



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SECCIÓN DE POSGRADO**

**RELACIÓN ENTRE EL BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL  
NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN Y LA PERCEPCIÓN CRÍTICA DE  
LOS ESTUDIANTES DEL DÉCIMO CICLO DE LA ESCUELA  
PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA  
UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS, MIRAFLORES, EN EL AÑO 2018**

**PRESENTADA POR  
LUIS ENRIQUE ORTEGA PALACIOS**

**ASESOR  
YULVITZ RAMÓN QUIROZ PACHECO**

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

**LIMA – PERÚ**

**2019**



**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**  
**SECCIÓN DE POSGRADO**

**TESIS**

**RELACIÓN ENTRE EL BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO  
PRIMERA EDICIÓN Y LA PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DEL  
DÉCIMO CICLO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS, MIRAFLORES, EN  
EL AÑO 2018**

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

**PRESENTADO POR:  
LIC. LUIS ENRIQUE ORTEGA PALACIOS**

**ASESOR  
DR. YULVITZ RAMÓN QUIROZ PACHECO**

**LIMA, PERÚ  
2019**

## **DEDICATORIA**

A Fabio Diaz Castañeda, compañero de la maestría a quien los caprichos de la vida no le permitieron cumplir su anhelado sueño. Mi esfuerzo va por ti estimado amigo.

## **AGRADECIMIENTO**

A todas las personas que me facilitaron información y a aquellas que me orientaron y alentaron para desarrollar esta investigación.

A mi esposa Maritza y mi hijo Luis Eduardo, por su afecto, apoyo incondicional y confianza durante todo el tiempo que ha llevado desarrollar este trabajo.

## INDICE

<b>PORTADA</b>	
<b>DEDICATORIA</b>	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>III</b>
<b>ÍNDICE</b>	<b>IV</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>XI</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>XII</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
A. Descripción de la realidad problemática	1
B. Formulación del problema	4
a. Problema principal	4
b. Problemas específicos	4
C. Objetivos de la investigación	5
a. Objetivo principal	5
b. Objetivos específicos	5
D. Justificación de la investigación	6
a. Importancia de la investigación	6
b. Viabilidad de la investigación	7
E. Limitaciones del estudio	7
F. Enfoque y tipo de diseño metodológico, métodos, población y muestra	7

a. Enfoque	7
b. Diseño de investigación:	8
c. Tipo de investigación:	8
d. Población:	8
e. Muestra:	8
G. Estructura de la tesis	8
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO	10
1.1. Antecedentes de la investigación	10
1.1.1. Tesis internacionales	10
1.1.2. Tesis nacionales	13
1.2. Bases teóricas	15
1.2.1. Planteamientos teóricos	15
1.2.1.1. Teoría de la agenda setting, (Mc Combs y Shaw: 1972)	15
1.2.1.2. Teoría de Framing (Gaye Tuchman, 1978)	16
1.2.2. Bloque de espectáculos	16
1.2.2.1 AGENDA INFORMATIVA	24
1.2.2.2 Conducción	30

1.2.2.3 Lenguaje audiovisual	34
1.2.2.3.1 ASPECTOS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL	36
1.2.2.3.1.1. ASPECTO MORFOLÓGICO	36
1.2.2.3.1.2. ASPECTO SINTÁCTICO	36
1.2.2.3.1.2.1. CLASIFICACION DE LOS PLANOS	36
a. Primerísimo Primer Plano	37
b. Plano Detalle	37
c. Primer Plano	37
d. Plano Busto	37
e. Plano Medio	37
f. Plano Americano	37
g. Plano Entero	37
h. Plano Conjunto	37
i. Plano General	37
j. Gran Plano General	38
1.2.2.3.1.2.2. CLASIFICACION DE LOS ÁNGULOS	37
a. Ángulo Normal	38
b. Ángulo Picado	38
c. Ángulo Contra picado	38
d. Ángulo Cenital	38

e. Ángulo Nadir	39
1.2.2.3.1.2.3. CLASIFICACION DE LOS	
MOVIMIENTOS DE CÁMARA	39
a. Paneo	39
b. <i>Tilt</i>	39
c. <i>Travelling</i>	39
d. Cámara Pluma	40
e. <i>Steady cam</i>	40
f. Grúa o <i>Crane</i>	40
g. Zoom	40
1.2.2.3.1.2.4. ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN	41
a. Líneas	41
b. El Aire	41
c. La regla de los tercios	41
d. Simetría	41
e. Profundidad de Campo	42
f. Distancia focal	42
g. Continuidad o <i>raccord</i>	42
h. La temperatura de color	42
i. Montaje o edición	43

j. Gráficas	43
1.2.2.3.1.3. ASPECTO SEMÁNTICO	43
1.2.2.3.2. CARACTERÍSTICAS FORMALES DEL NOTICIERO	44
1.2.2.3.2.1. EDICIÓN Y POST PRODUCCIÓN	46
a. <i>Stand Up</i>	46
b. Locución en <i>off</i>	46
c. Testimonios	47
d. Entrevistas	47
e. Tomas de apoyo	47
f. Sonido ambiental	47
g. Música	47
1.2.3. PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES	49
1.2.3.1. Valor periodístico	53
1.2.3.2. Perfil profesional	58
a. Sentido de la noticia	62
b. Garra periodística	62
c. Cultura de actualidad	62
d. Respeto de principios	62
e. Resistencia física	64
1.2.3.3 Mensaje	67

1.3 Definición de términos básicos	74
<b>CAPÍTULO II HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>79</b>
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivada	79
2.1.1. Hipótesis principal	79
2.1.2. Hipótesis específicas	79
2.2 Variables y definición operacional	80
<b>CAPÍTULO III METODOLOGÍA</b>	<b>81</b>
3.1 Diseño metodológico	81
3.1.1. Diseño de investigación	81
3.1.2. Tipo de investigación	81
3.1.3. Nivel de investigación	81
3.1.4. Método de investigación	82
3.2 Diseño muestral	82
3.2.1 Población	82
3.2.2 Muestra	83
3.3 Técnicas de recolección de datos	84
3.3.1 Técnicas	<b>84</b>
3.3.2 Instrumentos	84
3.3.3 Validez de instrumento de medición	84
3.3.4 Confiabilidad de instrumento de medición	87

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	89
3.5 Aspectos éticos	89
CAPÍTULO IV RESULTADOS	90
4.1 Presentación de análisis y resultados	90
4.1.1 Prueba de hipótesis	141
4.1.1.1 Hipótesis principal	141
4.1.1.2 Hipótesis específica primera	144
4.1.1.3 Hipótesis específica segunda	146
4.1.1.4 Prueba a la hipótesis específica tercera	148
CAPÍTULO V DISCUSIÓN	150
CONCLUSIONES	154
RECOMENDACIONES	157
FUENTES DE INFORMACIÓN	159
ANEXOS	164

## RESUMEN

Esta investigación busca identificar cómo el bloque de espectáculos del noticiero de América Televisión durante el año 2018 ha servido de modelo para las propuestas de producción de estudiantes del último ciclo de ciencias de la comunicación. A lo largo de este trabajo se muestra el proceso de selección de las notas periodísticas, se ha analizado cuáles son los criterios para el diseño del perfil de la conductora y se busca de identificar el valor periodístico de las notas presentadas en los bloques de espectáculos.

