muchas veces se suele exhibir situaciones de dolor y sufrimiento; siendo así un elemento que motiva el morbo. (p. 15)

Al respecto, Toledano y Ardévol-Abreu (2013) mencionan que “la redacción de una noticia debe ser siempre realizada con la máxima sensibilidad a las emociones y miedos de la audiencia, sobre todo cuando las historias se adentran en la muerte, el sufrimiento humano o la angustia”. (p. 198). Con esto los autores acotan que el redactor de las noticias debe tener en consideración las emociones (en general) de los usuarios de su

contenido y que debe cuidar el mismo cuando este toque temas cercanos a la muerte, sufrimiento en general o situaciones similares.

1.2.2.1.5. Secuestros.

Otro de los eventos que suele ser recurrente dentro del ámbito del sensacionalismo es el de los secuestros, ya que estos despiertan el morbo y curiosidad de las personas de tal manera que es un instrumento sumamente potente para incrementar la audiencia, en ese sentido y según lo expuesto por Almuiña y Antón (2011), otros de los componentes del morbo son los actos de violencia y agresión externa tales como “conflictos bélicos (o su riesgo), terrorismo (atentados, secuestros, utilización de armas químicas: ántrax o ébola), inseguridad ciudadana (bandas callejeras, psicópatas, asesinos)” (p. 219). Es así que los autores hacen énfasis en aquellos eventos que pueden ser utilizados por parte de la prensa para captar la atención del público y que no son más que manifestaciones de violencia y agresión hacia otras personas.

Al respecto el Consejo Nacional de Televisión (2015) estableció que “los hechos relacionados a los secuestro o tragedias deben ser tratados con la máxima delicadeza, de tal modo que se respete en dolor de los allegados y no se vulnere la imagen de los afectados” (p. 15). Dejando en claro que este tipo de temas son sumamente delicados y que deben ser tratados como tal y no como simple información susceptible al morbo público.

Del mismo modo, Parra y Domínguez (2009) mencionan que “las manifestaciones de violencia son representadas desde la visión mediática, tienen repercusiones significativas en el ámbito de la población que se

siente temerosa, indefensa, en riesgo de ser víctima de un hecho delictivo” (p. 37). Es así que los autores hacen énfasis en el poder que tiene la prensa como medio de comunicación y como es que esta influye en las personas y sus decisiones cotidianas en referencia a la seguridad, sociedad, etc.

1.2.2.2. Contenidos ocultos del morbo.

Utilizar el morbo como medio de comunicación puede resultar muy útil si de llamar la atención se trata, sin embargo, hay ciertos aspectos del morbo que pueden ir en contra de la dignidad de las personas y otros que van en contra de la ética al comunicar y que de igual manera son mostrados por algunos medios, en ese sentido Fernández, et al. (2018) menciona que

El morbo existe porque tiene contenidos ocultos como exposición de fotografías sin censura que atentan contra la dignidad de las personas y los temas muy relacionados a la intimidad como la pornografía. También hay otros autores que lo vinculan con temas íntimos o acordes a la sexualidad que se interpreta como una curiosidad sexual hacia las cosas ocultas y prohibidas. Este es más visible en los programas de televisión y en especial en la farándula con los personajes públicos, donde se muestra un interés desmedido de las personas hacia su vida privada de estos personajes y así también se da en los medios escritos. Es por ello que el morbo está muy relacionado con el interés a cosas de horror, lo negativo y hacia los actos enfermizos como la pornografía; así como también al interés por los temas relacionado a las guerras, represiones o torturas. (p. 2)

Haciendo hincapié a lo mencionado por el autor, es necesario acotar que la exposición de vidas ajenas también es un medio recurrente en la presentación de contenido y que fomenta el morbo de las personas, esta es

una herramienta muy usada por los medios y que suele ir acompañada de rumores, habladurías, etc.

Del mismo modo, es posible mencionar que el morbo está estrechamente ligado al rol de los medios de la comunicación, ya que es un elemento principal de influencia y captación de una mayor cantidad de lectores. Por su parte, Fernández, et al. (2018) acota que gran parte de la exhibición en los medios “Se relaciona con temas que tienen un alto contenido de información nociva que en ocasiones se vuelven atractivas para la población, un ejemplo de ello es la transmisión de información que atenta contra la dignidad de las personas” (p. 9). En ese sentido, el morbo es un mecanismo elemental para incrementar los niveles de audiencia y lectura masiva de los medios de comunicación.

Para Lema (2011) el morbo es entendido como

Una enfermedad moral que tienen las personas relacionados a su psicología que puede estar relacionado con asuntos sociales, deseos, curiosidades y atracciones por los sucesos diversos, también se define como una atracción malsana que tiene el hombre por asuntos que ocurren en su entorno (p. 8).

El morbo, de acuerdo al autor, es una atracción insana que presenta un individuo por noticias y sucesos de su entorno, que deja la moral de lado y da paso a la propia curiosidad por hechos que son ajenos a su propia realidad. Del mismo modo, Gutiérrez, Rodríguez y Camino (2010) mencionaron que

El morbo es un estilo utilizado por los medios de comunicación escrita y audiovisual para difundir sus publicaciones o noticias ya que tienen una

estrecha relación con el sensacionalismo que los hace atractivos para la audiencia si se trata de medios radiales, televidentes y por los lectores. (p. 16)

En la actualidad el morbo es un tema muy importante para los medios de la comunicación porque su empleo en la información escrita impacta positivamente en el volumen de ventas, en consideración a esto, Redondo (2011) reflexiona que “se ha ido convirtiendo en el recurso principal de los medios para aumentar y diversificar su preferencia en el mercado ya que se vuelve más atractiva y de mayor interés para el público lector” (p. 90).

1.2.2.2.1. Exposición de fotografías sin censura.

En ciertas ocasiones los medios suelen presentar imágenes consideradas fuertes a nivel social, pero sin censura, esto con la finalidad de llamar la atención de sus usuarios y público en general, pasando por encima de ciertos aspectos éticos y morales con tal de aumentar sus ventas en un determinado momento. En relación a eso, el Consejo Nacional de Televisión (2015) mencionó que

Las imágenes de dolor de alguna manera no suelen ofender o angustiar a las víctimas o familiares que permitieron la grabación, pero pueden perturbar o angustiar a parte de la audiencia. Por lo cual resultará de suma importancia que los profesionales de periodismo tengan en consideración aspectos éticos y emplear filtros adecuados para de esa manera no caer en el morbo. (p. 27)

Por otro lado, Almuiña y Antón (2011) hacen un análisis de la situación anteriormente descrita y mencionan que “Muchos de los diarios en circulación pese a la existencia de las prohibiciones en cuanto a la exhibición

de la identidad de menores y escenas no aptas para el público en general no vienen respetando ello” (p. 31), vulnerando de esa manera la dignidad de las personas afectadas.

Acerca de lo señalado en el punto anterior, Martínez-Salanova (2008) alude que

La población presenta una mayor atracción por temas relacionados con la violencia no solo por su especular sino también por la atracción que siente sobre los relatos e imágenes “reales” que brindan los medios de comunicación (agresiones, muertes, cadáveres, escenas sangrientas, etc.).
(p. 29)

1.2.2.2.2. La pornografía.

Otra de las características propias del morbo se da a través del goce por la exposición de los temas relativos a la sexualidad. “El tratamiento morboso de la noticia tiene, por lo tanto, un objeto más para trabajar, para impactar en la sensibilidad de sus públicos. La intimidad y la privacidad, lo obscuro, se convierte una vez más, en objeto privilegiado del morbo” (Schneider, 2010, p. 8).

Por su parte, Fernández et al. (2018) habla de esta situación y alude que “las escenas sexuales solo serían morbosas si son violentas u ocultas, mientras que las escenas de violencia casi siempre morbosas o vistas como morbo, es decir, pueden ser disfrutadas patológicamente por su horror o generar angustia y malestar” (p. 3). De esta manera el autor reseña

el impacto que tienen el tipo de escenas inicialmente mencionadas y como estas pueden llegar a alimentar el morbo de las personas usuarias del medio de comunicación y también de potenciales usuarios.

Consecuentemente, Najarro y Páez (2017) hablan de la evolución del morbo en el tiempo y mencionan que

Con el pasar de los años, el morbo ha ido evolucionando de acuerdo a las adaptaciones que se desarrollaron en la sociedad, para de esa manera pueda seguir existiendo. El morbo es un interés malsano, por situaciones que impliquen muertes, chismes, actos sexuales o pornográficos, etc. (p. 6)

De esta manera, los autores enfatizan que junto a la evolución de la sociedad se ha visto una evolución del morbo dentro de la misma, es decir, que ha habido una especie de adaptación del morbo a las nuevas costumbres sociales y este es usado a través de distintas situaciones que son claves para su desarrollo.

1.2.3. Redes sociales

Las redes sociales son un importante instrumento de comunicación a nivel mundial, que ha eliminado barreras de comunicación y ha dado pie (en muchos casos) a la democratización de la información, al respecto Torrico (2014) menciona que

Si bien es cierto, hoy por hoy lo que varía en los espacios de radio o televisión, lógicamente por razones de la naturaleza, es que los elementos gráficos que antes permanecían estáticos ahora son audiovisuales o sonoros, los cuales brindan mayores facilidades gracias a la tecnología por su inmediatez o

simultaneidad de las transmisiones, la narración desde el lugar de los hechos o los testimonios en la voz e imagen de los protagonistas (p. 3)

Dentro de los medios electrónicos actuales se hace presente las redes sociales, que no son más que espacios electrónicos en los que las personas publican, comparten y obtienen información de distinta índole, desde la información más personal hasta la profesional. En estas redes suelen estar personas que no se conocen entre sí, sin embargo, la información referente a dichas personas es de fácil acceso.

Respecto a ello, Hütt (2012) explica la Teoría de los Seis grados expuesta por el Watts en el año 2003, que se refiere a que

La gran parte de los individuos presentan una relación directa con cerca de 100 personas. Las cuales se van sumando o restando con el pasar de los años, consolidando de esa manera una lista con 100 a 200 personas, si por ejemplo esos 100 contactos nos presentaran a los 100 contactos con los cuentan cada uno, entonces la lista anterior iría incrementando de manera exponencial. Si en un primer momento teníamos 100 contacto, y cada uno de ellos nos presenta a los contactos con los que cuenta, la lista que tendríamos sería de 10000 personas y así sucesivamente hasta llegar a nuestro sexto nivel, con un total de 1 billón de personas (un millón de millones). Teniendo en consideración ello unas personas cualesquiera tendrían la posibilidad de conocer a cualquier otra persona del mundo mediante su red de contactos. (p. 4)

Es así que si bien hoy por hoy las redes sociales han generado una transformación en el mundo ha traído consigo una serie de herramientas que han permitido integrarnos dentro de una cadena que presenta como características ser efectiva y dinámica.

Asimismo, Flores, Morán y Rodríguez (2009) afirman que

Las redes sociales con el paso del tiempo se han venido consolidando como una de las más importantes herramientas de comunicación en la sociedad, dado que tanto empresas como personas a través sus plataformas han podido compartir, difundir, informar y proyectar información con grupos específicos o de manera general. Es a raíz de ello que se ha producido una revolución muy importante en el proceso de comunicación, pues ahora cuando una persona tiene curiosidad sobre algún tipo de información tiene a disposición estos recursos, que le permite el intercambio de mensajes de manera sincrónica y anacrónica y también interactiva. Por lo tanto, se enmarca en un ámbito de alcance global, en la cual se brinda diversidad de opciones, como es el tener la posibilidad de emitir mensajes escritos, audio o video, incluso poder llevar a cabo referencias, recopilar información, brindar comentarios, emitir consultas, bajo esquemas muy innovadores. (p. 4)

Según lo mencionado anteriormente, las redes son también utilizadas por las empresas para interactuar con las personas, además que sirve para identificar los gustos, preferencias y particularidades de los usuarios y acomodar su oferta a lo que podría ser demandado por los agentes antes mencionados.

Del mismo modo, Sánchez (2013) acota que las redes sociales son consideradas como

Medios de comunicación que pertenecen al campo virtual, su empleo es importante porque brinda un beneficio a la sociedad en su conjunto ya que permiten emitir juicio personal, compartir conocimientos e informes. Se caracteriza por ser como una fortaleza para algunas empresas dedicadas a este rubro porque ayudan para aumentar sus niveles de preferencia. (p.2)

Cabe mencionar que las redes sociales cumplen una función elemental para interrelacionar a las personas sin importar la ubicación geográfica. En el aspecto comercial se usan para otorgar popularidad a las organizaciones.

1.3. Definición de términos básicos

La prensa amarillista

La prensa amarillista conforma una tendencia enfocada en transmitir información que adolece de veracidad, enfatizando la violencia, el morbo, conducta antiética como hábitos indecorosos que afectan la vida social (Berti, 2010).

Diarios sensacionalistas

El diario sensacionalista constituye una modalidad del ejercicio de la labor periodística, la cual, se enfoca en narrar los sucesos de forma picaresca en concordancia con las preferencias de la audiencia dirigida, procurando no inventar noticias falaces que denigren su actividad profesional (Castrillo, 2014).

Las imágenes

Las imágenes en la prensa escrita tienen una gran importancia porque su empleo genera una impresión mental efectiva en el lector ya que producen efectos como la curiosidad, interés y humor” (Casas, 2009).

Estilo de lenguaje

Implica el desarrollo de la actividad periodística a cabalidad, enmarcada en la comprensión de diferentes lenguajes verbales o escritos que permita

transformarlos en narraciones apropiadas, las cuales, transmitan sensaciones favorables en el lector, dado que, manifiestan un comportamiento sensible ante la presencia de determinados relatos (Berti, 2010).

Morbo

El morbo se define como un término que describe con detalle los hechos de la violencia y otros acontecimientos similares que generan impactos negativos en un grupo de lectores. Es decir, son los titulares escandalosos y superficiales que transmiten exclusión; los cuales son utilizados como noticia para hacer sobreexposiciones de imágenes, noticias y audios inadecuados (Ananías y Vergara, 2016).

Calificativos prejuiciosos

Abundantes en la prensa amarilla, dado que es allí donde destaca los titulares distorsionados, uso frecuente de palabras violentas y prejuiciosas, no respeta códigos éticos, explota la desnudes femenina, entresaca de las noticias la morbosidad que implique a personas con cargos públicos (Vega, 2016).

Fiabilidad de las fuentes

La credibilidad es considerada como la característica de las fuentes emisoras que hace que los mensajes asociados presenten una elevada credibilidad (Calvo-Porrá, Martínez-Fernández y Juanatey-Boga, 2014).

Temática de los relatos

El contenido de las noticias de prensa amarilla generalmente se encuentra basados a casos de asesinato, suicidio, accidentes de cualquier tipo, hallazgo de cadáveres, secuestros, abusos de autoridad o romances escondidos, entre otros” (Torrice, 2014).

Contenido negativo

Los contenidos negativos se encuentran relacionados con relatos de accidentes que ocurren en nuestro entorno cotidiano, desastres naturales o provocados, hechos o atentados terroristas, asesinatos o los crímenes, secuestros, violaciones, torturas, guerras y entre otros (Fernández et al., 2018).

Contenido oculto

El contenido oculto es la exposición de fotografías sin censura que atentan contra la dignidad de las personas o los temas muy relacionados a la intimidad o la pornografía (Lema, 2011).

CAPÍTULO II: HIPOTESIS

2.1. Formulación de hipótesis principal y derivada.

Hipótesis principal

La información que cumple con las características de “prensa amarillista” en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” tiene relación significativa con el morbo de los seguidores en Ayacucho, 2018.

Hipótesis específicas

- a) Los indicadores del estilo amarillista en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” tienen relación significativa con los contenidos negativos preferidos por los seguidores.
- b) Los criterios en la construcción periodística del fanpage en Facebook del diario “El Hoción” tiene relación significativa con los contenidos ocultos que provocan morbo de los seguidores.

2.2. Variables y definición operacional

2.2.1. Definición operacional de las variables

Tabla 2.

Operacionalización de la variable Prensa Amarilla

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica: Instrumento	
Prensa amarilla	Estilo amarillista	Imágenes grotescas	La observación: Lista de cotejo	
		Tergiversar la información		
		Calificativos prejuiciosos		
	Criterios en la construcción periodística	Mostrar fotografías		
		Lenguaje empleado en la redacción		
		Fiabilidad de las fuentes		
		Temáticas de los relatos		
		Desastres		
		Hechos terroristas		
		Asesinatos		
		Secuestros		
		Violencia generalizada		
		Contenidos ocultos		Exposición de fotografías sin censura
				La pornografía

Tabla 3

Operacionalización de la variable Morbo

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica: Instrumento
El morbo	Contenidos negativos	Accidentes	La observación: Lista de cotejo
		Desastres	
		Hechos terroristas	
		Asesinatos	
		Secuestros	
	Contenidos ocultos	Violencia generalizada	
		Exposición de fotografías sin censura	
		La pornografía	

2.2.2. Definición conceptual

Variable X: La prensa amarilla

Castrillo (2014) consideró que es un calificativo al amarillismo como una gama de medios informativos que optan por enriquecer a su audiencia por medio de temáticas banales, mostrando una precariedad de valores éticos o vulnerando la regulación vigente, con el fin de avivar la curiosidad, activar una serie de sensaciones, incrementar los ingresos procedentes de las ventas concretadas de numerosos ejemplares, conllevando a mantenerse en continuidad.

Variable Y: El morbo

Según Fernández, Revilla, y Dávila (2018) afirmaron que, el morbo se encuentra relacionado con contenidos negativos (accidentes, desastres, hechos terroristas, asesinatos, secuestros y violencia generalizada), y contenidos ocultos (exposición de fotografías sin censura y la pornografía). Así como también con sucesos íntimos o relacionados a la sexualidad que se interpreta como una curiosidad hacia las cosas ocultas y prohibidas.

CAPÍTULO III: MÉTODOLÓGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño metodológico

3.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación fue de tipo básica; por lo cual se recurrió a diversas teorías existentes las cuales nos brindaron un soporte teórico para el desarrollo del tema de investigación y así cumplir con los objetivos establecidos.

3.1.2. Nivel de investigación

La presente investigación se ubicó en el nivel correlacional porque en todo momento se encontró orientado a establecer el grado de asociación entre las variables Prensa Amarilla y el Morbo en el diario “El Hoción” por medio de su fanpage de Facebook, con el fin de construir un diagnóstico que corrobore a incorporar mejoras próximas.

3.1.3. Diseño de investigación

La presente investigación tuvo un diseño no experimental dado que el estudio no generó modificaciones en el comportamiento de la variable, siendo descrita tal cual se muestra en el contexto abordado.

Por lo tanto, el empleo del diseño no experimental sirvió para describir el comportamiento de las variables y medir los niveles de correlación.

3.1.4. Método de investigación

Uno de los métodos empleados en la investigación fue el método Inductivo, dado que para obtener conclusiones a nivel general se partieron de hechos y principios particulares (Oré, 2015).

Por otro lado, fue deductivo, dado que se también se tomaron en cuenta principios a nivel general para llegar a conclusiones particulares (Oré, 2015).

3.2. Diseño muestral

3.2.1. Población

Se conceptúa a la población como un conglomerado de entidades, individuos o documentaciones que muestran particularidades en común, siendo objeto de investigación que corrobora en examinar los motivos implícitos en el acontecimiento de diferentes fenómenos o sucesos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Por ello, la población estuvo compuesta por el acervo de publicaciones emitidas por el diario “El Hoción” de forma semanal por medio de su fanpage de la red social de Facebook.

3.2.2. Muestra

Acorde con Hernández, et al. (2014), la muestra abarca una gama de documentaciones, sujetos o compañías que pertenecen a un grupo que engloba diferentes elementos con características semejantes, delimitándose por los objetivos formulados en el estudio.

En ese sentido, la muestra del presente estudio se constituyó por las publicaciones en promedio realizadas por el Diario El Hoción a través de su fanpage de la red social de Facebook en el curso de los últimos meses del año 2018.

3.2.2.1. Criterios de inclusión.

Se incluyó el contenido publicado por el periódico “El Hoción” por medio de su *fanpage* de la red social Facebook durante los últimos 6 meses.

3.2.2.2. Criterios de exclusión.

Se excluyó publicaciones efectuadas por el periódico “El Hoción” por medio de su *fanpage* de la red social Facebook, cuya periodicidad supero el año.

3.3. Técnicas de recolección de datos

Análisis documental, constituye una técnica apropiada que permitió extraer información precisa respecto a los elementos expuestos por la prensa amarilla propagado por el periódico “El Hoción” en la red social.

Por ende, el instrumento a emplearse se limitó a lista de cotejo orientada a compilar una gama informativa referente al periodismo amarillo utilizado por el diario “El Hoción”, por medio de sus publicaciones digitales en la red social.

Respecto a la viabilidad del instrumento diseñado, se efectuó por la aprobación de tres expertos en la temática tratada, lo cual, se constatará por medio de la ficha de validación expresada en los anexos.

3.3.1. Técnicas de recolección de información

La técnica de recolección de datos fue la observación, el mismo que permitió compilar una serie de información importante para el desarrollo de la presente.

3.3.1.1. Instrumentos de recolección de datos

La lista de cotejo corresponde al instrumento de la observación el mismo que para la presente investigación tuvo un total de 40 ítem respondidas a través de una escala dicotómica donde 1 (Sí) y 2 (No). Este instrumento tuvo como finalidad el brindar alcances respecto a las publicaciones que realiza en su *fanpage* de Facebook de si cumple o no con ciertas características.

3.3.1.1.1. Tipo de instrumento.

El tipo de instrumento empleado fue la lista de cotejo realizado las publicaciones realizadas por el Diario El Hoción.

Ficha técnica del cuestionario.

Nombre : Lista de cotejo respecto a la prensa amarilla y morbo
Autora : Pariona Pretel, Angela
Objetivo : Determinar la relación entre la prensa amarilla y morbo

Tiempo de duración: 30 min

Contenido : La lista de cotejo presenta una escala nominal y contiene 40 ítems contruidos en base a los indicadores de ambas variables.

Tipo de respuesta:

Si (1)

No (2)

3.3.1.2. Validez y confiabilidad del instrumento

Validez.

La validez de los constructos se llevó a cabo a través del juicio de expertos, los mismos que fueron elegidos dada su experiencia y conocimiento concerniente a las variables de estudio y al contenido del instrumento.

Confiabilidad.

La confiabilidad del constructo se llevó a cabo a través del KR20, la misma que permitió conocer la consistencia interna de cada uno de los ítems planteados.

3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

A fin de examinar los datos se procedió a diseñar un instrumento apropiado que mida las particularidades de la variable en estudio, aplicándose a la muestra identificada, cuyos datos compilados se procesaron a través del programa Microsoft Excel, en complemento se empleó el programa estadístico SPSS en su versión 24 para crear cuadros de frecuencias como gráficos y tablas, los

cuales facilitaron desarrollar la interpretación de la información generada respecto a los elementos característicos de la prensa amarilla divulgada por el periódico “El Hoción” a través de la red social organizada.

3.5. Aspectos éticos

Referente a los aspectos éticos mostrados por el estudio se denota la recopilación de información transparente respecto a los elementos característicos de la prensa amarilla divulgada por el periódico “El Hoción” en la red social, asimismo, se prescinde de propalar las identidades de los encuestados en la investigación, optando por mostrar autenticidad en el enfoque abordado en el curso de su desarrollo sin obviar el respeto por la propiedad intelectual en todo momento, evidenciándose por medio del citado de constructos ajenos acorde con la normativa APA.

CAPITULO IV. RESULTADOS

Posterior a la recolección de la información, se procedió a la presentación, análisis e interpretación de los datos, los mismos que se encuentran orientados al cumplimiento de los objetivos planteados, y se muestran a continuación:

4.1. Resultados descriptivos

4.1.1. Descriptivos de la Variable Prensa Amarilla



Figura 1. Variable prensa amarilla

Nota: se muestran de acuerdo a cotejo de las publicaciones semanales en el *Fanpage* de la Red Social Facebook del Diario El Hoción que, en el 85% de las publicaciones existe ciertas características acordes a una prensa amarilla, tales como la presencia de imágenes grotescas, filtros inadecuados y muestras de una nula ética profesional; mientras que solo en el 15% no se presentaron dichas características.

4.1.1.1. Descriptivos de la Dimensión Estilo Amarillista

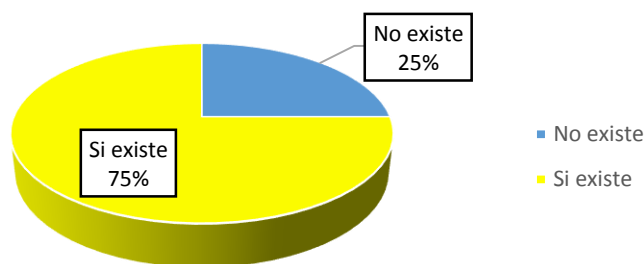


Figura 2. Dimensión estilo Amarillista

Nota: De acuerdo a lo observado en las publicaciones que realiza el Diario El Hoción en su *Fanpage* de la Red Social de Facebook se puede decir que en el 75% de las publicaciones existe un estilo amarillista, ello debido a que en la mayoría de las publicaciones se exponen imágenes grotescas, se demuestra nula ética profesional, y gran parte del contenido de las publicaciones se muestran escenas desagradables, las cuales de una manera u otra influyen en la vida del lector; y solo en el 25% no se presenta lo antes mencionado.

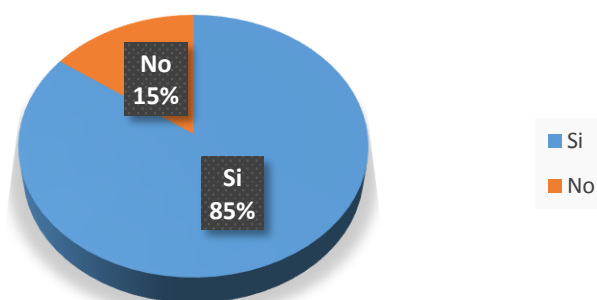


Figura 3. Se exponen imágenes grotescas

Nota: los resultados del primer ítem de la lista de cotejo a las publicaciones semanales del Diario el Hoción en su *Fanpage* de Facebook, en las cuales se tuvo que en el 85% de las publicaciones se presentaron imágenes grotescas, en donde no se respetó la integridad de las personas (Véase anexo 3), y solo en el 15% no se expusieron imágenes de esa índole.

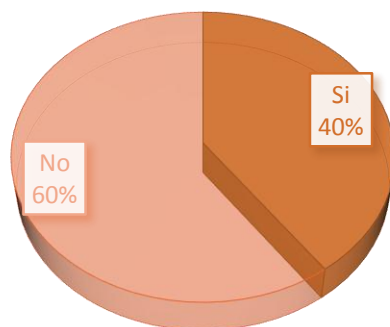


Figura 1. Existe tergiversación de la información

Nota: los resultados del cotejo de las publicaciones realizadas en la *Fanpage* del Diario El Hoción, en el 60% no existió tergiversación de la información, mientras que en el 40% si existieron indicios que mostraron tergiversaciones, tal es el caso de la publicación del 15 de junio del 2018, en donde se asevera la narración de “un amor prohibido escrito bajo la sombra de una licitación tramposa y coimas” y en otra publicación del 22 junio 2018 con titular “Venganza de candidatos” en la cual direccionan la información a una gresca de candidatos en donde claramente se observa una edición de imagen (Véase anexo 3).

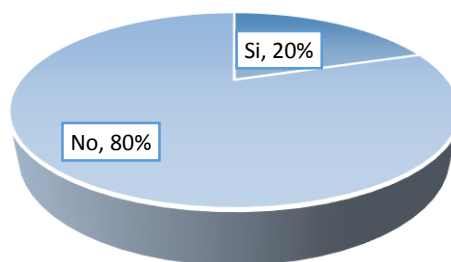


Figura 2. Emplea calificativos prejuicios

Nota: el 80% de las publicaciones semanales que presenta el Diario El Hoción el *Fanpage* de la red social Facebook, no se emplean calificativos prejuicios, mientras que en el 20% se observó que, si se presentan calificativos perjuicios, donde sin tener un adecuado conocimiento sobre la vida de los involucrados profanan una serie de calificativos no adecuados. (Véase anexo 3)

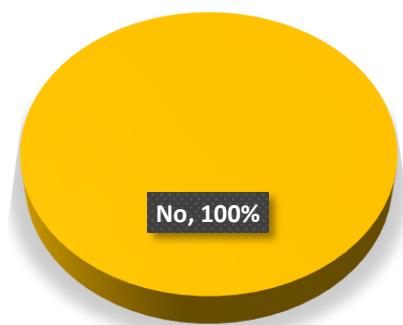


Figura 3. Tiene filtros adecuados

Nota: en el 100% las publicaciones que realiza el Diario El Hoción en su *fanpage* de Facebook se evidencia el nulo empleo de filtros adecuados que garanticen una adecuada y veraz información. (Véase Anexo 3)

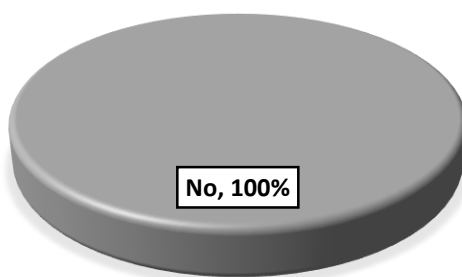


Figura 4. Tienen ética periodística

Nota: el 100% de las publicaciones que realiza el Diario El Hoción en su *fanpage* de Facebook no evidencian una ética profesional, dado que, a través del cotejo de las publicaciones, se evidenció que no se emplea un adecuado lenguaje, y por lo general se recurre en demasía a calificativos e información poco coherente.

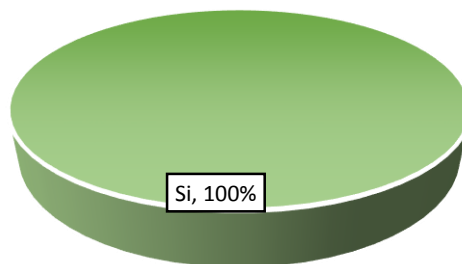


Figura 5. Llama la atención del público

Nota: el 100% de las publicaciones del Diario El Hoción que fueron cotejadas, son atractivas para los lectores y llaman la atención; ello se encontraría explicado dado que su contenido es realizado con ese objetivo, por lo cual buscan que sus titulares o las imágenes que muestran sean las más impactantes posible; incluso recurriendo a la tergiversación. (Véase Anexo 3)

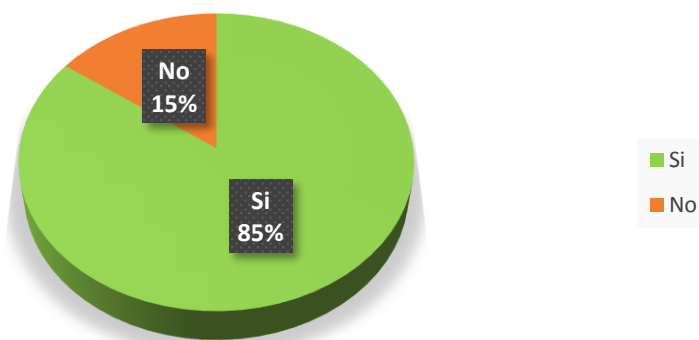


Figura 6. Los contenidos son verídicos

Nota: de las publicaciones del Diario El Hoción que fueron cotejadas, el 95% presenta contenidos verídicos; mientras que en el 15% el contenido presenta ciertas tergiversaciones y falencias. (Véase publicaciones 5 y 8 del Anexo 3)

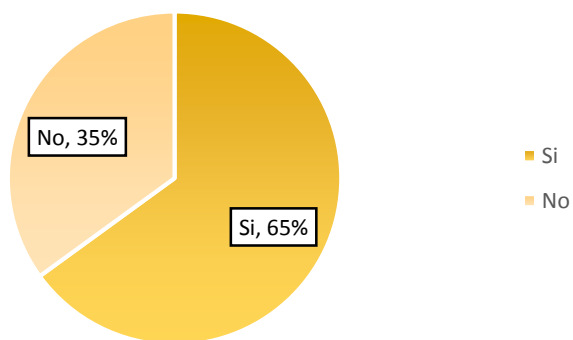


Figura 7. Influye en su vida diaria lector

Nota: el 65% de las publicaciones del Diario El Hoción que fueron cotejadas influyen en la vida diaria del lector, dado que muestran imágenes que podrían alterar su susceptibilidad; y solo el 35% de las publicaciones podrían no influenciar en la vida del lector.