El ser periodista implica una preparación académica especial, por eso se ha buscado establecer cuáles son los rasgos del perfil de los profesionales involucrados en la realización periodística en general para luego hacer un análisis de las características de los miembros de los bloques de espectáculos. De igual manera se ha identificado los elementos formales que componen el lenguaje audiovisual usado en los bloques de espectáculos. Por otro lado, se busca entender en qué condiciones los estudiantes de ciencias de la comunicación perciben el trabajo realizado en los bloques de espectáculos, así mismo se intenta dar un concepto de lo que es el bloque de espectáculos pues no existe una definición al respecto, algunos autores hacen referencia del término “periodismo de espectáculos” pero no específicamente de lo que es un bloque de espectáculos y cuáles son sus características. Finalmente, esta investigación intenta proponer algunas recomendaciones sobre cómo afrontar la enseñanza de la producción periodística en busca de desarrollar un espíritu más crítico del estudiante universitario.

Palabras clave: Noticieros – Bloques - Espectáculos – Estudiantes – Percepción crítica

## **ABSTRACT**

This research seeks to identify how the entertainment block of the América Televisión news of 2018 has served as a model for the elaboration of proposals of production by senior students of Communication Sciences. Throughout this work, the process of selection of news stories is shown, the criteria used for the design of the profile of the presenter has been analyzed and it is sought to identify the journalistic value of the stories presented in the entertainment block.

Being a journalist implies a special academic preparation; therefore, it has been sought to establish what are the features of the profile of the professionals involved in general journalism to then analyze the characteristics of the members of the entertainment block. Moreover, the formal elements, which compose the audio-visual language used in the entertainment block, have been identified. Furthermore, it is sought to understand in which conditions the students of Communication Sciences perceive the work done in the entertainment blocks. In addition, it is attempted to give a concept of what the entertainment block is as there is no definition about it, although some authors make reference to the term “entertainment journalism” but not specifically to what is an entertainment block and what are its characteristics. Finally, this research attempts to propose some recommendations on how to address the teaching of journalistic production in order to develop a more critical spirit of the university student.

Key words: News – Blocks - Entertainment – Students - Critical perception

## INTRODUCCIÓN

### A. Descripción de la realidad problemática

En las dos últimas décadas se ha desarrollado un proceso de crecimiento significativo de los espacios de espectáculos en los noticieros matutinos y el nivel de rating que consiguen es más alto, lo que refleja la acentuada aceptación del público televidente.

Esto obedece a que la televisión actual mezcla géneros como el informativo y el entretenimiento con una finalidad comercial pues en el fondo son empresas privadas que necesitan de ingresos. Esta tendencia es conocida como *infotainment* o infoentretenimiento, término que hace referencia a la hibridación de los géneros anteriormente mencionados.

Haciendo un rápido análisis de los contenidos, nos encontramos con personajes y hechos que destacan más por sus escándalos que por sus éxitos artísticos o culturales. Es común encontrar noticias sobre infidelidades, intercambio de palabras entre artistas, cambios de look, conflictos policiales y todo aquello que pueda generar especulación y comentarios del televidente.

Muchas veces no se tiene cuidado en el tratamiento de los contenidos dejando pasar palabras de alto calibre o ademanes groseros. Tampoco hay cuidado en exponer la vida privada de personajes de la farándula, sus peleas, sus intercambios de palabras y hasta sus intimidades.

Uno de los más importantes abanderados de ese estilo periodístico es el Bloque de Espectáculos de Primera Edición de América Televisión, donde se presentaba las noticias de la farándula con un estilo muy fresco imprimiendo un carácter de “normalidad” a todas las notas de este tipo. Actualmente la conducción está a cargo de Rebeca Scribens quien también emplea un estilo bastante desenfadado y coloquial.

Aquí han sido recurrentes personajes como Susy Díaz, Monique Pardo, Florcita Polo, los integrantes del programa “Esto es guerra”, los actores de las novelas y series de América TV y muchos más que destacan más por sus escándalos que por algún mérito artístico.

Paralelamente, se puede ver un sostenido aumento de las producciones nacionales en el campo del cine, teatro, música, danza y demás expresiones artísticas. Cada semana hay estrenos de obras teatrales de gran envergadura, excelente actuación, historias interesantes y una puesta en escena de muy alta calidad.

El número de estrenos cinematográficos nacionales que vienen precedidos de premios internacionales también es significativo. Todos los meses hay grandes festivales de música donde participan algunas decenas de bandas nacionales y extranjeras que congregan a miles de fanáticos. Así mismo, la danza urbana se ha desarrollado muchísimo en los últimos años.

Sin embargo, este tipo de eventos no tiene mayor cabida en los bloques de espectáculos de los noticieros, pese al rótulo de estos, a menos que haya de por medio algún escándalo o alguna circunstancia insólita.

Quienes seleccionan los contenidos o construyen los cuadros de comisiones de los bloques de espectáculos son los productores de cada bloque y siempre están buscando aquellas noticias que puedan contener más escándalo bajo la premisa de “eso vende”, es decir, destacan los hechos o personajes que van a generar más comentarios en el televidente.

Cabe entonces preguntarse qué formación tienen esos productores y resulta llamativo descubrir que la mayoría son egresados universitarios, que han tenido una formación académica basada en la ética, la moral y la responsabilidad social.

Esto lleva a presumir que hay un divorcio entre lo enseñado en las instituciones universitarias y lo que finalmente se pone en práctica en el campo, o es que el estudiante ya llega contaminado de esas noticias y plasma toda su capacidad técnica y creativa para producir contenidos del mismo tipo, sin ofrecer ninguna propuesta nueva.

Es pertinente entonces conocer bien a los potenciales profesionales de la televisión para identificar dónde está la falla y tratar de proponer una solución que asegure una formación integral.

## **B. Formulación del problema**

### **a. Problema principal**

Es necesario identificar cómo es que los estudiantes perciben la producción de los bloques de espectáculos y para ello se ha tomado como referencia a un grupo de estudiantes del último ciclo de la universidad Alas Peruanas con quienes se ha trabajado el siguiente problema: ¿De qué manera el BLOQUE DE ESPECTÁCULOS del noticiero Primera Edición se relaciona con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018?

### **b. Problemas específicos**

El contenido de los bloques de espectáculos se desarrolla en base a varios factores, por eso es pertinente plantear los siguientes problemas específicos:

¿Qué relación existe entre la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición y la percepción del VALOR PERIODÍSTICO en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018?

¿De qué manera la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona con la percepción del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018?

¿Qué relación existe entre el LENGUAJE AUDIOVISUAL y la percepción del MENSAJE en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018?

### **C. Objetivos de la investigación**

#### **a. Objetivo principal**

La presente investigación tiene como objetivo principal Conocer de qué manera el BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN se relaciona con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018.

#### **b. Objetivos específicos**

Estudiar qué relación existe entre la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición y la percepción del VALOR PERIODÍSTICO en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018.

Establecer de qué manera la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona con la percepción del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018.

Identificar qué relación existe entre el LENGUAJE AUDIOVISUAL y la percepción del MENSAJE en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018.

## **D. Justificación de la investigación**

### **a. Importancia de la investigación**

Los resultados del presente estudio permitirán aportar elementos de juicio conceptuales y técnicos de la realidad del género informativo de la televisión actual enmarcado en el periodismo de espectáculos para entender su contexto y visualizar posibles soluciones a la problemática existente.

La presente investigación se justifica en la medida en que permite conocer la preparación de los estudiantes que están pronto a egresar y sus reales expectativas frente al campo de acción profesional que puedan desarrollar en la televisión nacional.

Desde el punto de vista social, los alumnos de Ciencias de la Comunicación son los futuros profesionales responsables de producir programas televisivos y su criterio determinará los contenidos que repercutirán en los televidentes.