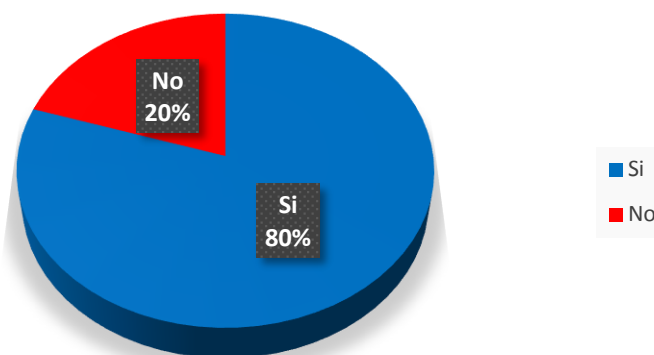


Figura 8. Se comprende fácilmente

Nota: se muestra que, el 80% de las publicaciones que realiza el Diario el Hoción en su *Fanpage* de Facebook es de fácil comprensión; mientras que el 20% de las publicaciones cotejadas no son de muy fácil comprensión.

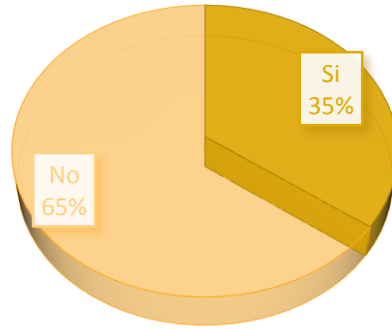


Figura 9. Los periodistas de este estilo conocen los gustos de sus lectores

Nota: se muestra que, en el 65% de las publicaciones que realiza periódicamente el Diario El Hoción, se evidencia que los periodistas desconocen los gustos y preferencias de sus lectores; y sus acciones generalmente las basan a consecución de mayores ventas; y solo en el 35% de las publicaciones se evidencian características de que efectivamente, los periodistas presentan conocimientos sobre ciertos gustos de sus lectores.

4.1.1.2. Descriptivos de la Dimensión criterios en la construcción periodista

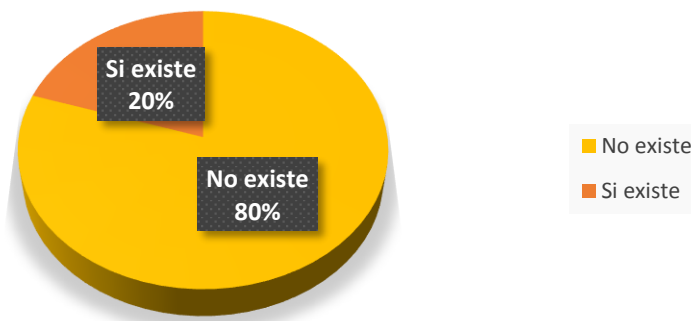


Figura 4. Dimensión criterios en la construcción periodista

Nota: de acuerdo al cotejo de las publicaciones periódicas que realiza el Diario El Hoción a través de su *fanpage* de Facebook, que en el 80% no existe criterios adecuados para la construcción periodista; ello debido que en muchas de las publicaciones se evidenció fotografías y contenidos inapropiados, un lenguaje de redacción inadecuado y abundante contenido sensacionalista.

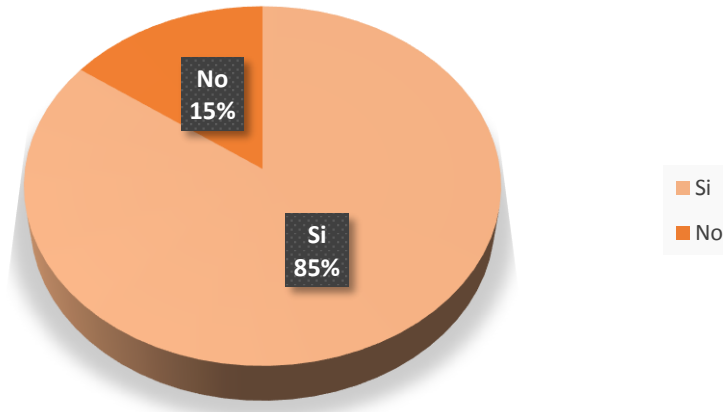


Figura 5. Muestra fotografías inapropiadas

Nota: muestra que las publicaciones que realiza de manera periódica el Diario El Hoción a través de *fanpage* de Facebook, en el 85% de las que fueron cotejadas se mostraron fotografías inapropiadas, tales como cuerpos de personas fallecidas por razones naturales o accidentes, personas ensangrentadas, etc. (Véase *anexo 3*). Y solo en el 15% no se mostraron fotografías de esa índole.

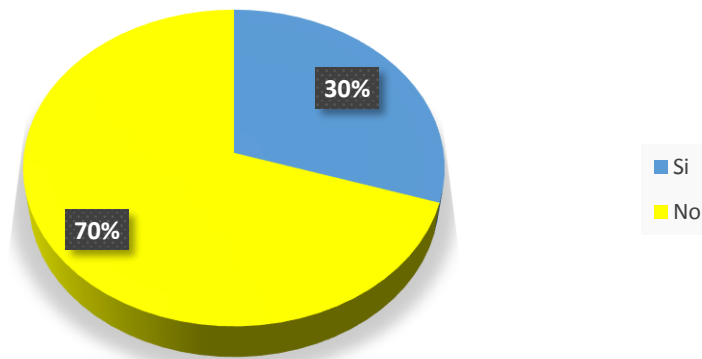


Figura 6. El lenguaje empleado en la redacción es correcto

Nota: se evidencia que, de las publicaciones del Diario El Hoción que fueron cotejadas, el 70% no presenta un lenguaje correcto en toda la redacción, mientras que solo en el 30% si se presenta un adecuado lenguaje.

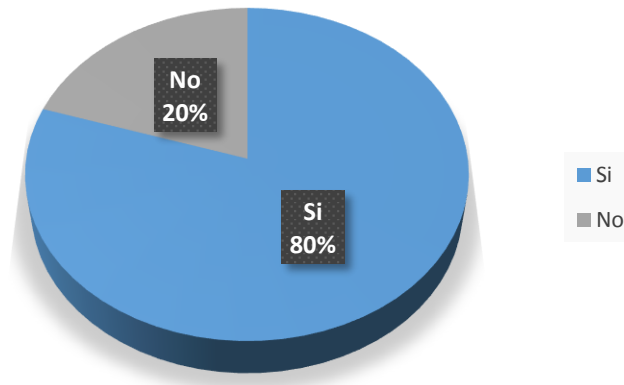


Figura 7. Las fuentes que citan son confiables

Nota: en el 80% de las publicaciones que se realizaron en el *Fanpage* de Facebook del Diario El Hocicón, se evidenció que las fuentes citadas eran confiables, mientras que el 20% resultaron que no serlas.

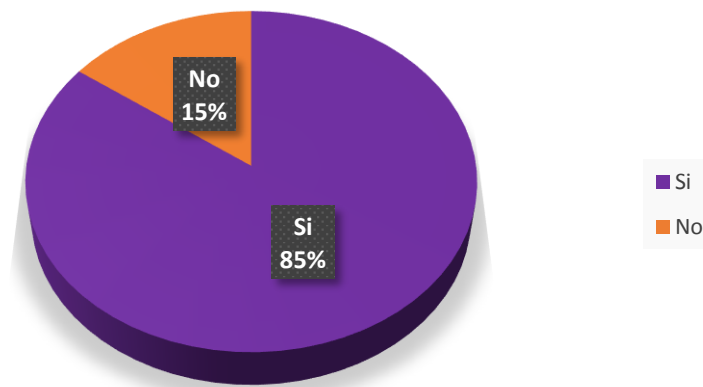


Figura 8. Las temáticas de los relatos son reales

Nota: se muestra que, en el 85% de las publicaciones realizadas por el Diario El Hocicón, que fueron cotejadas, las temáticas de los relatos que expone son reales; mientras que en el 15% no se presentan de esa manera.



Figura 9. Los contenidos son sensacionalistas

Nota: De acuerdo a análisis realizado a través de la lista de cotejo, se pudo observar que el 100% de las publicaciones que realiza el Diario El Hoción a través de su *fanpage* de Facebook presentan un contenido sensacionalista.

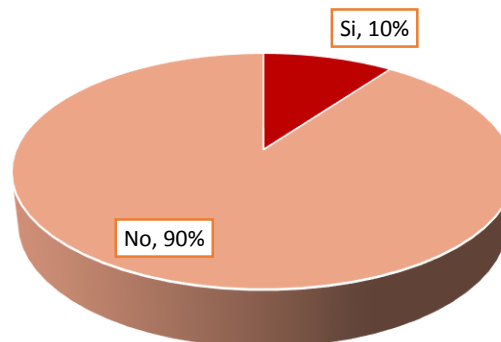


Figura 10. El contenido político es sensacionalista

Nota: muestra los resultados del cotejo de las publicaciones del Diario El Hoción obtenidas a través de su *fanpage* de Facebook, de las cuales se obtuvo que en el 90% se presentaron un contenido político sensacionalista, mientras que en el 10% no se presentó ese tipo de contenido.

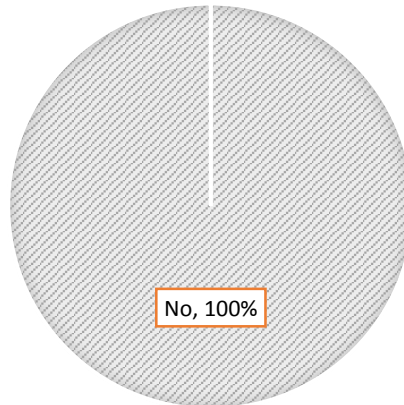


Figura 11. Tienen ética antes de publicar una información

Nota: respecto a los resultados de la lista de cotejo, en el 100% de las publicaciones realizadas por el Diario El Hocicón en su *Fanpage* de Facebook no existen indicios de ética antes de publicar dicha información, dado que muestra imágenes y contenido grotesco y poco adecuado.

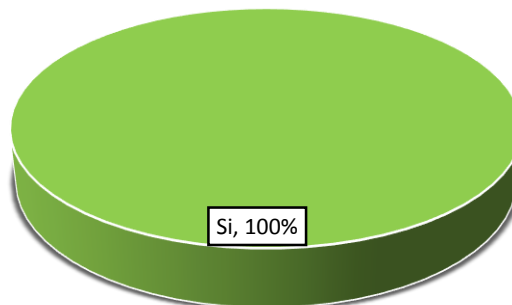


Figura 12. Se difunde para obtener un mayor número de lectores

Nota: el 100% de las publicaciones realizadas por el Diario El Hocicón a través de su fanpage de Facebook son difundidas solo con la única finalidad de obtener un mayor número de lectores.

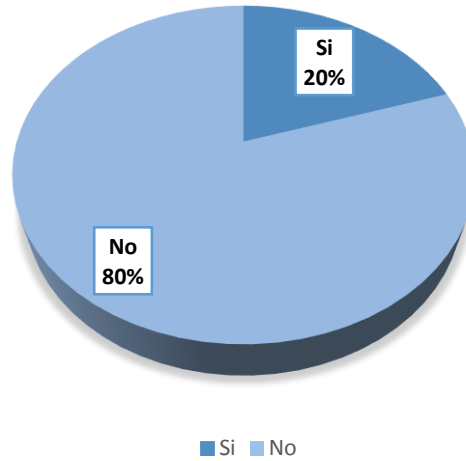


Figura 13. Tiene publicaciones atractivas

Nota: el 80% de las publicaciones que realiza el Diario El Hoción a través de su fanpage de Facebook no son atractivos; y solo el 20% si muestra un contenido agradable y atractivo para un lector.

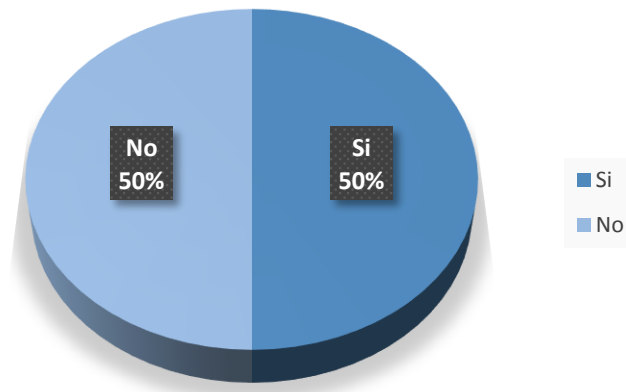


Figura 14. Crean artículos al servicio de la sociedad

Nota: se muestran de acuerdo al cotejo de las publicaciones difundidas a través del fanpage del Diario El Hoción, que en el 50% se crean artículos al servicio de la sociedad; mientras que la otra mitad no es un material adecuado para generar un artículo en pro de la sociedad.

4.1.2. Descriptivos de la Variable Morbo

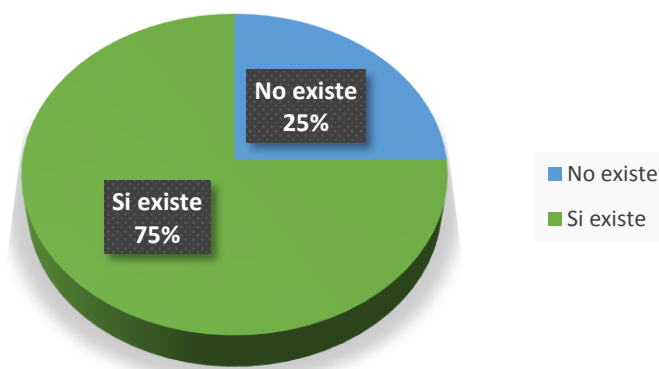


Figura 15. Descriptivos de la variable Morbo

Nota: se muestra de acuerdo al cotejo realizado a las publicaciones que periódicamente realiza el Diario El Hocicón a través de su fanpage de Facebook que, en el 75% existe morbo en el contenido que presenta, ello explicado porque generalmente presenta contenido negativo y oculto en sus publicaciones. Mientras que solo en el 25% no existe morbo.

4.1.2.1. Descriptivos de la Dimensión Contenido negativo

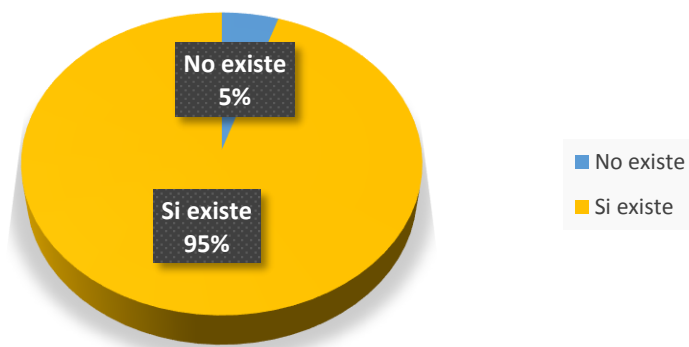


Figura 16. Dimensión contenido negativo

Nota: en las publicaciones que fueron cotejadas del Diario El Hocicón a través de su fanpage de Facebook, en el 95% existe contenido negativo; ello explicado debido a que generalmente las noticias que emite se encuentran relacionados a accidentes, asesinatos y escenas sangrientas. Y solo en el 5% no existe ello.

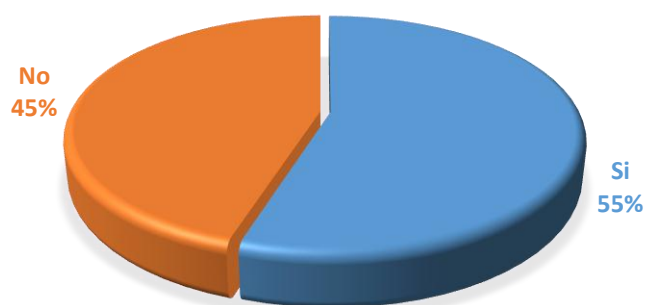


Figura 17. Transmite noticias relacionados a los accidentes

Nota: los resultados del cotejo de las publicaciones realizadas por el Diario El Hoción a través de su página de Facebook, en donde se evidencia que el 55% de las publicaciones presentan noticias concernientes a accidentes; mientras que en el 45% se evidencian noticias de otra índole.

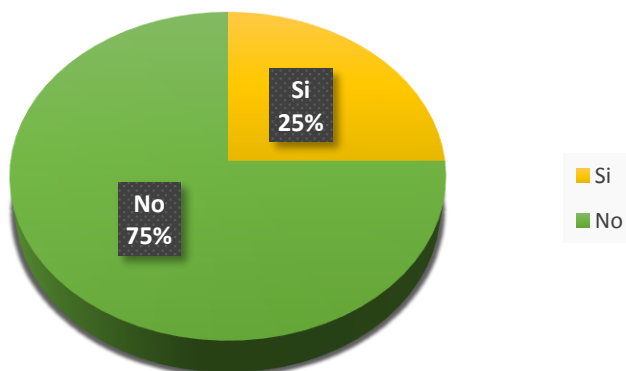


Figura 18. Transmite noticias relacionados a los desastres

Nota: se muestran que, el 25% de las publicaciones que realiza el Diario El Hoción a través de su fanpage en la Red Social Facebook se encuentran relacionadas a noticias sobre desastres; y el 75% a otro tipo de noticias.

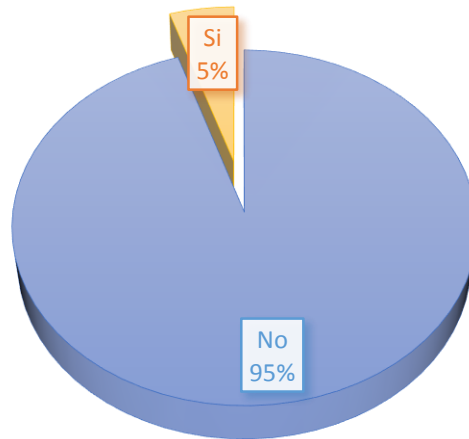


Figura 19. Transmite noticias relacionados a los hechos terroristas

Nota: el 95% las publicaciones cotejadas del Diario El Hoción a través de su fanpage de Facebook no transmiten noticias relacionadas a hechos terroristas; mientras que el 5% si transmite ese tipo de noticias.

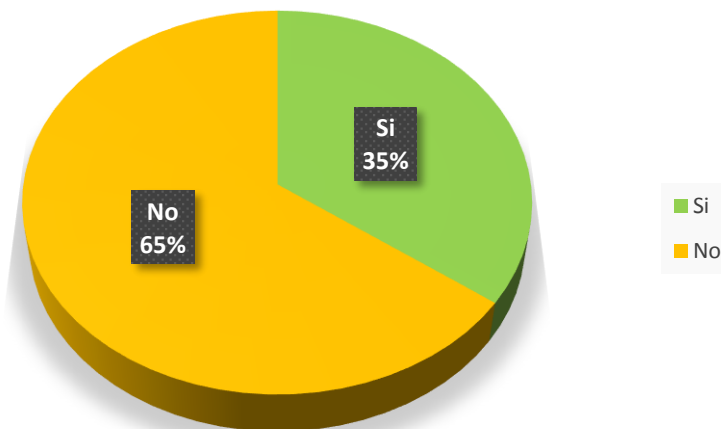


Figura 20. Transmite noticias relacionados a los asesinatos

Nota: se muestran que, el 65% de las publicaciones cotejadas del Diario El Hoción a través de su fanpage de Facebook no transmiten noticias relacionadas a asesinatos; mientras que el 35% si transmite ese tipo de noticias.

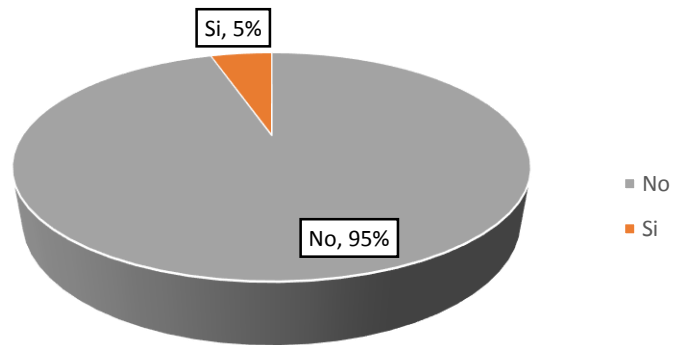


Figura 21. Transmite noticias relacionados a los secuestros

Nota: se muestran que, el 95% de las publicaciones cotejadas del Diario El Hoción a través de su fanpage de Facebook no transmiten noticias relacionadas a secuestros; mientras que el 5% si transmite ese tipo de noticias.

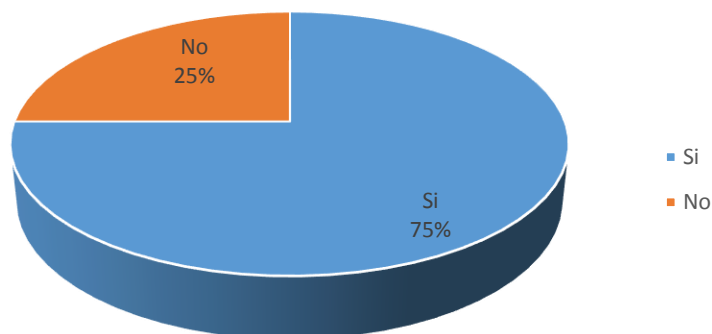


Figura 22. Transmite noticias relacionados a escenas sangrientas

Nota: se evidencia los resultados luego del cotejo de las publicaciones del Diario El Hoción a través de su fanpage de Facebook, en donde se determinó que el 75% de las noticias que transmite se encuentran relacionadas a escenas sangrientas; y el 25% se encuentran relacionadas a otro tipo de noticias.

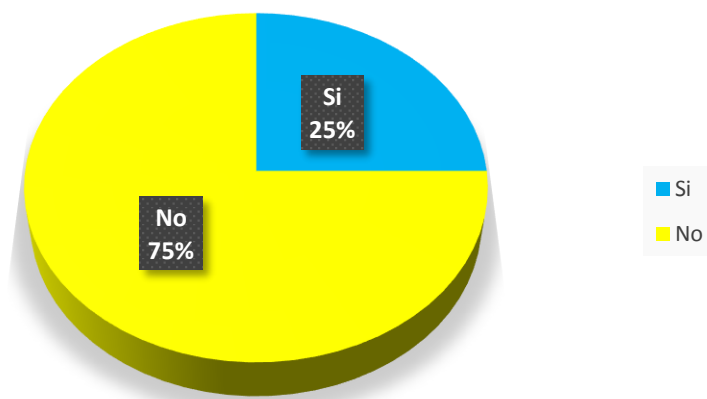


Figura 23. Transmite noticias relacionados a las torturas

Nota: se evidencian los resultados luego del cotejo de las publicaciones del Diario El Hoción a través de su fanpage de Facebook, en donde se determinó que el 75% de las noticias que transmite no se encuentran relacionadas a torturas; mientras que el 25% de publicaciones cotejadas si transmiten noticias relacionadas a torturas.

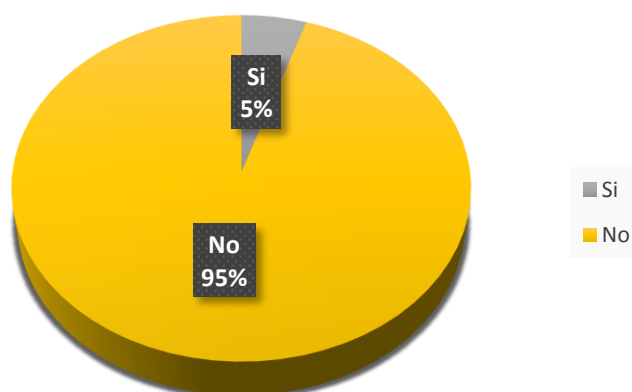


Figura 24. Transmite noticias relacionados a las guerras

Nota: se evidencian los resultados luego del cotejo de las publicaciones del Diario El Hoción a través de su fanpage de Facebook, en donde se determinó que el 95% de las noticias que transmite no se encuentran relacionadas a guerras; pero el 5% si se encuentran relacionadas a este tipo de noticias.

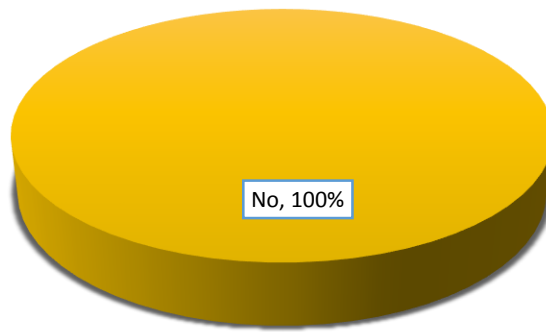


Figura 25. Transmite noticias relacionados a los incendios

Nota: se evidencian los resultados luego del cotejo de las publicaciones del Diario El Hoción a través de su fanpage de Facebook, en donde se determinó que el 100% de las noticias que transmite no se encuentran relacionadas a sucesos de incendios o de esa índole.

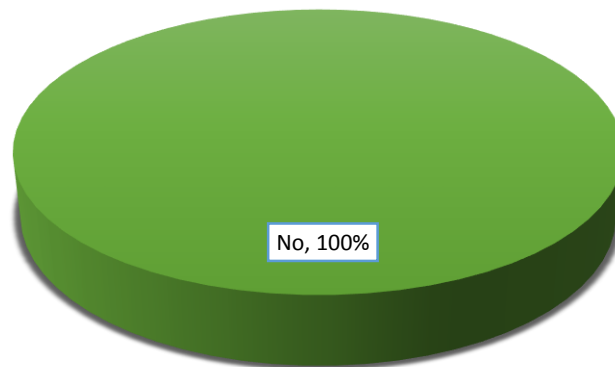


Figura 26. Transmite noticias relacionados a las violaciones

Nota: se evidencian los resultados luego del cotejo de las publicaciones del Diario El Hoción a través de su fanpage de Facebook, en donde se determinó que el 100% de las noticias que transmite no se encuentran relacionadas a violaciones.

4.1.2.2. Descriptivos de la Dimensión Contenido oculto

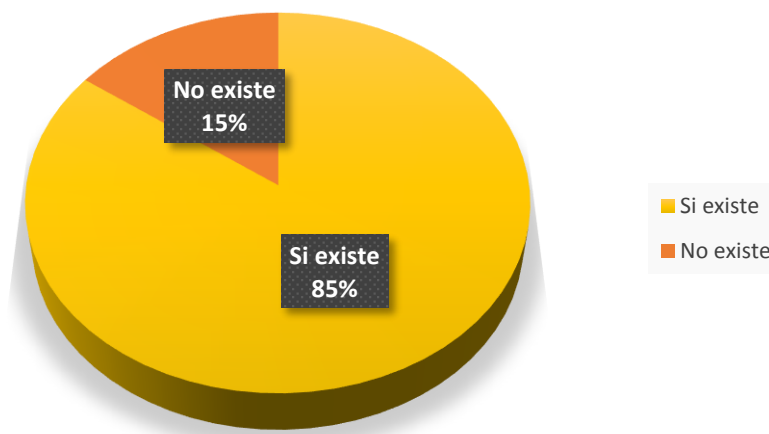


Figura 27. Dimensión contenido oculto

Nota: Se muestran los resultados del cotejo realizado a las publicaciones periódicas que realiza el Diario El Hoción a través de su Fanpage de Facebook, de los cuales se puede decir que, en el 85% de las publicaciones cotejadas existe contenido oculto, ello debido a que mucho del contenido que exponen lo realizan sin la censura pertinente, contenido violento que de alguna u otra manera daña la susceptibilidad de los lectores.

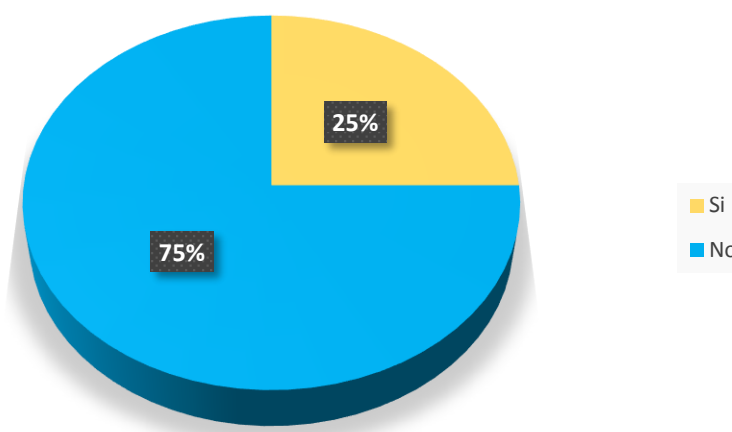


Figura 28. Atentan en contra de la dignidad humana

Nota: De acuerdo al cotejo realizado a las publicaciones del Diario El Hoción a través de su Fanpage de Facebook, se pudo determinar que el 75% de las publicaciones no atienden a la dignidad humana, mientras que el 25% sí muestran características que atentan contra la dignidad de las personas.

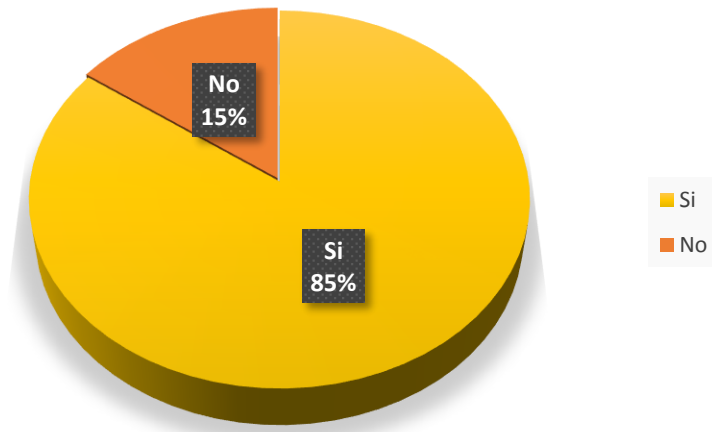


Figura 29. Expone fotografías sin censura

Nota: se muestran los resultados de acuerdo al cotejo realizado a las publicaciones del Diario El Hoción a través de su Fanpage de Facebook, en donde se pudo determinar que el 85% de las publicaciones que realizaron expusieron fotografías sin censura, mientras que solo en el 15% expusieron fotografías con un mínimo de censura.

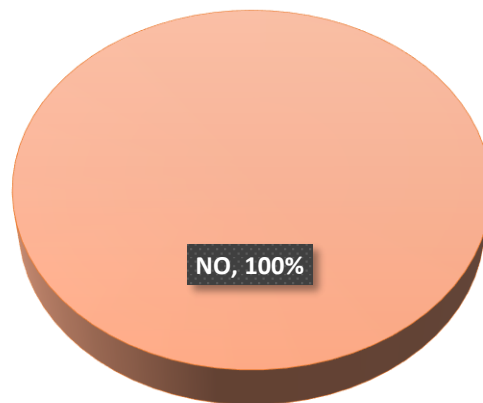


Figura 30. Transmite escenas de pornografía o similares

Nota: se muestran los resultados de acuerdo al cotejo realizado a las publicaciones del Diario El Hoción a través de su Fanpage de Facebook, donde se pudo determinar que en el 100% de las publicaciones que realizaron no se transmitieron escenas de pornografía o similares.

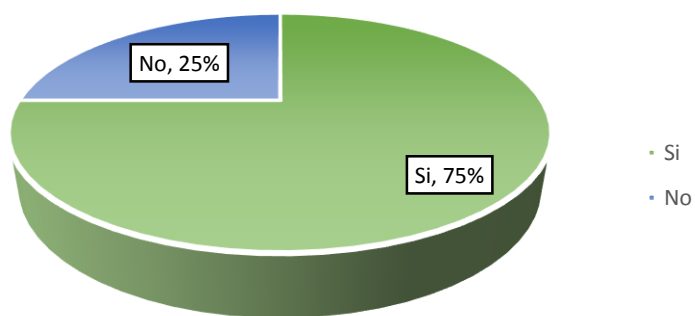


Figura 31. Transmite contenidos violentos

Nota: se muestran los resultados de acuerdo al cotejo realizado a las publicaciones del Diario El Hoción a través de su Fanpage de Facebook, donde se pudo determinar que en el 75% de las publicaciones que realizaron se transmitieron contenidos violentos. Y en el 25% no se mostraron este tipo de contenidos.