Teniendo en cuenta un punto de vista económico, las nuevas propuestas televisivas que puedan ofrecer los alumnos de Ciencias de la Comunicación pueden generar nuevos clientes comerciales para los canales de televisión y

formas alternativas de publicidad. De igual forma, informar sobre eventos artísticos puede generar más asistentes y más publicidad en dichos eventos.

#### **b. Viabilidad de la investigación**

La presente investigación ha resultado un tanto complicada pues hay bibliografía y publicaciones sobre prensa del espectáculo en general y sobre la estructuración de noticieros en bloques, pero no existe información especializada sobre los bloques de espectáculos en sí.

El acceso a la muestra no implica ninguna dificultad pues los estudiantes que han formado parte de ella han sido alumnos del autor del presente trabajo.

#### **E. Limitaciones del estudio**

Son pocos los estudios académicos realizados en torno a los bloques de espectáculos de los noticieros en la televisión peruana pese a que se han convertido en productos audiovisuales de mucha importancia y constante presencia en la cotidianidad del público.

Además, hay limitación de acceso a la información audiovisual pues no todas las emisiones del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se encuentran disponibles, sólo se puede hallar secuencias específicas de algunas emisiones en Youtube y los programas completos no han sido archivados en el canal.

#### **F. Enfoque y tipo de diseño metodológico, métodos, población y muestra**

**a. Enfoque:** El enfoque de la investigación es cuantitativo

**b. Diseño de investigación:** Para responder a los problemas de investigación planteados y contrastar las hipótesis de investigación formuladas, se seleccionó el diseño no experimental porque se realiza sin manipular deliberadamente alguna de las variables, ya que los efectos generados entre ellas, existen. Es decir, trata de observar el problema tal como se da en la realidad, para después comprobarse. Es de corte transversal porque se aplicará el instrumento en una sola ocasión.

**c. Tipo de investigación:** Es aplicada porque se hará uso de los conocimientos ya existentes como teorías, enfoques, principios en cada variable de estudio.

**d. Población:** La población está conformada por 45 alumnos de décimo ciclo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Educación y Humanidades de la Universidad Alas Peruanas.

**e. Muestra:** Debido a la elección de variables cualitativas en el presente estudio, se aplicará el muestreo proporcional.

## **G. Estructura de la tesis**

La investigación se esquematizó de la siguiente manera:

**En el Capítulo I**, denominado Marco Teórico, se presentan los antecedentes de la investigación, se plantean las bases teóricas fundamentales que permiten el análisis de las variables de estudio, definiciones conceptuales

**En el Capítulo II**, incluye la formulación de las hipótesis y definición operacional de variables.

**En el Capítulo III**, denominado metodología se presenta el diseño, el tipo, nivel, y método de la investigación, así como población, muestra, y técnicas e

instrumentos de recolección, procesamiento de datos, así como aspectos éticos del presente estudio.

**En el Capítulo IV**, se genera la presentación de análisis y resultados a través de la prueba de hipótesis.

**En el Capítulo V**, se expone la discusión de resultados.

Finalmente, se formulan y proponen las conclusiones y recomendaciones emanadas de la presente investigación, que permitirá mostrar la relación entre las variables **BLOQUE DE ESPECTÁCULOS** y **PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES** de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018. Así como las fuentes de información y anexos.

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO TEÓRICO**

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

#### **1.1.1. Tesis internacionales**

Según Panchi (2018) en su tesis de maestría con mención en opinión pública, titulada “La estética de la transgresión: análisis y dinámicas del sensacionalismo en la televisión ecuatoriana”, publicada en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador.

Expresa que: Los estudios académicos sobre los contenidos televisivos se han transformado en los últimos años en Ecuador debido al interés del gobierno por regularlos. Sin embargo, los medios en general han optado por el sensacionalismo como ejercicio principal. También, plantea la posibilidad de que ese sensacionalismo tenga alguna legitimidad nacida en el propio público que busca eso y es por ahí por donde orienta la investigación.

Hace un profundo análisis de cómo se genera el proceso comunicativo entre el espectador y el medio a través de mensaje transgresores y cómo son aceptados por los televidentes.

Esta investigación permite comprender mejor las razones por las cuales el sensacionalismo presente en los bloques de espectáculos de los noticieros matutinos tiene tanta acogida.

Es así que personas de poca educación pueden verse identificadas con los contenidos que expone el periodismo sensacionalista, con las intimidades que les son cercanas o familiares, con los intercambios de palabras y los pleitos amorosos que ahí se presentan.

Según Ureña (2012) en su tesis de maestría titulada “Análisis de la pertinencia del sistema de regulación de la televisión dominicana a la luz del anteproyecto de Ley General de Audiovisuales y de Espectáculos Públicos, Caso Telemicro, Canal 5”, publicada en la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra Campus Santo Tomás de Aquino, Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas Departamento de Comunicación Social, República Dominicana Recuperado de

Expresa que: Debe implementarse políticas de regulación para los canales de televisión como en la forma en que se presentan los contenidos en los programas de televisión, de manera que no dañen a los menores de edad ni a la familia. En el mismo sentido debe regularse la publicidad en televisión.

Esta investigación es pertinente pues recalca la necesidad de la regulación sin enfrentarse con la libertad de expresión, tema muy manoseado en la televisión nacional.

Según Castelló (2001) en su tesis de doctorado titulada “El espectáculo de lo real en el texto televisivo: Gran hermano.”, publicada en La Universidad Complutense de Madrid Facultad de Ciencias de la Información Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II, España.

Expresa que: la construcción de la realidad en formatos de reality show no es realmente transparente, sino que está condicionada por diferentes mediaciones de tipo conceptual.

Confrontando las nociones de realidad y espectáculo plantea que el mero hecho de percibir con los sentidos no significa re construir la realidad y en consecuencia no existen los hechos puros.

Esta tesis es relevante para esta investigación pues permite entender el proceso de la construcción de los contenidos en los bloques de espectáculos.

Según Anaya (2007), en su tesis de maestría titulada “Bases para un programa de televisión masivo de evangelización en Chile”, publicada en la Pontificia Universidad católica de Chile.

Expresa que, para lograr una acción evangelizadora a través de la televisión hay que tener una disposición a escuchar al televidente, determinar el mensaje de acuerdo a las necesidades del público, entender y respetar las diferencias y no mostrar una imagen autoritaria e impositiva.

También plantea que los contenidos no deben ser meramente eclesiásticos sino, por el contrario, acercarse a las necesidades cotidianas de la sociedad como la dialéctica entre tener y ser, las desigualdades económicas y culturales, la delincuencia y otros problemas reales.

Finalmente plantea que el formato más conveniente es el de un híbrido entre series con historias de vida y debate con diferentes expertos tipo *talk show* ya que de esa manera se brindaría información a la vez que se discutiría para profundizar los temas y que el lenguaje no debe ser el eclesiástico, sino más bien uno intermedio.

Esta tesis es importante para esta investigación pues permite entender que el público televidente posee su propia forma de entender el mensaje, esto dentro de un proceso de comunicación.

#### **1.1.2. Tesis nacionales**

Según Sánchez (2013) en su tesis de maestría titulada “Miradas que vigilan, imágenes que castigan: chisme, moral y discurso social en Magaly Teve. Mito y ritual en la televisión del siglo XXI” publicada en la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Expresa que: El programa de espectáculos Magaly TeVe maneja un elemento moral significativo que lo relaciona con la sociedad dentro de un proceso de comunicación que implica comprender, aceptar y dirigirse a otro.