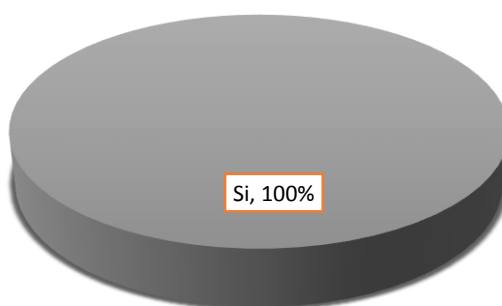


Figura 32. Lo difundido en la prensa escrita influye en la conducta

Nota: se muestran los resultados de acuerdo al cotejo realizado a las publicaciones del Diario El Hoción a través de su Fanpage de Facebook, donde se pudo determinar que en el 75% de las publicaciones que realizaron se transmitieron contenidos violentos. Y en el 25% no se mostraron este tipo de contenidos.

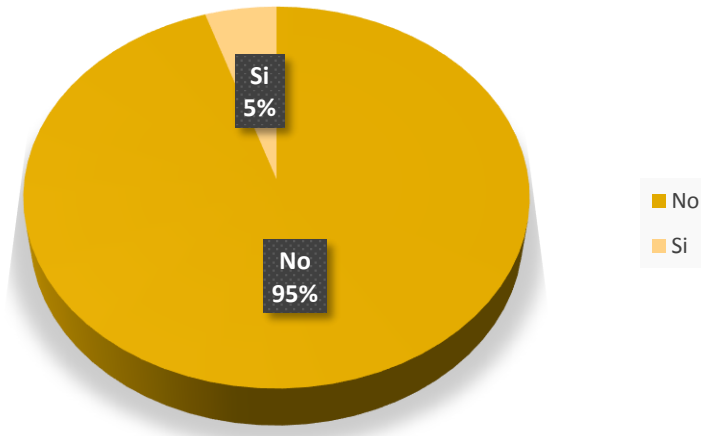


Figura 33. Transmite contenidos eróticos

Nota: se muestran los resultados de acuerdo al cotejo realizado a las publicaciones del Diario El Hoción a través de su Fanpage de Facebook, donde se pudo determinar que en el 95% de las publicaciones que realizaron no se transmitieron contenidos eróticos, mientras que en el 5% si se difundieron ese tipo de imágenes.

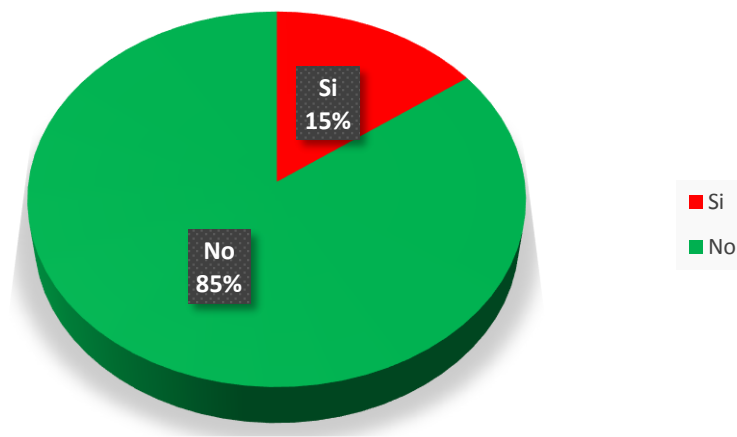


Figura 34. Genera problemas de distinción entre la ficción y la realidad

Nota: se muestran los resultados de acuerdo al cotejo realizado a las publicaciones del Diario El Hoción a través de su Fanpage de Facebook, donde se pudo determinar que el 85% de las publicaciones que realizaron generan problemas de distinción entre la ficción y la realidad, y solo en el 15% de las publicaciones no se generan ese tipo de problemas.

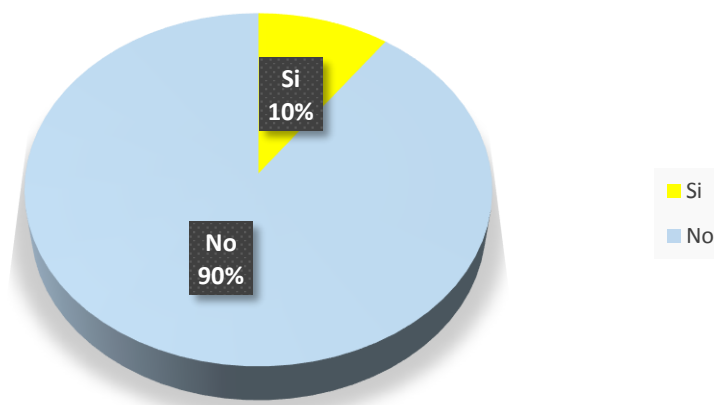


Figura 35. Los temas que se difunden tienen un contenido de farándula
Nota: se muestran los resultados de acuerdo al cotejo realizado a las publicaciones del Diario El Hoción a través de su Fanpage de Facebook, donde se pudo determinar que en el 90% de las publicaciones que se realizaron los temas que difunden no tienen un contenido de farándula; mientras que en el 10% se exponen ese tipo de contenidos.

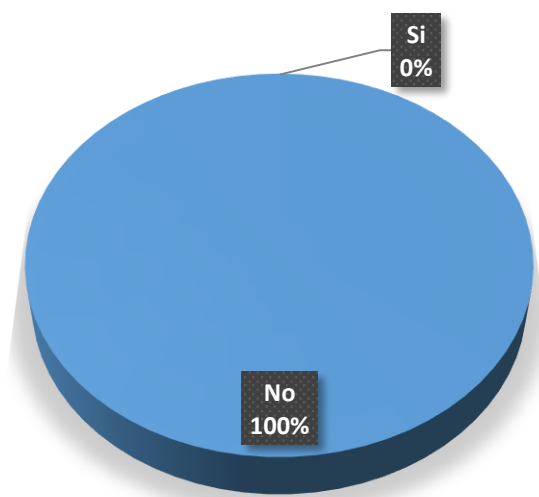


Figura 36. Difunden contenidos agradables

Nota: se muestran los resultados de acuerdo al cotejo realizado a las publicaciones del Diario El Hoción a través de su Fanpage de Facebook, donde se pudo determinar que en el 100% de las publicaciones no se difunden contenidos agradables.

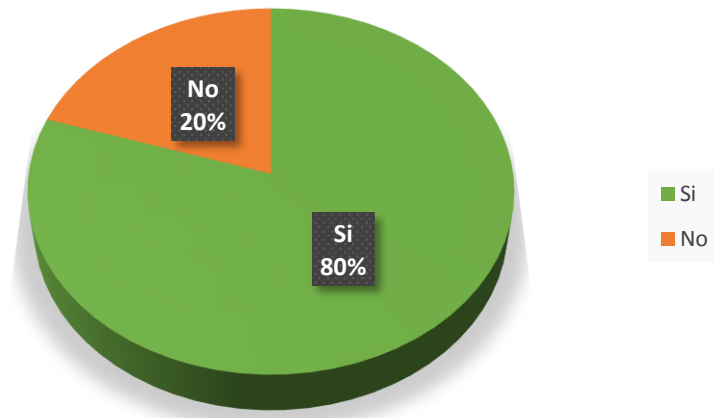


Figura 37. Los contenidos influyen en nuestra percepción

Nota: De acuerdo al cotejo realizado a las publicaciones del Diario El Hoción a través de su Fanpage de Facebook, se pudo determinar que el 80% de los contenidos que exponen influyen en la percepción de los lectores y solo el 15% de los contenidos expuestos no representan una influencia significativa en la percepción de los mismos.

4.1. Contrastación de hipótesis

4.2.1. Contraste de hipótesis general

Tabla 4.

Tabla cruzada de la prensa amarilla y el morbo

Prensa amarilla	Morbo (Agrupada)					
	No existe		Si existe		Total	
	N	%	N	%	N	%
Si existe	5	25%	12	60%	17	85%
No existe	0	0%	3	15%	3	15%
Total	5	25%	15	75%	20	100%

Fuente: Resultados de la lista de cotejo

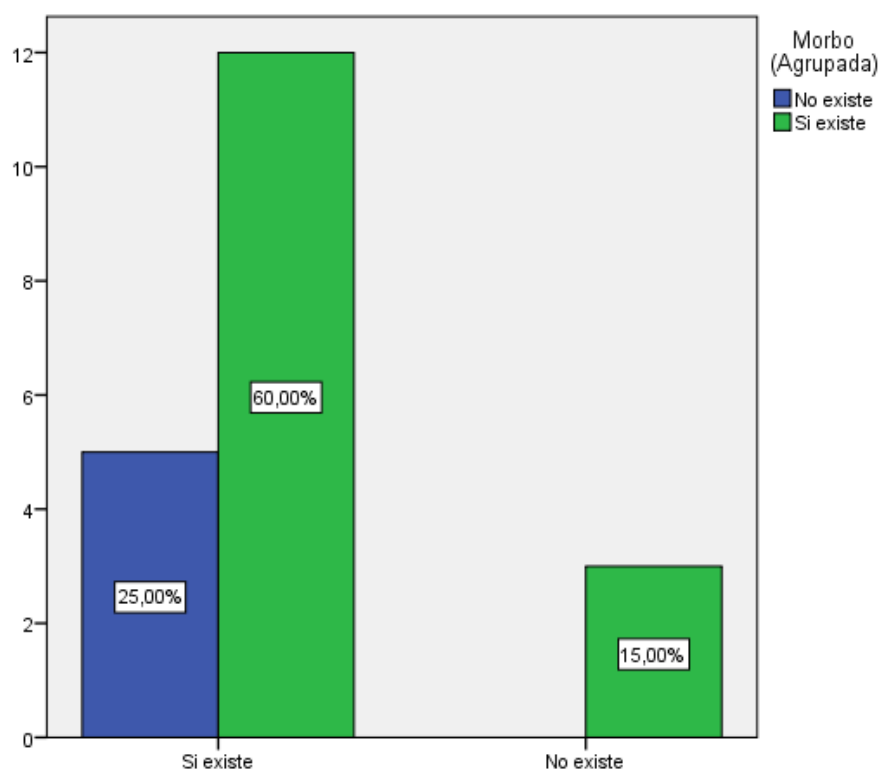


Figura 38. Prensa amarilla y el morbo

Nota: se muestra que, del 100% (20) de las publicaciones del Diario El Hoción en su Fanpage de Facebook, en el 85% (17) existe prensa amarilla, de los cuales en el 60% (12) existe morbo y solo en el 25% (5) no existe morbo. Asimismo, en el 15% (3) de las publicaciones cotejadas no existe prensa amarilla, de los cuales en el 15% (3) tampoco existe morbo.

Tabla 5.

Estadístico de prueba

Prensa Amarilla		
	Valor	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,176 ^a	0,278

Fuente: Resultados de la lista de cotejo/Tabulación en SPSS

Hipótesis de la investigación (Hi)

La información que cumple con las características de “prensa amarillista” en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” tiene relación significativa con el morbo de los seguidores en Ayacucho, 2018.

Hipótesis nula (Ho)

La información que cumple con las características de “prensa amarillista” en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” no tiene relación significativa con el morbo de los seguidores en Ayacucho, 2018.

Interpretación

Se muestra que el Chi cuadrado y el nivel de significación asintótica igual a 0.278 es superior al nivel de significancia del 5%, lo cual brindó criterio suficiente para rechazar la hipótesis de la investigación y aceptar la hipótesis la hipótesis nula, que afirma que, la prensa amarilla difundida en la información mostrada por el periódico “El Hoción” por medio de su fanpage en Facebook no presenta un nivel de morbo en sus publicaciones diarias, esto hace que el diario no transmita informaciones sin censura, con contenidos positivos, reales, decentes y sin imágenes impactantes que promueven comportamientos negativos. Por lo tanto, a manera general se infiere que la prensa amarilla no se relaciona de manera significativa con el morbo de los seguidores del diario “El Hoción” por su fanpage en Facebook, 2018.

4.2.2. Contraste de hipótesis específica 1

Tabla 6.

Tabla cruzada del estilo amarillista y el morbo

Estilo amarillista	Morbo					
	No existe		Si existe		Total	
	N	%	N	%	N	%
No existe	1	5%	4	20%	5	25%
Si existe	4	20%	11	55%	15	75%
Total	5	25%	15	75%	20	100%

Fuente: Resultados de la lista de cotejo

Nota: Se muestra que, del 100% (20) de las publicaciones del Diario El Hoción en su Fanpage de Facebook, en el 75% (15) existe un estilo amarillista, de los cuales en el 55% (11) existe morbo y solo en el 20% (4) no existe morbo. Asimismo, en el 25% (5) de las publicaciones cotejadas no existe un estilo amarillista, de los cuales en el 20% (4) tampoco existe morbo, mientras que en el 5% (1) si existen indicios de morbo.

Tabla 7.

Estadístico de prueba

	Estilo amarillista	
	Valor	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	0,089 ^a	0,776

Fuente: Resultados de la lista de cotejo/Tabulación en SPSS

Hipótesis de la investigación (Hi)

Los indicadores del estilo amarillista en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” tienen relación significativa con los contenidos negativos preferidos por los seguidores.

Hipótesis nula (Ho)

Los indicadores del estilo amarillista en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” tienen relación significativa con los contenidos negativos preferidos por los seguidores.

Interpretación

Se muestra que la Prueba Chi Cuadrada entre el estilo amarillista del Diario El Hoción y el morbo, del cual se puede decir que, dado el valor de la significancia asintótica igual a 0.776 es mayor al nivel de significancia del 0.05 (5%), brinda criterio empírico suficiente para rechazar la hipótesis de la investigación y aceptar la hipótesis nula que afirma que el estilo amarillista que se emplea en este diario no está fuertemente influenciado por el uso del morbo, esto nos indica que no existe una relación significativa entre el Estilo Amarillista y el Morbo de los seguidores del diario “El Hoción” por su fanpage en Facebook.

4.2.3. Contraste de hipótesis específica 2

Tabla 8.

Tabla cruzada de los criterios en la construcción periodista y el morbo

Criterios en la construcción periodística	Morbo					
	No existe		Si existe		Total	
	N	%	N	%	N	%
No existe	4	20%	12	60%	16	80%
Si existe	1	5%	3	15%	4	20%
Total	5	25%	15	75%	20	100%

Fuente: Resultados de la lista de cotejo

Nota: Los resultados muestran que, del 100% (20) de las publicaciones del Diario El Hoción en su Fanpage de Facebook, en el 80% (16) no existe un criterio en la construcción periodística, de los cuales en el 60% (12) existe un alto nivel de morbo y solo en el 20% (4) no existe morbo. Asimismo, en el 20% (4) de las publicaciones cotejadas existen criterios de construcción periodística, de los cuales en el 15% (3) no está presente el morbo, mientras que en el 5% (1) si existen indicios de morbo.

Tabla 9.

Estadístico de prueba

Criterios en la construcción periodista		
	Valor	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	0,00 ^a	1,000

Fuente: Resultados de la lista de cotejo/Tabulación en SPSS

Hipótesis de la investigación (Hi)

Los criterios en la construcción periodística del fanpage en Facebook del diario “El Hoción” tiene relación significativa con los contenidos ocultos que provocan morbo de los seguidores.

Hipótesis nula

Los criterios en la construcción periodística del fanpage en Facebook del diario “El Hoción” no tiene relación significativa con los contenidos ocultos que provocan morbo de los seguidores.

Interpretación

En la tabla 53, se muestran los resultados de realizada la Prueba de Chi Cuadrada de Pearson entre los criterios en la construcción periodista del Diario El Hoción y el morbo, de los que se puede decir que dado que el valor de la significancia asintótica bilateral igual a 1.000, es mayor al nivel de significancia del 5% (0.05), brinda criterio empírico suficiente para rechazar la hipótesis de la investigación y aceptar la hipótesis nula que afirma que los criterios que se usan en la construcción periodística de este medio no está fuertemente influenciado por el empleo del morbo, esto nos indica que no existe una relación significativa entre Los Criterios que se usan en la Construcción Periodística y el Morbo de los seguidores del diario “El Hoción” por su fanpage en Facebook.

CAPITULO V. DISCUSION

5.1. Discusión de resultados del problema general

Los resultados de la investigación han permitido evidenciar que en la actualidad la prensa amarilla no se relaciona de manera significativa con el morbo de los seguidores del diario “El Hoción” por su fanpage en Facebook, 2018, ello dado que al realizar la Prueba de Correlación de Chi Cuadrado de Pearson se obtuvo un valor asintótico (0.278) superior al nivel de significancia del P-valor= 0,5 (nivel de significancia 5%) Por lo cual resulta factible expresar que la prensa amarilla difundida en la información mostrada por el periódico “El Hoción” por medio de su fanpage en Facebook no provoca morbo en sus seguidores, esto hace que el diario transmita informaciones sin censura, con contenidos negativos, exagerados, indecentes con imágenes impactantes que promueven comportamientos negativos. Además este resultado se encuentra sustentado por el análisis descriptivo de la investigación la cual a través del cotejo determinó que el 85% de las publicaciones expone imágenes grotescas (*Véase Tabla 4*), el 100% no presentan filtros adecuados (*Véase tabla 7*), el 100% no se muestra ética periodística (*Véase tabla 8*), solo se caracteriza por

llamar la atención (*Véase Tabla 9*), dado que en el 55% y 65% las noticias se encuentran relacionadas a violencia (*Véase Tabla 27*), en el 75% se transmiten noticias relacionadas a escenas sangrientas (*Véase tabla 32*), en el 85% se exponen fotografías sin censura (*Véase tabla 39*) y en el 75% se transmiten contenidos violentos (*Véase Tabla 41*), que de una manera u otra capta la atención de sus actuales seguidores en la red Social de Facebook, quienes constantemente al ver ese tipo de noticias reaccionan o incluso las comparten (*Véase Anexo 3*), generando de esa manera mayor motivación para que este Diario sigan exponiendo ese tipo de noticias, lo cual no resulta adecuado y debe ser sancionado. Este resultado es sustentado por lo expuesto por Berti (2010) quien manifiesta que la prensa amarillista conforma una tendencia enfocada en transmitir información que adolece de veracidad, enfatizando la violencia, el morbo, conducta antiéticas como hábitos indecorosos que afectan la vida social; asimismo de acuerdo a Saad (2012) manifiesta que por lo general la prensa amarillista opta por deformar la información de una determinada noticia, procurando manipularla o inventar ciertas escenas engañosas que tergiversan la realidad de los hechos suscitados, acciones que vulneran el principio de buena fe de la comunidad de lectores, con el fin de registrar importes económicos conforme con las metas previstas

Por lo tanto, este hallazgo se encuentra acorde con lo presentado por Berti (2010) y Saad (2012), además se encuentran coherentes con los resultados expuesto por Veloz (2016) quien concluye que, de manera general el diario Extra maneja información de noticias de Crónica Roja, pero no lo hace de manera ética ya que manipulan los hechos. Asimismo se encuentra acorde con lo expuesto por Franco (2015) quien afirmó que el involucramiento de los estudiantes a la red

social Facebook sin ninguna restricción y con mucha facilidad resulta ser un problema importante que ocasiona la difusión de información negativas, también conocido como la prensa amarilla, que tienen contenidos inadecuados e inapropiados para las poblaciones que se encuentra en esta red social especialmente en la población adolescente y joven; por lo cual es necesario concientizar a este grupo de la población para que aporten ideas innovadoras

Respecto a lo antes expuesto, es factible mencionar que Según Higuera (2016), la prensa sensacionalista en Perú existe desde muchísimos años atrás y con el paso de los años se ha buscado aminorarla, pero no se ha logrado hasta la actualidad, incluso ha llegado a extremos, denominándose Prensa Chicha, fomentándose hoy un gran debate sobre la ética y la libertad de prensa. La mayoría de los peruanos acepta el periodismo sensacionalista por sus contenidos los cuales son exagerados en cierta forma, además que ahora no solo hay prensa sensacionalista en el televisor sino en el internet. Este tipo de periodismo fue un arma utilizada por Fujimori para desprestigiar a periodistas y a candidatos al gobierno, siendo los medios de comunicación y cadenas de televisión compradas para informar de ciertos hechos y exagerarlos.

5.2. Discusión de resultados de los problemas específicos

La relación entre el Estilo Amarillista y el Morbo de los seguidores del diario “El Hoción” por su fanpage en Facebook, no es significativa; ello debido a que al realizar la Prueba de Correlación de Chi Cuadrado de Pearson el valor de la significancia asintótica bilateral ($p=0.776$) fue superior al nivel de significancia del 5% (0.05), brindando así criterio empírico suficiente para rechazar la hipótesis de la investigación y aceptar la hipótesis nula. Por lo cual

resulta importante mencionar que el estilo amarillista que emplea el Diario El Hoción para en la ejecución de sus publicaciones no se encuentran relacionadas con el empleo del morbo. Asimismo, este resultado se encuentra sustentado con los resultados del análisis descriptivo en el cual a través del cotejo de las publicaciones que realiza el diario El Hoción en su página de Facebook se pudo determinar que en el 40% de las publicaciones existe tergiversación de la información (*Véase tabla 5*), en el 100% se carece de ética periodística (*Véase tabla 8*) y el 65% de los contenidos fueron realizados por personas que desconocen los gustos de los lectores (*Véase tabla 13*). Estos resultados se encuentran acorde con la revisión de la literatura expuesta por Castrillo (2014), quien menciona que el estilo amarillista conforma una modalidad de transferir mensajes banales, exagerados e indecentes, con el propósito de crear sensaciones que ocasionen cambios en el estado de ánimo de la audiencia, lo cual, permita acrecentar sus rendimientos económicos producto de la labor comercial o concretar fines políticos pactados, del mismo modo se encuentra acorde con lo presentado por Ledo y Vasallo (2013) quienes aseveraron que el estilo amarillista se denota por medio de las declaraciones dadas por el protagonista del suceso, confesiones de testigos o documentos policiales, mostrando en sus escritos descripciones exageradas, conjeturas como narraciones ficticias que exponen en demasía aspectos negativos de cualquier acontecimiento, optando por destacar temáticas relacionadas a la farándula.

Por lo tanto se infiere que los resultados expuestos se no encuentran acordes con lo expuesto por Castrillo (2014) y Ledo y Vasallo (2013), y del mismo modo la investigación realizada por Casa y Osorio (2017), quienes *aseveraron que las*

implicancias del estilo sensacionalista o amarillista empleado por los diarios en la transferencia de información, muestran por lo general prejuicios, antivalores, imágenes crudas, entre otros aspectos negativos, que desvirtúan la idoneidad de la información que impide acrecentar el bagaje cultural de los usuarios.

En cuanto a los Criterios en la Construcción Periodística y el Morbo de los seguidores del diario “El Hoción” por su fanpage en Facebook se logró demostrar la no existencia de una relación significativa, ello dado que al realizar la Prueba de Chi Cuadrado de Pearson el valor de la significancia asintótica bilateral ($p=1.000$) fue superior al nivel de significancia del 5% (0.05), brindando así criterio empírico suficiente para rechazar la hipótesis de la investigación y aceptar la hipótesis nula. Por lo cual resulta factible afirmar que los criterios que se usan en la construcción periodística de este medio no están relacionados con el empleo del morbo. Asimismo, estos resultados también se encontraron sustentados con los resultados descriptivos de la investigación, en la cual a través del cotejo de las publicaciones realizadas por el Diario El Hoción a través de su fanpage se pudo determinar que en el 85% de las publicaciones existen imágenes inapropiadas (*Véase tabla 15*), en el 70% el lenguaje empleado no es el correcto (*Véase tabla 16*), el 100% del contenido es sensacionalista (*Véase tabla 19*), en el 100% de las publicaciones no se muestran indicios de ética antes de publicar la información y generalmente es difundido para obtener un mayor número de lectores (*Véase tabla 22*).

Este resultado se encuentra acorde con lo mostrado por Vargas (2012), quien en manifestó las características que se muestran en diarios amarillistas se enfocan en mostrar una gama de imágenes impactantes o estrambóticas

mujeres impúdicas, muerte de personas masacradas, entre otros elementos acompañados con múltiples colores, adoptando un estilo particular que prescinde de transmitir formalidad en relación con el lenguaje castellano, por emplear en demasía términos vulgares, dado que, conforman un requisito crucial para atraer un número considerable de seguidores que corrobore a concretar las metas fijadas. Y del mismo modo aseveraron Ledo y Vassallo (2013), la credibilidad de la información expresada por el medio de comunicación, se deriva de la ética mostrada por el grupo de profesionales de periodismo pues certifica su ideología, cultura o arte en redactar los sucesos acontecidos de forma periódica.

Por lo tanto, es factible inferir que los resultados antes expuestos se encuentran acordes a lo presentado por Vargas (2012), Ledo y Vassallo (2013), además también coherentes con el estudio realizado por Rivera (2017), quien concluyó que, la gran mayoría de la información mostrada por el Diario El Comercio, La República y Perú 21 difunden hechos mediáticos que tienen un estrecha relación con la farándula y los chismes, esto representa un 49.3% de sus publicaciones, dejando de lado su objetivo principal que es la de brindar una información valiosa a sus lectores. Del mismo modo se encuentra acorde con lo expuesto por Arévalo (2017) quien expuso que la adopción de técnicas de comunicación inadecuadas por los periodistas en la transmisión de información que adolece de veracidad, mostrando conductas antiéticas, entre otros elementos poco adecuados que impide la promoción de buenos hábitos.

CONCLUSIONES

Se logró determinar que la prensa amarilla no se relaciona de manera significativa con el morbo de los seguidores del diario “El Hoción” por su fanpage en Facebook, 2018. Ello dado que al realizar la Prueba de Correlación de Chi Cuadrado de Pearson se obtuvo un valor asintótico (0.278) superior al nivel de significancia del 5%. Por lo cual resulta factible manifestar que la prensa amarilla difundida en la información mostrada por el periódico “El Hoción” por medio de su fanpage en Facebook presentan un nivel de morbo en sus publicaciones diarias, esto hace que el diario transmita informaciones sin censura, con contenidos negativos, exagerados, indecentes con imágenes impactantes que promueven comportamientos negativos.

El estilo amarillista no presenta una relación significativa con el morbo de los seguidores del diario “El Hoción” por su fanpage en Facebook; ello debido a que al realizar la Prueba de Correlación de Chi Cuadrado de Pearson el valor de la significancia asintótica bilateral ($p=0.776$) fue superior al nivel de significancia del 5% (0.05), brindando así criterio empírico suficiente para rechazar la hipótesis de la investigación y aceptar la hipótesis nula. Por lo cual resulta importante mencionar que el estilo amarillista que emplea el Diario El Hoción para en la ejecución de sus publicaciones no se encuentran relacionadas con el empleo del morbo.

Y finalmente, se logró demostrar que no existe una relación significativa entre los criterios que se usan en la construcción periodística y el morbo de los seguidores del diario “El Hoción” por su fanpage en Facebook, ello dado que al

realizar la Prueba de Chi Cuadrado de Pearson el valor de la significancia asintótica bilateral ($p=1.000$) fue superior al nivel de significancia del 5% (0.05), brindando así criterio empírico suficiente para rechazar la hipótesis de la investigación y aceptar la hipótesis nula. Por lo cual resulta factible afirmar que los criterios que se usan en la construcción periodística de este medio no están relacionados con el empleo del morbo.

RECOMENDACIONES

Al Ministerio de Transporte y Comunicaciones, que promuevan políticas de estado para que en conjunto se aborde el problema de la prensa amarillista, vale decir, que la investigación deja abierta una gran tarea debido a que se ha evidenciado que en la actualidad se han normalizado los contenidos que no se condicen con el valor de la información, por tanto, deben regular los contenidos, para que aminoren con los intereses de la población el acceso a una información verídica, real y adecuada.

A las universidades como formadores de comunicadores sociales, que se den herramientas a los estudiantes para que puedan usar criterios para discernir los contenidos de calidad de aquellos que no aportan a la sociedad, estableciendo para ello filtros adecuados que permitan de esa manera que los seguidores estén más informados y no se influya en la generación del morbo.

A los futuros investigadores, la presente investigación brinda nuevos horizontes de investigación, con una variable que con el tiempo se ha ido modificando, provocando reacciones diferentes que son dignas de seguir siendo investigadas.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Acevedo, A., & Orozco, J. J. (2014). LA FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA COMO FUENTE PARA LA REPRESENTACIÓN HISTORIOGRÁFICA. *Revista colombiana de Ciencias Sociales*, 5(1), 15. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaFotografiaPeriodisticaComoFuenteParaLaRepresenta-5123833.pdf>
- Almuiña, C., & Antón, M. (2011). *El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español*. Valladolid: Universidad de Valladolid. Obtenido de [file:///C:/Users/AYA0008/Downloads/TESIS139-120206-R%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/AYA0008/Downloads/TESIS139-120206-R%20(1).pdf)
- Ananías, C., & Vergara, K. (2016). Tratamiento informativo del feminicidio en los medios de comunicación digitales chilenos en marzo de 2016: Una aproximación al horizonte actual desde la perspectiva de género. *Comunicación y Medios* (34), 18. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Downloads/42542-1-157791-3-10-20170108.pdf>
- Arévalo, T. (2017). *Ética y televisión sensacionalista*. Lima: Universidad San Martín de Porres. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3168/3/arevalo_vt.pdf
- Balboa, D. (16 de 11 de 2010). Sensacionalismo y especulación en la noticia televisiva. *Punto cero*, 12. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v15n21/a08.pdf>
- Bandura, A. (2007). *Social Cognitive Theory of Mass Communication*. Theoretical Integration and research synthesis Essay.
- Berti, F. (2010). *Creación y Producción en Diseño y Comunicación*. Argentina: Universidad de Palermo. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/163_libro.pdf#page=43

- Boni, F. (2008) *Teorías de los Medios de Comunicación*. Barcelona: Septem Universidad Autónoma
- Calvo-Porrall, C., Martínez-Fernández, V., & Juanatey-Boga, O. (2014). La credibilidad de los medios de comunicación de masas: una aproximación desde el Modelo de Marca Creíble. *Intercom- RBCC*, 37(2), 21-49.
- Carrasosa, L. (2015). El tratamiento sensacionalista y amarillista del suicidio por razones económicas en la prensa estatal y canaria a inicios de la crisis actual (agosto 2007-enero 2009). RIHC. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 1(5), 52-75.
- Casa, S., & Osorio, L. (2017). *Influencia de la prensa sensacionalista escrita en la construcción de la agenda ciudadana en los lectores de Arequipa Metropolitana del 2016*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/3699/Cccaguse.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Casas, R. (2009). La prensa chicha: un análisis cognitivo. *ESTUDIOS*, 23. Obtenido de <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/letras/v80n115/a07.pdf>
- Castrillo, C. (2014). *El sensacionalismo. Algunos elementos para su comprensión y análisis*. España: Alianza Editorial. Obtenido de https://www.alianzaeditorial.es/minisites/manual_web/3491295/CAP3/3_Sensacionalismo.pdf
- Consejo Audiovisual de Andalucía. (28 de Abril de 2018). Noticias teñidas de “sensacionalismo extremo”. *El País*. Obtenido de https://elpais.com/cultura/2018/04/27/television/1524842893_953577.html
- Consejo Nacional de Televisión. (2015). *Identificación de buenas prácticas para la cobertura televisiva de tragedias, desastres y delitos*. Consejo Nacional de Televisión. Departamento de estudios.

- Chilla, S. (01 de Agosto de 2018). Camuflan con sensacionalismo su mediocridad. *La Voz del Sur*. Obtenido de <https://www.lavozdelsur.es/camuflan-con-sensacionalismo-su-mediocridad/>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* ((Sexta ed.) ed.). México: McGraw-Hill.
- Fernández, C., Revilla, J. C., & Dávila, C. (13 de Julio de 2018). MORBO: DISCURSOS SOBRE CONTEMPLACIÓN Y EMISIÓN DE VIOLENCIA EN INFORMATIVOS. *Athenea Digital*, 23. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Desktop/MORBO%201.pdf>
- Fernández, C., Revilla, J., & Dávila, M. (13 de Junio de 2018). Morbo: discursos sobre contemplación y emisión de violencia en informativos. *Athenea Digital*, 1-23. Obtenido de <https://www.raco.cat/index.php/Athenea/article/viewFile/338165/429033>
- Flores, J., Morán, J., & Rodríguez, J. (2009). *Las redes sociales*. Universidad de San Martín de Porres, Unidad de Virtualización académica. Lima: Universidad de San Martín de Porres. Obtenido de <http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf>
- Franco, G. S. (2015). *ANALIS DEL CONTENIDO COMUNICACIONAL SENSACIONALISTA QUE SE DA EN LA RED SOCIAL FACEBOOK PARA EL DESARROLLO DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENCIACION DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL*. Guayaquil - Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/13842/1/TESIS%20Franco%20Glenda.pdf>
- García, L. (2016). *La prensa sensacionalista en relación con el referéndum de Grecia*. Análisis de la versión electrónica de El País, Bild y Ta Nea durante el periodo previo y posterior a la consulta.
- Gómez, E. (2015). *Tratamiento de la información sobre desarrollo humano en los diarios Correo y Jornada de Ayacucho durante el I trimestre del año 2015*.