Para ello recoge códigos morales socialmente compartidos y los utiliza para validar sus contenidos generando así la aceptación de los televidentes.

Así la conductora se vuelve una especie de vengadora del espectador que muestra y castiga a aquellos que incurren en episodios inmorales.

Si bien la tesis no tiene específicamente a los bloques de espectáculos como cuerpo de estudio, el contenido del programa Magaly TeVe y el tratamiento de las noticias que se hace en él son similares. Incluso la configuración de la conducción como rol de juez es similar en ambos casos.

Según Del Águila (2012), en su tesis de maestría titulada “Plan estratégico de la televisión en el Perú.”, publicada en la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Expresa que: El estado debe tener un rol tanto promotor como regulador de la televisión a nivel nacional, en señal abierta y en servicios de televisión por pago, a nivel de la capital y en provincias.

Finalmente presenta una coyuntura bastante rezagada con respecto a los demás países de Latinoamérica.

Esta tesis permite entender por qué no hay medidas más rigurosas que regulen los contenidos en la televisión nacional teniendo en consideración que los hechos y personajes presentados en los bloques de espectáculos peruanos parecen no tener ningún tipo de filtro.

## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1. Planteamientos teóricos**

#### **1.2.1.1. Teoría de la agenda setting, (Mc Combs y Shaw: 1972)**

Esta teoría es importante para la investigación que aquí se desarrolla pues analiza la forma en cómo se eligen los temas que se van a presentar en los medios masivos de comunicación.

Plantea que los medios seleccionan los hechos o sucesos y los jerarquizan en base a cierta relevancia y tendrán un impacto en la audiencia. De alguna manera determinan cuáles serán los temas que formarán parte de la opinión pública.

Esto rompe con el sentido de objetividad que debe tener el periodismo, el solo hecho de escoger uno u otro tema ya implica una subjetividad por parte del o los responsables de armar los cuadros de comisiones. Los criterios de selección muchas veces obedecen a los intereses u objetivos del medio o inclusive del director del noticiero.

En el caso específico del Bloque de Espectáculos del noticiero Primera Edición de América TV, es evidente que se pone en vitrina a los artistas que son parte de las producciones de la casa televisora y esto se evidencia en la presencia diaria de informes acerca de las telenovelas y programas producidos por el canal como Al Fondo Hay sitio, Esto es Guerra y El Gran Show entre otros.

### **1.2.1.2. Teoría de Framing (Gaye Tuchman, 1978)**

Si bien la teoría del *framing* o encuadre nace en la sociología gracias a Bateson y Goffman, en las ciencias de la comunicación propone un modelo interactivo, ya que la importancia de ciertos aspectos y no de otros en una noticia es producto de la interacción entre los *news frames* y los conocimientos y criterios de los receptores de ese texto.

Esta teoría es adecuada para esta investigación pues tiene como centro los contenidos que se emitirán y ese es uno de los elementos característicos del bloque de espectáculos. Con esta teoría del *framing* podemos entender por qué se le da cierto tratamiento a las noticias presentadas día a día en ese espacio televisivo.

De acuerdo a la teoría del *framing* es determinante la posición del periodista frente a una noticia, es decir, una misma noticia puede ser tratada de diferente manera por distintos medios.

### **1.2.2. Bloque de espectáculos**

Desde los años 80 el periodismo viene sufriendo una transformación en el tratamiento de las noticias por el afán de conseguir mayor número de seguidores (lectores, oyentes o televidentes). Ese es un afán netamente comercial y ha llevado a los medios a hibridar el género informativo con el de entretenimiento, dando prioridad a las informaciones más ligeras o darles un tratamiento espectacular a los hechos serios.

Este fenómeno es conocido como infoentretenimiento, vocablo adaptado del término anglosajón *infotainment* donde se difumina la diferencia entre información y entretenimiento.

Al respecto Thusu (2007) en Berrocal, Redondo, Martín y Campos (2014) menciona que “Desde que los informativos televisivos se han comercializado, la necesidad de hacer entretenimiento se ha vuelto una prioridad crucial para los programadores de televisión y se han visto forzados a adaptar las características de los formatos de entretenimiento y los modos de la conversación que privilegian un estilo comunicativo informal, con énfasis en la personalización, el estilo, las herramientas del *stoytelling* y del espectáculo” (p. 88). Es por este interés comercial que se entiende la importancia que adquieren los bloques de espectáculos en los noticieros.

El periodismo de espectáculos es un tipo de periodismo que presenta noticias relacionadas a las artes y la cultura y según Vidaurre, (2003) presenta información “del mundo del cine: estrenos de películas, producciones fílmicas, financiaciones, actores y actrices. En el mundo de la televisión y radio: estrenos de miniseries, nuevas y consagradas figuras, biografías, cambios de programaciones, anuncios de lanzamientos de programas, grabaciones, costos, financiamientos”. (p. 148)

Para entender en qué consiste el bloque de espectáculos primero es necesario revisar el concepto de noticiero, que es uno de los formatos más importantes dentro del género televisivo informativo. Este consiste en la presentación de notas informativas cortas (entre 1 y 3 minutos de duración) sobre sucesos ocurridos en

el día o la ampliación informativa de algún evento importante realizado días previos.

En un noticiero uno o dos presentadores leen los textos de presentación de cada nota llamados gorros, a continuación, el director de Tv lanza el video editado, luego se presenta la siguiente nota y así sucesivamente, sin comentario de los conductores, es un proceso meramente enunciativo.

Al respecto Coya, (2018) menciona “un noticiero puede ser definido como un programa de televisión dedicado a informaciones durante un tiempo determinado” (p. 103).

Por lo general las ediciones centrales (noticiero principal en horario nocturno) tienen 60 minutos de duración con varios cortes comerciales. Los noticieros de mediodía hace algunos años eran de sólo media hora, sin embargo, actualmente la mayoría dura una hora completa.

Este tiempo de emisión está estructurado en bloques de acuerdo a la importancia de las noticias, la situación geográfica, o el tema, cada bloque es presentado por un especialista en el tema.

De acuerdo a su etimología la palabra bloque proviene del vocablo francés BLOC que hace referencia a un conjunto de cosas que tienen una característica común. En el caso específico de los bloques en los noticieros, estos se definen por los contenidos de las noticias.

En este sentido Barroso, (1996), sostiene que la separación de los segmentos “responde al modelo de la tematización de la información (sumario, nacional, internacional, sociedad, local, deportes, etc.), y según el estilo visual se presentarán separados por ráfagas sonoras y/o visuales, rótulos o el mero hilván del locutor presentador”. (p.414)

Dentro de esta especialización temática están los bloques de espectáculos, un espacio donde se desarrollan noticias relacionadas al acontecer artístico y tienen su origen en el periodismo cultural.

En los inicios del Periodismo se incluían breves notas del acontecer cultural de esa época. En ese momento, sin embargo, no existía una prensa especializada en los temas de las artes y el espectáculo, eran publicaciones esporádicas. Los verdaderos intentos de tener revistas o suplementos especializados surgen hasta finales de la primera década del siglo XIX gracias a la influencia europea.

En este sentido Ayala, (2000), afirma: “El periodismo cultural nace aproximadamente en el siglo XVII en Europa, con las primeras críticas literarias francesas, en publicaciones de pequeña circulación.” (p. 38)

Los espacios culturales en los medios de comunicación son necesarios e importantes, pero tradicionalmente, se ha restringido el concepto a las manifestaciones artísticas y a lo largo de los años lo cultural ha dado paso al

espectáculo. Este cambio se inició con la aparición de los nuevos medios de comunicación como el cine, la radio y posteriormente la televisión.

Al respecto el mismo Ayala (2000), sostiene que:

Del periodismo encargado de transmitir, interpretar y difundir el hecho cultural, se pasa al deleite de las nuevas manifestaciones de arte (...) Al auge del cine se suma posteriormente el de la radio (...) Pero, sin duda, el acontecimiento que culmina esta suerte de crisis, acontecido por la especialización inmediata del periodismo cultural, es la televisión (p.140-142)

Con la aparición de las grandes estrellas cinematográficas y posteriormente los de la televisión, el periodismo del espectáculo se zambulle en la vida cotidiana de los astros y en sus lados poco conocidos.

En este sentido Ayala (2000) menciona:

(...) lo que acentúa más aún su separación del periodismo cultural de esencia dedicado sólo a las artes y letras, es específicamente el “sistema de estrellas”, la vida de los actores, de las divas, de los personajes públicos...Los lectores podían deleitarse, por un lado, con la crítica cinematográfica (guardando así su esencia de mensaje cultural y analítico) y, por otro lado, de la vida y hechos de sus estrellas favoritas del momento (p. 142)

En cuanto al término “espectáculo” se puede entender de tres formas: Toda función o diversión pública; actividades destinadas a divertir; acción que causa escándalo.

Esta última acepción, la del escándalo, es la que ha cobrado más fuerza en el periodismo nacional en las últimas décadas y más homogéneamente en la televisión.

En este sentido Ayala (2000) lo define como:

...Un sistema de estrellato y un mundillo donde priman las luminarias de la televisión y el cine. Un ámbito en donde circulan frases (algunas acuñadas para tal fin) como farándula, chisme y otras que giran en torno a un llamado “periodismo de espectáculos”, a un “periodista de espectáculos”, a una especialidad del espectáculo (p.140)

Cabe mencionar que “el mundillo” local está conformado por personajes que destacan esencialmente por sus líos y escándalos y no por algún talento artístico o algún logro.

En el Perú el bloque de espectáculos en la televisión se ha convertido en un segmento de especial trascendencia en los noticieros matutinos, tanto que tienen su propio equipo de producción, su propio espacio identificado por una cuña, su propia escenografía, sus propios auspiciadores y la conducción la realiza una persona distinta a los conductores habituales del noticiero, por lo general es una persona mediática relacionada con el espectáculo.

También hay que resaltar que los bloques de espectáculos en los noticieros matutinos del país han relegado la información sobre funciones teatrales, cinematográficas, musicales y artísticas en general a la mínima expresión posible.

El negocio está en manejar el sensacionalismo y lo barato con notas seleccionadas adrede para cautivar a un público masivo. Esa necesidad de consumir información relajada para entretenerse es característica de una sociedad automatizada por el estrés y que busca disiparse luego de una jornada tensa.

Ese estilo de vida es válido en nuestra sociedad actual, pero priorizar el entretenimiento sobre todas las cosas puede tener consecuencias negativas como lo menciona Vargas Llosa (2009) “Entre ellas la banalización de la cultura, la generalización de la frivolidad, y, en el campo específico de la información, la proliferación del periodismo irresponsable, el que se alimenta de la chismografía y el escándalo”

Esta necesidad de conocer de cerca la vida de las estrellas ha permitido que algunos periodistas hayan establecido una relación de amistad con artistas llegando a promover su aparición en los medios o inclusive proponerles realizar alguna nota informativa a cambio de algún favor o dinero.

Esta situación también se ha dado de manera inversa en el sentido de que algunos artistas contactan a ciertos periodistas porque saben que están dispuestos a hacer ese tipo de trabajos.

En cuanto a su estructura y contenido observamos que muchos noticieros matutinos incluyen en sus bloques de espectáculos diferentes recursos con el afán de concentrar la preferencia de los televidentes como videos viralizados en las redes sociales, interpretaciones musicales de solistas o agrupaciones de moda, entrevistas a personajes mediáticos para saber más sobre sus conflictos de pareja, etc.

...Ayala y León (2000) afirman que: “(...) Con la televisión, la especialidad del espectáculo adquiere una separación definitiva del tratamiento cultural y crítico.”. (p.157).

Desde la aparición en 1989 de Manolo Salerno en el programa “Noches del Espectáculo” por América Televisión, lo cultural da paso a lo espectacular, a la farándula, a la crítica insolente. Sin embargo, no era un modelo abundante aún.

Años más tarde aparece la periodista Magaly Medina con un programa que muestra casos de infidelidades y escándalos de la farándula limeña.

Pero en los noticieros nacionales este tratamiento farandulero ha sido impuesto por el bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición de América Televisión y en buena medida gracias al estilo de Fiorella Rodríguez, actriz y relacionista pública quien, por muchos años, estuvo a cargo de la conducción y logró altos niveles de sintonía.

Astorga (comunicación personal, 27 de abril, 2015) menciona que cuando entra Fiorella “ya se hace mucha más farándula nacional, van los grupos cumbiamberos, van a lo que Magaly llama “bataclanas” tipo Jahaira y eso, que no

tenía Verónica Ayllón (primera conductora del programa) y de lo que tampoco manejaba el know-how, atrae a un público distinto”

A lo largo de los años los bloques de espectáculos de los diferentes noticieros han mantenido un estilo muy similar y muchos estudiantes de ciencias de la comunicación sólo tienen ese modelo como referente de producción periodística y no dudan en incluir uno en sus proyectos de realización de noticieros en cursos de periodismo televisivo dándole el mismo estilo en lugar de presentar una propuesta original.

#### **1.2.2.1 AGENDA INFORMATIVA**

El público diariamente se informa de las noticias a través de los medios de comunicación tradicionales o de fuentes digitales (internet, redes sociales, etc.) y crea su propia opinión sobre lo que ve, lee o escucha. Pero aquella información a la que accede no es la realidad completa sino una parte de ella que corresponde a una selección hecha por los medios y que además es una interpretación particular de cada uno. Los temas que ofrece cada medio viene a configurar lo que se conoce como agenda mediática o informativa.

Como es lógico, no es posible abarcar todos los hechos ocurridos diariamente porque hay que cumplir con un tiempo establecido por la parrilla de programación de un canal o el espacio asignado a las notas en un diario, y esta selección obedece a un proceso. En televisión este proceso se da en cuatro fases que son: pre producción, producción, post producción y emisión final.

De acuerdo a lo que expresa La Rosa (2013) durante la preproducción se produce la recopilación y selección de la información, la producción implica la redacción por parte del reportero y la edición de la nota, la posproducción involucra la presentación de la nota y la realización del noticiero. Finalmente, la emisión es la salida al aire. (p. 32)

Para construir todo este proceso se debe iniciar con la selección de los temas y está condicionada por la línea periodística del medio (estilo), su línea editorial, la coyuntura y el público objetivo al que va dirigido el medio.

Así mismo para determinar si un hecho es posible de ser noticiable, es medido en base al contraste de ciertos valores periodísticos que, según La Rosa (2013) son: ...a) Lo importante versus lo interesante... b) Lo frío versus lo emotivo... c) Lo lejano versus lo cercano... d) Lo abstracto versus lo concreto... e) Lo singular versus lo corriente... f) Lo actual versus lo inactual... g) lo episódico versus lo duradero... (pp. 61 - 64)

Bajo esas premisas el jefe de informaciones va armando su cuadro de comisiones y el productor establece una pauta donde organiza las notas que saldrán al aire. Entonces el productor adquiere un rol de filtro, es él quien jerarquiza las noticias determina finalmente qué sale al aire y qué no.