- Ayacucho-Perú. Obtenido de
file:///C:/Users/User/Downloads/Tesis%20CC77_Gom.pdf
- Gutiérrez, B., Rodríguez, M. I., & Camino, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, 19. Obtenido de
<http://www.redalyc.org/pdf/860/86020052017.pdf>
- Higueras, M. (4 de Marzo de 2016). La "prensa chicha", al servicio de Fujimori: *Libertad Digital*. Obtenido de
<https://www.libertaddigital.com/internacional/latinoamerica/2016-03-05/la-prensa-chicha-al-servicio-de-fujimori-1276569212/>
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 121-128. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Ledo, M., & Vassallo, M. (2013). *El sensacionalismo y la credibilidad del periodista: caso Ecuador*. Ecuador: AssIBERCOM. Obtenido de
https://www.researchgate.net/publication/313506921_El_sensacionalismo_y_la_credibilidad_del_periodista_caso_Ecuador
- Lema, M. (2011). El morbo: ¿sólo atracción malsana? Análisis de su conceptualización en dos culturas. *Romanica.doc*, 12. Obtenido de
<http://studylib.es/doc/5857667/el-morbo--%C2%BFs%C3%B3lo-atracci%C3%B3n-malsana%3F-an%C3%A1lisis-de-su>
- Lévano, C. (11 de Enero de 2015). Prensa popular y prensa chicha. *Diario Uno*. Obtenido de <http://diariouno.pe/columna/prensa-popular-y-prensa-chicha/>
- Macassi, S. (2005). Prensa amarilla y cultura en el proceso electoral. *Asociación de comunicadores sociales Calandria*, 1-52. Obtenido de
file:///C:/Users/AYA0008/Downloads/CALANDRIA-monitoreo_prensa_amarilla_electoral_konrad.pdf

- Martínez-Salanova, E. (2008). Orígenes y algunos avatares de la Prensa Amarilla. *Comunicar*, XV (30), 102-105. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15811864016>
- Montiel, D. (2015). *Análisis de los contenidos periodísticos sensacionalistas que emiten los medios de comunicación impresos de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8705/1/TESIS%20DIGNA%20MAGALY%20MONTIEL%20CARRASCO.pdf>
- Najarro, A., & Páez, I. (2017). *La construcción social del morbo en la sexualidad en la Universidad Nacional*. Costa Rica: Universidad Nacional. Obtenido de http://alas2017.easyplanners.info/opc/tl/5461_isabella_paez_zuniga.pdf
- Oré, E. (2015). *El ABC de la Tesis. Con contrastación de hipótesis* (Primera ed.). Perú, Ayacucho.
- Parra, A., & Domínguez, M. (2009). Los medios de comunicación desde la perspectiva del delincuente. *Opción*, 20(44), 28-54.
- Pujals, S. (2014). *Morbo, género y terror: "la construcción del nihilismo ruso en la prensa liberal española de fin de siglo"*. Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico.
- Quisoroco, M. (2015). *Impacto de los medios de la comunicación escritos en la percepción de la seguridad ciudadana en los habitantes del distrito de Ayacucho-2015*. Ayacucho - Perú. Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/Tesis%20CC96_Qui.pdf
- Quispe, M. M. (2015). *Discurso político de la línea editorial de los diarios ayacuchanos durante las elecciones municipales y regionales 2014*. Ayacucho - Perú. Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/Tesis%20CC97_Qui.pdf
- Ramírez, J. C. (2015). *Las Redes Sociales y su impacto en la agenda mediática (El periódico y prensa Libre)*. GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/01/Ramirez-Jose.pdf>

- Redondo, M. (2011). *TESIS DOCTORAL: EL SENSACIONALISMO Y SU PENETRACIÓN EN EL SISTEMA MEDIÁTICO ESPAÑOL*. Valladolid: Universidad de Valladolid. Obtenido de [file:///C:/Users/User/Downloads/TESIS139-120206-R%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/TESIS139-120206-R%20(2).pdf)
- Rivera, K. (2017). *La banalización del periodismo cultural: Show mediático y contenidos culturales en la prensa escrita peruana*. Piura. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3251/INF_211.pdf?sequence=1
- Rodríguez, R. (2011). La información de sucesos. Temática en prensa escrita. *Correspondencias & Análisis* (01), 17. Obtenido de [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaInformacionDeSucesos-3934228%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaInformacionDeSucesos-3934228%20(2).pdf)
- Saad, A. (2012). El sensacionalismo o la "insurrección" de las masas. *Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*. Obtenido de http://www.razonypalabra.org.mx/varia/N78/1a%20parte/15_Saad_V78.pdf
- Salcedo, A. (13 de Julio de 2018). El infierno de los debates amarillistas de la televisión deportiva. *The New York Times*. Obtenido de <https://www.nytimes.com/es/2018/07/13/amarillismo-periodismo-deportivo-futbol/>
- Sánchez, D. (2013). Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenido. *Ophera Pública*, 4. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/297/29732391011.pdf>
- Schneider, J. (2010). *Una aproximación al sensacionalismo televisivo*. Facultad de Ciencias Sociales. Obtenido de http://webiigg.sociales.uba.ar/iigg/jovenes_investigadores/5jornadasjovenes/EJE5/Políticas%20y%20medios/Schneider.pdf
- Toledano, S., & Ardévol-Abreu, A. (2013). Los medios de comunicación ante las catástrofes y crisis humanitarias: propuestas para una función social del periodismo. *Comunicación y sociedad*, XXVI (3), 190-213.

- Torrigo, E. (2014). El Sensacionalismo. Algunos elementos para su comprensión y análisis. *Sala de prensa*, 2(45). Obtenido de https://www.alianzaeditorial.es/minisites/manual_web/3491295/CAP3/3_Sensacionalismo.pdf
- Vargas, G. (2012). *Fujiprensa: La información de la prensa amarilla en el Perú 1998 - 2000*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de <https://textos.pucp.edu.pe/pdf/3483.pdf>
- Vega, P. (12 de Febrero de 2016). El sensacionalismo en Costa Rica. *Revista internacional de Historia de la Comunicación*. Obtenido de <http://institucionales.us.es/revistarihc/rihc-05-completo.pdf>
- Veloz, G. (2016). *El periodismo sensacionalista en las noticias de Crónica Roja, desde la visión de los estudiantes del séptimo semestre de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil: Caso Diario Extra*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15403/1/VELOZ%20ENCALADA%20TESIS.pdf>

ANEXOS

ANEXO 01: Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA TESIS:		PRENSA AMARILLA EN LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DEL PERIÓDICO “EL HOCICÓN”, A TRAVÉS DE SU FANPAGE EN FACEBOOK, AYACUCHO, 2018.			
AUTOR(ES):		PARIONA PRETEL ANGELA			
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿De qué manera la información que cumple con las características de “prensa amarillista” en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” se relaciona con el morbo de los seguidores en Ayacucho, 2018?	Establecer la relación entre la información que cumple con las características de “prensa amarillista” en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” y el morbo de los seguidores en Ayacucho, 2018.	La información que cumple con las características de “prensa amarillista” en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” tiene relación significativa con el morbo de los seguidores en Ayacucho, 2018.	Prensa Amarilla	Estilo amarillista	Tipo: No experimental Diseño: Descriptivo
				Criterios en la construcción periodística	
Problemas específicos ¿Cuáles son los indicadores del estilo amarillista en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” en relación a los contenidos negativos preferidos por los seguidores? ¿De qué manera los criterios en la construcción periodística del fanpage en Facebook del diario “El Hoción” en relación con los contenidos ocultos que provocan morbo de los seguidores?	Objetivos específicos Identificar los indicadores del estilo amarillista en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” en relación a los contenidos negativos preferidos por los seguidores. Determinar los criterios en la construcción periodística del fanpage en Facebook del diario “El Hoción” en relación con los contenidos ocultos que provocan morbo de los seguidores.	Hipótesis específicas Los indicadores del estilo amarillista en el fanpage en Facebook del diario “El Hoción” tienen relación significativa con los contenidos negativos preferidos por los seguidores. Los criterios en la construcción periodística del fanpage en Facebook del diario “El Hoción” tiene relación significativa con los contenidos ocultos que provocan morbo de los seguidores.	El morbo	Contenidos negativos	Medios de Certificación
				Contenidos ocultos	Técnica Observación Instrumentos Lista de cotejo

ANEXO 02: Matriz maestra.

Prensa Amarilla																				
Estilo Amarillista											Criterios en la Construcción Periodística									
	Preg. 1	Preg. 2	Preg. 3	Preg. 4	Preg. 5	Preg. 6	Preg. 7	Preg. 8	Preg. 9	Preg. 10	Preg. 11	Preg. 12	Preg. 13	Preg. 14	Preg. 15	Preg. 16	Preg. 17	Preg. 18	Preg. 19	Preg. 20
1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2
2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2
3	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2
4	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2
5	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2
6	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
7	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1
8	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2
9	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2
10	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2
11	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1
12	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1
13	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1
14	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1
15	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1
16	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1
17	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2
18	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
19	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2
20	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1

	El Morbo																			
	Contenidos negativos										Contenidos ocultos									
	Preg. 21	Preg. 22	Preg. 23	Preg. 24	Preg. 25	Preg. 26	Preg. 27	Preg. 28	Preg. 29	Preg. 30	Preg. 31	Preg. 32	Preg. 33	Preg. 34	Preg. 35	Preg. 36	Preg. 37	Preg. 38	Preg. 39	Preg. 40
1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1
2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1
3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
4	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1
5	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1
6	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2
7	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2
8	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1
9	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1
10	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1
11	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1
12	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1
13	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1
14	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1
15	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1
16	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1
17	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2
18	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2
19	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1
20	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1

ANEXO 03: Instrumento de recolección de datos

Publicaciones del periódico “El Hocicón” en su fanpage de Facebook						
N° de publicaciones por periodo mensual	Tipo de publicaciones	Descripción de la publicación	Fecha de publicación	Promedio máximo de likes	Promedio máximo de publicaciones compartidas	Promedio máximo de comentarios por publicación
	Imágenes Vídeos Titulares Noticias Frases					

LISTA DE COTEJO

VARIABLES	DIMENSIONES	ÍTEMS	SI	NO
Prensa Amarilla	Estilo Amarillista	Se exponen imágenes grotescas		
		Existe tergiversación de la información		
		Emplea calificativos prejuicios		
		Tiene filtros adecuados		
		Tienen ética periodística		
		Llama la atención del público		
		Los contenidos son verídicos		
		Influye en su vida diaria lector		
		Se comprende fácilmente		
		Los periodistas de este estilo conocen los gustos de sus lectores		
	Criterios en la Construcción Periodística	Muestra fotografías inapropiadas		
		El lenguaje empleado en la redacción es correcto		
		Las fuentes que citan son confiables		
		Las temáticas de los relatos son reales		
		Los contenidos son sensacionalistas		
		El contenido político es sensacionalista		
		Tienen ética antes de publicar una información		
		Se difunde para obtener un mayor número de lectores		
		Tiene publicaciones atractivas		
		Crean artículos al servicio de la sociedad		
Contenidos negativos	Contenidos negativos	Transmite noticias relacionados a los accidentes		
		Transmite noticias relacionados a los desastres		
		Transmite noticias relacionados a los hechos terroristas		
		Transmite noticias relacionados a los asesinatos		
		Transmite noticias relacionados a los secuestros		
		Transmite noticias relacionados a escenas sangrientas		
		Transmite noticias relacionados a las torturas		
		Transmite noticias relacionados a las guerras		
		Transmite noticias relacionados a los incendios		
		Transmite noticias relacionados a las violaciones		
		Atentan en contra de la dignidad humana		
		Expone fotografías sin censura		
		Transmite escenas de pornografía o similares		
		Transmite contenidos violentos		




El Morbo	Contenidos ocultos	Lo difundido en la prensa escrita influye en la conducta		
		Transmite contenidos eróticos		
		Genera problemas de distinción entre la ficción y la realidad		
		Los temas que se difunden tienen un contenido de farándula		
		Difunden contenidos agradables		
		Los contenidos influyen en nuestra percepción		


LISTA DE COTEJO

N°	Publicaciones difundidas por el periódico "El Hoción"	Especificaciones
01	<p style="text-align: center;">Hallan muerto a trabajador del INPE tras jugar el fin de semana</p> <p style="text-align: center;">No se supo nada de él desde el sábado, hasta que sus familiares lo encontraron en su propia habitación quienes sospechan de un asesinato</p>  <p>la parte administrativa, proveniente de su notal Huancayo, para lo cual había alquilado un cuarto en la Av. Arenales. Al momento de ser encontrado el cuerpo llevaba varias horas inerte, a tal punto que el rostro se le había oscurecido totalmente; sin embargo, hay dos hipótesis que la policía estaría manteniendo en torno a la muerte de Huamani Ogasi. Se dice que probablemente el occiso se habría ido de largo luego de brindar con sus familiares a la hora del almuerzo y que al retornar a su cuarto se quedó profundamente dormido, hecho que habría ocasionado la estufa. Por otra parte, los familiares no descartan que Ricardo Huamani haya sido asesinado por alguna persona; en todo caso la policía viene realizando las investigaciones del caso, ya que fueron ellos quienes alertados por los familiares fueron al lugar de los hechos a res-</p> <p>formación a la cual tuvimos acceso haría presumir que la primera hipótesis tendría mayor posibilidad de ser verdad, ya que en febrero del 2015, Ricardo Huamani Ogasi fue intervenido en la ciudad de Huancavelica junto a otros dos sujetos en estado de ebriedad y portando armas. Se supo que por esos hechos los 3 intervenidos eran personal del INPE-Huancavelica y que tenían permiso para portar las armas; sin embargo, solo mostraron su identificación como trabajadores penitenciarios; pero ningún documento de las armas. Ante esto, se podría presumir que el trabajador del INPE se habría excedido en la celebración el día sábado, hecho que le costó la vida y ahora sus familiares lloran su partida. Por otro lado, los santos mensajes de familiares, amigos y compañeros de trabajo no se hicieron esperar en las redes sociales, que</p>	<p>Fecha: 01 mayo 2018</p> <p>N° Comentarios: 2</p> <p>N° Reacciones (Likes): 82</p> <p>N° Veces Compartido: 28</p> <p>Descripción: Imágenes de una persona muerta sin ninguna censura.</p>
02	<p style="text-align: center;">Habla la 'Terruca' del Vraem</p> <p style="text-align: center;">Asesina de policías y soldados, camarada 'Vilma' da la cara y emite un mensaje de adoctrinamiento. Es la mujer de 'Gabriel', uno de los hermanos caídos del clan Quispe Palomino</p>  <p>Pedro Yaraña, el especialista en temas de narcotráfico y terrorismo, hizo público en su cuenta de Facebook un video de YouTube de la presunta camarada "Vilma" del grupo narcoterrorista conocido como Militancia Partido Comunista del Perú (MPCP), dirigido por los hermanos Quispe Palomino. Se trata de una de las mujeres más sanguinarias del Valle del Río Apurímac y Ene (Vraem), quien se perfila como un mundo nuevo en esta organización convertida en una firma más del narcotráfico. Con el cabello corto aparece en una escenografía montada en un campamento móvil con banderas rojas con la hoz y el martillo y un fusil AKM sobre la mesa, en algún lugar del Vraem, para emitir un mensaje precario de adoctrinamiento dirigido a las mujeres, en su proyecto desafiado de imponer el socialismo y comunismo en el mundo a través de la "lucha armada". "La mujer no es bella porque luce diamante, oro y plata, sino, porque sus acciones son revolucionarias. Tampoco la mujer es bella y hermosa, porque se maquilla, se cueñgan collares y pulseras, se pintan las uñas y los labios y otras monerías, sino por sus ideas y acciones correctas, principalmente armadas, se sienten las mujeres sagradas de las amplias masas populares", sostiene la mujer vestida de azul. "En este Siglo 21, que es el siglo de la revolución proletaria, socialista mundial, y de las justas crecientes protestas populares de los pueblos, las mujeres respetadas y de valor son todas aquellas que empuñan los instrumentos y estudia para producir y desarrollar las leyes de a ciencia y tec-</p> <p>La policía asegura que la terrorista dirige una escuela de adoctrinamiento a instrucción millón. Nació y creció en las masas rurales de los Quispe Palomino.</p>	<p>Fecha: 05 mayo 2018</p> <p>N° Comentarios: 3</p> <p>N° Reacciones (Likes): 58</p> <p>N° Veces Compartido: 34</p> <p>Descripción: Imágenes de personas muertas y muestran mensaje de Terrorista.</p>