Esto de alguna manera implanta una agenda informativa en el televidente sin darle mayor opción a escoger lo que desea ver. Los productores periodísticos de los diferentes canales de televisión manejan más o menos los mismos criterios y

es por eso que en la mayoría de noticieros los temas presentados suelen ser casi los mismos.

Coya (2014) sostiene al respecto:

Existe una gran homogeneidad en los contenidos, especialmente en las cadenas de televisión. Una noticia de alcance nacional estará, casi siempre, presente en el menú de todos los canales de televisión y la pugna entre ellos será por presentarla de manera más rápida, es decir, en calidad de primicia y con las mejores imágenes, en la forma más impactante (p. 36).

Sin embargo, a pesar de la similitud de temas entre los noticieros, cada uno presenta las noticias con un tratamiento particular. Este tratamiento particular es la forma cómo se enmarca la realidad, esto es tratado en la teoría de *framing* o encuadre que, de acuerdo a Entman (citado en Mc Combs 2006) es:

Seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo, de manera que se promueva una definición del problema determinado, una interpretación casual, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito (p. 170).

Es de esta forma que la audiencia siempre encontrará similares contenidos y en base a ellos se germinará la opinión pública. Sin embargo, esto ha sufrido una ligera transformación a raíz del desarrollo de las redes sociales y los medios digitales que permiten a la población crear su propia agenda. Pero ese es un tema

que no será tratado en esta investigación por no corresponder a la coyuntura de hace unos años donde está enmarcada esta tesis.

En la actualidad los criterios bajo los cuales se seleccionan las noticias van de la mano con intereses de índole comercial pues los canales de televisión de señal abierta, los canales privados, son básicamente empresas que se dedican a lucrar y esa necesidad ha marcado una tendencia, originando que se busquen diversas formas para captar más público.

La fórmula de éxito que se ha encontrado es la mezcla del género informativo con el de entretenimiento, dando origen a lo que se conoce como “infoentretenimiento”. Este modelo de prensa mercantil tiene ciertas características que se manifiestan de tres formas como lo mencionan Berrocal, Redondo, Martín, Campos (2014)

Por un lado, en la incorporación de noticias ligeras o menores (soft news) dentro de los informativos tradicionales. Por otro, en la tendencia a abordar asuntos de información seria pertenecientes al debate público dentro de programas y formatos destinados prioritariamente a la distracción del espectador. Y, por último, en la aparición de programas que parodian la actualidad informativa (p. 89).

Esta nueva forma de hacer periodismo tiende a darle protagonismo al show antes que a la información. Al respecto Labio Bernal (2007) indica que “se está cada vez

más tendiendo a un periodismo que no informa, sino que entretiene apelando al morbo, las emociones y el colorín” (p. 441).

Los noticieros televisivos nacionales están siguiendo esta tendencia y es en base a esos criterios que seleccionan los hechos que serán transformados en noticia. Como parte de esta corriente los bloques de espectáculos han ido cobrando protagonismo, antes se litaban a breves segmentos tipo agenda cultural pero actualmente son prácticamente pequeños programas dentro de un noticiero.

Según Astorga, productor de Primera Edición, “nunca ha habido un filtro...” y es que nadie supervisa lo que sale en el bloque y, por un tiempo, la selección de los temas obedeció a los intereses de la conductora Fiorella Rodríguez porque ella era la propietaria de FRS Comunicaciones, una agencia de prensa que manejaba cuentas corporativas, conciertos, obras teatrales, eventos culturales y organizaba la agenda de varios artistas importantes del medio local.

En ese entonces Fiorella Rodríguez estaba casada con Sandro Venturo, productor y director cinematográfico que tenía la empresa Big Bang Films quienes se han convertido en los mayores productores de cine comercial en el país.

Aparte de Big Bang, FRS también trabajaba estrechamente con la empresa Tondero que no sólo ha producido las más taquilleras películas peruanas, sino que también ha realizado espectaculares obras teatrales.

Otra de las empresas con las que trabajaba FRS era Los Productores quienes realizan exitosas obras teatrales del país, con los artistas más célebres, las puestas en escena más costosas y en las salas con más capacidad de asistentes.

Esta simbiosis favorecía tanto a la conductora como a las productoras artísticas, por un lado, las productoras tenían siempre el medio más poderoso donde presentar a sus artistas y por el otro, América tenía generalmente en exclusiva a los más importantes artistas nacionales y algunos extranjeros.

Toda esta avalancha de artistas y eventos rebota en los demás medios y es que una característica de la televisión actual es el aprovechamiento que hacen los medios menos influyentes del éxito logrado por los canales más importantes. Es así que muchos noticieros de canales de baja sintonía no dudan en presentar extensos informes sobre los programas más populares o sobre los personajes de otro canal con más rating.

Esa es una tendencia en la televisión nacional que se ha afirmado en la última década y es un estilo que viene heredado de Estados Unidos. Sobre ese tema Di Guglielmo, (2010) comenta "...magazines, programas de espectáculos y hasta noticieros se nutrieron de la competencia y de los escándalos suscitados en las peleas entre los participantes y el jurado del programa." (p 50).

Algo similar ocurre desde inicios de este siglo con los programas de América Televisión que alcanzan grandes índices de sintonía y que provocan que los demás canales se vuelquen a buscar la noticia en ellos.

Este nuevo modelo de hacer prensa es la que también fascina a los estudiantes de ciencias de la comunicación y lo toman como único referente al momento de plantear propuestas para trabajos de producción televisiva.

### **1.2.2.2 Conducción**

En televisión, las personas que muestran el rostro a la cámara son llamados “talentos” y de acuerdo a sus funciones específicas podemos mencionar a los modelos (personas atractivas que ayudan a los concursantes o invitados, alcanzan objetos o muestran productos), narradores en off (locutores profesionales que apoyan dando información complementaria o haciendo menciones de marcas auspiciadoras), comentaristas (personas especializadas en algún tema) y por supuesto los conductores.

La conducción es el rol o función que tienen los presentadores, *hosts* o *anchormen* en un programa de televisión, según la Real Academia Española el presentador es una “Persona que, profesional u ocasionalmente, presenta y comenta un espectáculo, o un programa televisivo o radiofónico”.

Bajo esta premisa, el presentador o conductor puede ser cualquier persona que no necesita ser profesional y que sirva de enlace entre los diferentes segmentos del programa de acuerdo a una pauta diseñada por el productor.

El conductor representa el primer contacto del medio con los televidentes y al ubicarse delante de la cámara debe seguir una serie de criterios de interpretación que permitirán un producto exitoso.

En líneas generales los conductores de programas del género de entretenimiento deben adecuar su actuación a las condiciones de la cámara, del sonido, los tiempos marcados por el jefe de piso y eventualmente a la lectura del *teleprompter*.

Debe asumir que la cámara es el televidente y mirar hacia ella para establecer contacto visual con el espectador. Cuando el director de televisión “poncha” otra cámara, los conductores deben voltear con naturalidad y suavidad para no hacer evidente ese cambio de toma, esa acción debe pasar desapercibida por el televidente. Todo esto hace que un conductor sea diferente a otro, que uno sea mejor que otro o finalmente, que sea aceptado por el espectador.

Pero además del dominio de estas técnicas, también es importante la personalidad y soltura del conductor. En tiempos donde los medios buscan fórmulas de éxito para generar más audiencia y por ende más ingresos, los productores de televisión priorizan la apariencia y el carisma antes que una capacidad intelectual o alguna habilidad artística.

En este sentido La Rosa (2013) explica que “las características personales, la expresividad, así como el estilo de trabajo de quienes están frente a cámaras tienen una marcada importancia para mantener la audiencia, en especial en una época caracterizada por una fuerte competencia” (p. 100).

Esto significa que las personas seleccionadas para conducir un programa deben capturar la atención del televidente con sus aptitudes y actitudes más que con su palabra, hay conductores que con sus gestos expresan mucho y a veces ni siquiera deben expresar palabras para crear alguna sensación en el televidente. Pero la personalidad de los conductores muchas veces se vuelve más importante que el mismo programa por el protagonismo que les da el productor o el que ellos mismos van adquiriendo. Al respecto Cáceres (2000) dice que “Estos profesionales (a veces actores, cantantes o simplemente personajes famosos) se han convertido en un valor añadido al programa (que incluso a veces proporciona el nombre a dicho programa: “El programa de...”). (p. 280)

Los noticieros tienen generalmente dos conductores y son quienes presentan las notas informativas de una forma básicamente enunciativa. Estos profesionales trabajan estrechamente con los productores o directores periodísticos y también participan en la elaboración de los contenidos, o al menos tratan de estar al tanto de lo que va a haber en el programa ya que son finalmente los representantes del canal ante los televidentes y la cara visible de la emisión.

Los conductores de los noticieros son personas que están constantemente actualizadas sobre los hechos noticiosos del día y su labor no se circunscribe a las horas frente a cámaras, “la conducción de un programa periodístico constituye un reto que requiere de muchas horas de trabajo y esfuerzo” (Coya, 2014, p. 94).

En el caso del bloque de espectáculos, la rigurosidad periodística da paso a otro tipo de características que van más de la mano con la empatía que debe tener

quien asuma la conducción, Coya (2014) menciona que “los conductores deben poseer un talento especial de comunicación que va desde su apariencia física hasta su forma de expresarse frente a pantalla” (p. 97).

Bajo esa óptica, Fiorella Rodríguez, por muchos años conductora del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición de América Televisión, se esmeraba siempre por generar una especie de complicidad con el televidente a través de expresiones coloquiales y una actitud totalmente relajada a la vez que segura.

Incluso ella misma describe su labor como algo jovial:

“cuando yo veo mi pauta me divierto. Yo no busco que mi entrevista sea un titular al día siguiente. Es más, yo no hago entrevistas, converso con la gente, hago que esté en confianza, que se imagine que está en la sala de mi 'jato', que se olvide de que hay una cámara y podamos conversar de todo y, así, las respuestas salen, entre risa y risa, frescas” (entrevista para la web de Perú 21 – 06 nov 2013)

En su léxico ella impuso el término “amistad” refiriéndose al televidente cuando hablaba mirando a la pantalla con la intención de establecer una relación más cercana y coloquial con la teleaudiencia.

Además, salió de los cánones tradicionales estableciendo esporádicamente a diálogos con los conductores principales del noticiero para involucrarlos en los temas de farándula o acerca del desarrollo de las telenovelas y series del canal. Impuso un estilo fresco y dinámico sin necesidad de mostrar mucha acción pues su actitud frente a pantalla casi siempre fue muy relajada y de poca movilidad.

En ese sentido, Rebeca Scribens, actual conductora del espacio matutino, se asemeja en su naturalidad y espontaneidad, pero es mucho más activa llegando en muchas ocasiones a dejar su lugar para trasladarse hasta donde están los conductores centrales e interactuar con bromas irreverentes. Además, su lenguaje es más descontrolado pues constantemente no formula sus ideas con continuidad, sino que cambia de sentido sin motivo aparente.

Si bien Rodríguez generaba una relación cercana con el televidente con un lenguaje muy coloquial, Scribens supera esa familiaridad y emplea jerga constantemente. inclusive, sus comentarios acerca de las notas presentadas son muy breves y usualmente los relaciona con experiencias propias, en buena medida, sus intervenciones disparatadas cobran más importancia que las notas emitidas.

Algo que la diferencia también de la anterior presentadora es que establece un continuo diálogo con el productor Luis Otani y con “Choca”, ex reportero del segmento que ahora tiene su propio programa y además es Jefe de producción de América TV.

En todo caso, cada una con sus peculiaridades, han impuesto un tono muy fresco a ese segmento.

### **1.2.2.3 Lenguaje audiovisual**

Los noticieros usan diferentes técnicas para mostrar las imágenes y sonidos a sus televidentes y tienen estilos muy particulares que los diferencian de la ficción. La

forma cómo se presentan los contenidos al espectador obedece a reglas dadas por el lenguaje audiovisual. Es importante entonces explicar primero qué es el lenguaje audiovisual y cómo funciona para luego ver cómo se aplica en el bloque de espectáculos.

El lenguaje en general, es un sistema de elementos que hace posible la comunicación. Como menciona Balsebre (1994) “Todo lenguaje, pues, es un conjunto sistemático de signos cuyo uso genera la codificación de mensajes en un proceso comunicativo interactivo entre emisor y receptor” (p. 18)

En la producción televisiva también se apela a diferentes códigos y reglas que servirán para crear sentido. Cada encuadre, plano o movimiento de cámara debe ser empleado de acuerdo a ciertas normas para generar una sensación o un significado. Estos mensajes son realizados conscientemente por los realizadores como lo explica Rodríguez (1998) “es un conjunto sistematizado y gramaticalizado de recursos expresivos que han sido siempre previamente imaginados por un narrador, y que permiten estimular en el público series organizadas de sensaciones y percepciones que se transformarán en mensajes concretos y complejos”. (p. 26)

Muchos de esos conceptos nacen de la fotografía y son posteriormente adaptados por el cine. La televisión hereda ese lenguaje audiovisual y lo adecua a sus necesidades.

La ubicación de la cámara con respecto a la altura del personaje, la selección de un segmento de la escena en el encuadre, el orden en que se presentan las tomas o la duración de estas van a darle un significado distinto a la narración.

#### **1.2.2.3.1 ASPECTOS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL**

El lenguaje audiovisual tiene diferentes aspectos: morfológico, sintáctico, semántico y estético.

##### **1.2.2.3.1.1. ASPECTO MORFOLÓGICO**

Dentro del aspecto morfológico se encuentran los elementos formales visuales y los componentes sonoros como la voz, la música, los ruidos y el silencio.

Los elementos visuales son las imágenes y estas pueden tener iconicidad o abstracción, pueden ser figurativas, esquemáticas, simbólicas o abstractas.

También poseen denotación o connotación, simplicidad o complejidad.

##### **1.2.2.3.1.2. ASPECTO SINTÁCTICO**

El aspecto sintáctico está relacionado a las normas para expresar correctamente un mensaje. En el lenguaje audiovisual también existen normas y están relacionadas al uso de los planos, movimientos de cámara, ángulos, composición, profundidad de campo, distancia focal, continuidad, ritmo, iluminación, temperatura de color, textos y gráficos.