<p>03</p>	 <p>serenazgo de llevar pasajeros en la tolva del vehículo con las consecuencias lamentables que hoy conocemos. Por versión de las familias por personal del Sistema Móvil de Atención de Urgencias (SAMU), los mismos que fueron internados en la Sala de Emergencias del Hospital Regional de Arequipa, relatan que el conductor de la camioneta de color plomo, perdió el control cuando conducía a excesiva velocidad sufriendo un desvío con varias vueltas de campana al lado derecho de la vía. Las víctimas mortales viajaban en la tolva de la camioneta, quienes parecían apilados por el propio vehículo, falleciendo en el acto, dos varones y una mujer adulta, cuyas identidades aún se desconocen. Ni bien ocurrió el accidente, se contabilizó un total de 10 personas heridas, quienes fueron auxiliadas inicialmente por morados del lugar. Uno de ellos, el más grave, murió en el hospital. Respecto a un centro de salud de la zona, sumando a 4 personas fallecidas en el momento de salir en el F.M.</p> <p>El rostro de uno de los serenos de la camioneta fatigada antes de ingresar a la Sala de Emergencias</p> <p>El rostro de uno de los serenos de la camioneta fatigada antes de ingresar a la Sala de Emergencias</p> <p>El rostro de uno de los serenos de la camioneta fatigada antes de ingresar a la Sala de Emergencias</p> <p>El rostro de uno de los serenos de la camioneta fatigada antes de ingresar a la Sala de Emergencias</p>	<p>Fecha: 12 mayo 2018</p> <p>N° Comentarios: 2</p> <p>N° Reacciones (Likes): 136</p> <p>N° Veces Compartido: 58</p> <p>Descripción: Se muestra imágenes de una persona ensangrentada.</p>
<p>04</p>	 <p>Página 5</p> <p>Comerciante naturista habría sido asesinado por su protegido</p>	<p>Fecha: 12 junio 2018</p> <p>N° Comentarios: 11</p> <p>N° Reacciones (Likes): 73</p> <p>N° Veces Compartido: 77</p> <p>Descripción: Imágenes sin censura</p>
<p>05</p>	 <p>Algunos sostienen que el alcalde y su amante que ganó una licitación millonaria. Roger Ochoa, podría recibir el escándalo por salir de prisión.</p> <p>Amor por billete</p> <p>La historia de un amor prohibido escrito bajo la sombra de una licitación tramposa y coimas entre el alcalde de Vilcashuamán Roger Ochoa y su presunta amante y representante de un consorcio empresarial Lucinda Aquino Moya</p>	<p>Fecha: 15 junio 2018</p> <p>N° Comentarios: 1</p> <p>N° Reacciones (Likes): 44</p> <p>N° Veces Compartido: 77</p> <p>Descripción: información sin fuentes exactas.</p>

<p>06</p>	 <p>Fiesta terminó en tragedia Un muerto y seis heridos al volcar un automóvil con toda una familia que retornaba de una celebración popular a su pueblo.</p>	<p>Fecha: 16 junio 2018</p> <p>N° Comentarios: 10</p> <p>N° Reacciones (Likes): 51</p> <p>N° Veces Compartido: 14</p> <p>Descripción: Se muestra el cuerpo de la víctima sin ninguna censura.</p>
<p>07</p>	<p>Tragedia rondó Día del Padre Choque frontal de dos autos casi mata a toda una familia. Uno de los choferes se encontraba borracho y sin documentos.</p>  <p>La vía Los Libertadores volvió a teñirse de sangre. Por las inmediaciones del grifo "Folúca", el estribo del choque frontal de dos automóviles movilizó a los pocos parroquianos que hacían su paso por el lugar, quienes al constatar que tres miembros de una familia resultaron gravemente heridos, solicitaron el auxilio médico y de la policía a través de la línea de emergencia 105, a las 18.50 de la noche de ayer. No pasaron ni diez minutos y la ambulancia de la Estación de Bomberos Voluntarios N° 63 de Ayacucho, fue el primero en llegar a la escena del accidente. Los hombres de rojo luego de asistir con los primeros auxilios a los hermanos Flora y Celso Fernández Can-</p> <p>31 años, los trasladaron de inmediato al hospital regional de Ayacucho. El hermano de ambos pacientes, Edwin Fernández Cancho-Huamán (30), también fue trasladado al mismo nosocomio por la ambulancia del Sistema de Atención Móvil de Urgencias del Ministerio de Salud (SAMU). Los médicos de la Sala de Emergencias del Hospital Regional de Ayacucho, diagnosticaron a todos los heridos con fuertes daños en el cráneo y contusiones en distintas partes del cuerpo, siendo necesario su inmediato traslado a la Unidad de Cuidados Intensivos. Por su parte, los tripulantes de los patulleros PL-21453 y PL-21412, constataron que los conductores de los vehículos que colisionaron estaban</p>	<p>Fecha: 18 junio 2018</p> <p>N° Comentarios: 18</p> <p>N° Reacciones(Likes): 58</p> <p>N° Veces Compartido: 15</p> <p>Descripción: Se muestra el cuerpo de la víctima sin ninguna censura.</p>
<p>08</p>	 <p>Venganza de candidatos La cobarde agresión al líder del Movimiento Regional "Alianza Renace Ayacucho" por la turba del precandidato frustrado Rubén Loayza.</p>	<p>Fecha: 22 junio 2018</p> <p>N° Comentarios: 4</p> <p>N° Reacciones(Likes): 28</p> <p>N° Veces Compartido: 19</p> <p>Descripción: imágenes editadas mostrando violencia</p>

<p>09</p>	 <p>Casi lo matan a golpes</p> <p>Mijael Sosa Mallqui y su novia fueron atacados por pandilleros en el corazón de la ciudad al salir de un centro nocturno</p>	<p>Fecha: 02 julio 2018</p> <p>N° Comentarios: 12</p> <p>N° Reacciones(Likes): 70</p> <p>N° Veces Compartido: 7</p> <p>Descripción: Imágenes de una persona ensangrentada</p>
<p>10</p>		<p>Fecha: 02 julio 2018</p> <p>N° Comentarios: 37</p> <p>N° Reacciones (Likes): 152</p> <p>N° Veces Compartido: 102</p> <p>N° Veces reproducido: 12 mil</p> <p>Descripción: Video de un hombre golpeado y ensangrentado</p>
<p>11</p>	 <p>Hombre mata con pico a su mujer</p> <p>Una discusión de pareja terminó en un siniestro feminicidio. El autor del cobarde ataque ya se encuentra detenido.</p>	<p>Fecha: 03 julio 2018</p> <p>N° Comentarios: 6</p> <p>N° Reacciones (Likes): 119</p> <p>N° Veces Compartido: 51</p> <p>Descripción: Se muestra el cuerpo de la víctima sin ninguna censura.</p>

<p>12</p>	 <p>Hijos matan a su madre en rito satánico</p> <p>Una de ellas le sacó las vísceras con sus manos para arrojarla a un canal de riego y luego se bañó con su sangre invocando al demonio.</p>	<p>Fecha: 16 julio 2018</p> <p>N° Comentarios: 2</p> <p>N° Reacciones (Likes): 65</p> <p>N° Veces Compartido: 18</p> <p>Descripción: Se muestra el cuerpo de la víctima sin ninguna censura.</p>
<p>13</p>	<p>Percy Condori Quispe fracturó la cervical para que su hermana le arranque los intestinos de su progenitora bajo el pretexto demencial que gestaba un hijo de satanas.</p>  <p>Teodora Quispe Cayllanza (78), falleció de una fractura cervical que le provocó un shock hipotérmico que impidió que el corazón de la víctima bombease suficiente sangre al cuerpo dejando que sus órganos vitales dejen de funcionar, según las conclusiones del Informe Policial N° 159-2018-VI/MA-CREGPOL-A-I-RPA-DI-VINORI-DEPINORI-G3. Para los investigadores el presunto autor de tan abominable delito es Percy Condori Quispe (40), el único hijo con quien compartía su hogar la víctima mortal del siniestro rito de sanación ocurrido en</p> <p>Señalera Quispe y el cuerpo de la víctima desde que hijos lo asesinaron en un rito siniestro de sanación.</p>	<p>Fecha: 19 julio 2018</p> <p>N° Comentarios: 5</p> <p>N° Reacciones (Likes): 74</p> <p>N° Veces Compartido: 37</p> <p>Descripción: Se muestra el cuerpo de la víctima sin ninguna censura.</p>
<p>14</p>	<p>Crimen policial</p>  <p>Estrangulan a músico</p> <p>Su cuerpo fue abandonado en un riachuelo tras haber sido asesinado en otro lugar</p>	<p>Fecha: 27 julio 2018</p> <p>N° Comentarios: 18</p> <p>N° Reacciones (Likes): 123</p> <p>N° Veces Compartido: 175</p> <p>Descripción: Se muestra el cuerpo de la víctima sin ninguna censura.</p>

<p>15</p>	 <p>Sicario mata a estudiante y hiere a su novia</p> <p>"Joelito" peligroso criminal que fugó del penal de Ayacucho, sería el homicida que mató a un muchacho que impidió que su novia sea violada. La víctima del intento de violación también recibió un impacto de bala en el rostro y aún vive.</p>	<p>Fecha: 9 agosto 2018</p> <p>N° Comentarios: 3</p> <p>N° Reacciones (Likes): 67</p> <p>N° Veces Compartido: 74</p> <p>Descripción: Se muestra el cuerpo de la víctima sin ninguna censura.</p>
<p>16</p>	 <p>Investigan a dos policías por muerte de chofer</p> <p>Especialistas del Ministerio Público volvieron a exhumar los restos de la víctima que apareció muerto en un barranco tras ser intervenido con droga en el puesto policial de Machente</p>	<p>Fecha: 9 agosto 2018</p> <p>N° Comentarios: 3</p> <p>N° Reacciones (Likes): 67</p> <p>N° Veces Compartido: 74</p> <p>Descripción: Se muestra el cuerpo de la víctima sin ninguna censura.</p>
<p>17</p>		<p>Fecha: 23 abril 2018</p> <p>N° Comentarios: 62</p> <p>N° Reacciones (Likes): 281</p> <p>N° Veces Compartido: 582</p> <p>N° veces reproducida: 34 mil</p> <p>Descripción: Se muestra el cuerpo de la víctima sin ninguna censura.</p>

<p>18</p>	<p>Martes, 17 de Abril del 2018 Precio: S/. 0.70 Año N° 957 El Garcésano de la Vega N° 257 Telenax: 066315132 - AYACUCHO</p> <p>Maestra muere arrollada por camión</p> <p>Un pesado vehículo se desenganchó y al correr cuesta abajo arrasó con todo lo que halló a su paso.</p> <p>Páginas 9-10</p>	<p>Fecha: 17 abril 2018</p> <p>N° Comentarios: 8</p> <p>N° Reacciones (Likes): 109</p> <p>N° Veces Compartido: 59</p> <p>Descripción: Se muestra el cuerpo de la víctima sin ninguna censura.</p>
<p>19</p>	<p>Denuncian a juez por tener sexo con una litigante</p> <p>Oficina Desconcentrada de Control Interno del Ministerio Público de Ayacucho, investiga presunto chantaje sexual de un magistrado para favorecer a una madre cuya pareja lo demandó por la tenencia legal de su menor hijo.</p> <p>Páginas 8 - 9 - 10</p>	<p>Fecha: 12 abril 2018</p> <p>N° Comentarios: 9</p> <p>N° Reacciones (Likes): 76</p> <p>N° Veces Compartido: 27</p> <p>Descripción: uso de palabras grotescas.</p>
<p>20</p>	<p>Un padre de familia ejemplar halló trágica muerte en manos de desalmados asaltantes en la Feria Ganadera del distrito de San Juan Bautista en Ayacucho, para despojarle casi seis mil soles, producto de la venta de sus 4 ganados. La violencia asesina campea en Huamanga.</p> <p>-1:52</p>	<p>Fecha: 9 abril 2018</p> <p>N° Comentarios: 110</p> <p>N° Reacciones (Likes): 508</p> <p>N° Veces Compartido: 684</p> <p>N° veces reproducida: 27 mil</p> <p>Descripción: Se muestra el cuerpo de la víctima sin ninguna censura.</p>

ANEXO 05: Confiabilidad del instrumento

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	p29	p30	p31	p32	p33	p34	p35	p36	p37	p38	p39	p40	Prom			
C1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
C2	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	21	
C3	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	23	
C4	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	20		
C5	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	25		
C6	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	24	
C7	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27		
C8	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	26	
C9	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	32	
C10	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	30
C11	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	27
C12	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	29
C13	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	23	
C14	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	24	
C15	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	21		
C16	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	22

C17	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	19				
C18	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	23			
C19	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	26						
C20	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	24						
C21	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	23								
C22	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27						
C23	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	23						
C24	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	24						
C25	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	16						
C26	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	23								
C27	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	18							
C28	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	28					
C29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	40						
C30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	40						
p	0,5666 6667	0,6	0,6666 6667	0,5333 3333	0,5	0,4333 3333	0,4666 6667	0,4333 3333	0,6	0,6	0,3	0,5333 3333	0,6	0,6	0,6	0,4	0,4	0,5666 6667	0,4666 6667	0,6	0,8	0,6333 3333	0,7333 3333	0,7666 6667	0,7666 6667	0,8333 3333	0,5666 6667	0,7666 6667	0,6	0,4333 3333	0,8	0,6333 3333	0,7333 3333	0,7666 6667	0,7666 6667	0,8333 3333	0,5666 6667	0,7666 6667	0,6	0,4333 3333	0,8	0,6333 3333	0,7333 3333	0,7666 6667	0,7666 6667	0,8333 3333	0,5666 6667	0,7666 6667	0,6	0,4333 3333	49,37 4712 6
q=(1-p)	0,4333 3333	0,4	0,3333 3333	0,4666 6667	0,5	0,5666 6667	0,5333 3333	0,5666 6667	0,4	0,4	0,7	0,4666 6667	0,4	0,4	0,4	0,6	0,6	0,4333 3333	0,5333 3333	0,4	0,2	0,3666 6667	0,2666 6667	0,2333 3333	0,2333 3333	0,1666 6667	0,4333 3333	0,2333 3333	0,4	0,5666 6667	0,2	0,3666 6667	0,2666 6667	0,2333 3333	0,2333 3333	0,1666 6667	0,4333 3333	0,2333 3333	0,4	0,5666 6667	0,2	0,3666 6667	0,2666 6667	0,2333 3333	0,2333 3333	0,1666 6667	0,4333 3333	0,2333 3333	0,4	0,5666 6667	
(p)(q)	0,2455 5556	0,24	0,2222 2222	0,2488 8889	0,25	0,2455 5556	0,2488 8889	0,2455 5556	0,24	0,24	0,21	0,2488 8889	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,2455 5556	0,2488 8889	0,24	0,16	0,2322 2222	0,1955 5556	0,1788 8889	0,1788 8889	0,1388 8889	0,2455 5556	0,1788 8889	0,24	0,2455 5556	0,16	0,2322 2222	0,1955 5556	0,1788 8889	0,1788 8889	0,1388 8889	0,2455 5556	0,1788 8889	0,24	0,2455 5556	0,16	0,2322 2222	0,1955 5556	0,1788 8889	0,1788 8889	0,1388 8889	0,2455 5556	0,1788 8889	0,24	0,2455 5556	

n=30

$$R_n = \frac{n}{n-1} x \frac{\sum pq}{V_t}$$

KR(20) 0,77234415