##### **1.2.2.3.1.2.1. CLASIFICACION DE LOS PLANOS**

La porción o segmento que se desea mostrar en la toma nos dará como resultado un plano. No es lo mismo cuando queremos destacar el rostro de un personaje

que mostrar la acción de varios como en una pelea o un baile. Yendo de lo más cercano a lo más amplio tenemos:

- a. Primerísimo Primer Plano. - Toma muy cerrada que muestra parte del rostro de un personaje
- b. Plano Detalle. - Toma muy cerrada que muestra parte de algún objeto o un elemento muy pequeño como un botón.
- c. Primer Plano. - Toma cerrada que muestra el rostro completo de un personaje, permite conocer sus sensaciones o sentimientos a través de sus gestos.
- d. Plano Busto. - Toma cerrada que muestra a un personaje desde su pecho hasta la cabeza. También permite conocer la interioridad del personaje.
- e. Plano Medio. - Toma no tan cerrada que muestra a un personaje desde la cintura hasta su cabeza, permite ver acciones como cuando escribe o lee, come, se asea, abraza, etc.
- f. Plano Americano. - Es similar al plano medio, pero abarca desde los muslos hasta la cabeza. Este plano se originó en el western americano por la necesidad de revelar la armadura que llevaban al cinto los vaqueros.
- g. Plano Entero. - Como su nombre lo indica, muestra el cuerpo completo del personaje y permite ver acciones más amplias como el correr, bailar, pelear, etc.

- h. Plano Conjunto. - Permite ver varias personas en una sola toma.
- i. Plano General. - Muestra al personaje y el lugar donde se ubica, sirve para describir el entorno.
- j. Gran Plano General. - Es una toma mucho más amplia y destaca el lugar más que al personaje. Puede ser una toma de una calle, un pueblo, o una ciudad.

#### **1.2.2.3.1.2.2. CLASIFICACION DE LOS ÁNGULOS**

La ubicación de la cámara con respecto a la altura del personaje da otra perspectiva e incluso puede dar otro significado a la toma. Dentro de los ángulos tenemos:

- a. Ángulo Normal. - Es cuando la cámara se sitúa a la misma altura del rostro del personaje.
- b. Ángulo Picado. - Es cuando la cámara se sitúa más alto que el personaje y sirve para expresar pequeñez o una situación de subyugación.
- c. Ángulo Contra picado. - Al contrario del anterior, la cámara se sitúa por debajo del rostro del personaje dándole un carácter más poderoso, lo hace parecer más grande de lo que es.
- d. Ángulo Cenital. - Es cuando la cámara se coloca exactamente por encima del personaje, su nombre viene del vocablo cenit, que es la posición del sol en el punto más alto de su elevación respecto del horizonte. También se le conoce como vista de pájaro.

- e. Ángulo Nadir. - Es totalmente contrario al cenital, la cámara está justamente debajo del personaje. Su nombre viene del concepto astronómico referido al punto de la tierra diametralmente opuesto al cenit. También se le conoce como vista de gusano.

### **1.2.2.3.1.2.3. CLASIFICACION DE LOS MOVIMIENTOS DE CÁMARA**

A diferencia de la fotografía, la imagen en cine y televisión tiene movimiento y puede ser interno (movimiento de los elementos como personajes u objetos) y externo (movimiento de la cámara), estos últimos pueden ser sobre su eje o de traslado de la cámara:

- a. Paneo. - Es el movimiento de la cámara sobre su eje en sentido horizontal. La cámara gira hacia la derecha o hacia la izquierda y permite hacer seguimientos o descubrir suavemente los elementos de una escena. Si el paneo es muy rápido se le llama barrido y puede servir como transición entre una toma y otra.
- b. *Tilt*. - Es el movimiento de la cámara sobre su eje, pero en sentido vertical, de arriba hacia abajo (*tilt down*) o de abajo hacia arriba (*tilt up*). Este movimiento permite hacer seguimientos verticales, como cuando cae o sube un objeto o persona o también para descubrir gradualmente un elemento de manera vertical, como podría ser un gigante, un edificio o para ir descubriendo paulatinamente la vestimenta de un personaje.
- c. *Travelling*. - Es el movimiento de la cámara de un punto a otro, si es de un lado al otro se le llamará travelling lateral (a izquierda o a derecha). Si es

un movimiento hacia adelante o atrás se le llamará *Travelling In* (hacia adelante) o *Travelling out/back* (hacia atrás). También puede ser un travelling circular. En cualquiera de los casos la cámara podrá ser llevada en las manos, al hombro o en algún soporte con ruedas llamado *Dolly*.

- d. Cámara Pluma. - Es el movimiento libre de la cámara llevada en la mano pero puede generar cierta inestabilidad en la toma, su grado de irregularidad dependerá del director y del mismo camarógrafo.
- e. *Steady cam*. - Es un movimiento libre pero bastante estabilizado gracias a un artefacto llamado *Steady Cam* que consiste en un arnés que lleva puesto el camarógrafo y donde se monta un soporte hidráulico que suaviza los movimientos de la cámara. Hay modelos más pequeños para cámaras de menor tamaño como el *GlideCam*, *RigCam*, o soportes para celulares con los que también se puede grabar actualmente. Hoy por hoy podemos encontrar soportes para cualquier necesidad, para colocar en bicicletas, en autos, o en la mano como los *SelfieStick*
- f. Grúa o *Crane*. - Es el movimiento que consiste en elevar la cámara de manera perpendicular, de arriba hacia abajo o viceversa. Hace unas décadas se usaba una grúa donde el camarógrafo iba sentado con su cámara y era accionada por un auxiliar de cámara, sin embargo, hoy en día se usa un *Jimmy Gib*, un aparato más versátil que permite al camarógrafo manipular el zoom y enfoque desde el piso además de moverla horizontal o verticalmente gracias a un brazo hidráulico en la que va montada la cámara, además se puede hacer paneo y *Tilt* gracias a un cabezal especial al final de ese brazo.

- g. *Zoom*. - Es un movimiento óptico donde la distancia focal de la lente varía desde una toma cerrada a una amplia o viceversa. Esto permite ir descubriendo el entorno de un personaje (*zoom out/back*) o destacar un elemento o personaje dentro de una locación (*zoom in*).

#### **1.2.2.3.1.2.4. ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN**

Otro elemento dentro del aspecto sintáctico es la composición, que es la forma cómo se organizan los elementos dentro del encuadre.

- a. Líneas. - Pueden ser horizontales o verticales, los objetos o personajes se alinean de manera que conforman líneas. Si prevalece la horizontalidad puede producir una sensación de paz o serenidad. Si prevalece una composición vertical, puede generar una sensación de energía y vida. También puede hacerse una composición con líneas inclinadas y curvas, en este caso se produce una sensación de dinamismo.
- b. El Aire. - Se le denomina al espacio “vacío” que hay entre el objeto o personaje y los límites del encuadre. Cuando un personaje mira hacia un lado es preferible darle aire hacia donde se dirige la mirada, de lo contrario se puede provocar una sensación de vacío, como que falta algo o algo va a ocupar ese espacio.
- c. La regla de los tercios. - Llamada también regla de oro, consiste en dividir imaginariamente el encuadre en tres espacios verticales y horizontales de manera que se crea una especie de líneas entrecruzadas y los elementos

más importantes deberán situarse en la intersección de esas líneas o puntos fuertes. Con esto se evita además la monotonía que se produce al componer simétricamente.

- d. Simetría. - Es la organización de elementos dentro del encuadre de forma que hay igualdad de peso en un lado y en el otro. Esto puede producir una sensación de estabilidad, pero también monotonía.
- e. Profundidad de Campo. - Es la cantidad de nitidez que puede tener el encuadre y eso dependerá del tipo de lente o la cantidad de iris que se utilice en una toma. La gran profundidad de campo consiste en mostrar la mayor cantidad de elementos bien enfocados, a través de una toma muy amplia (planos abiertos) o el iris bastante cerrado y la escena muy bien iluminada. La poca profundidad de campo se logra con una toma muy cerrada gracias a un lente tele o la combinación del iris bastante abierto y poca iluminación. La poca profundidad de campo permite destacar un elemento dentro del encuadre haciendo que el entorno se desenfoque.
- f. Distancia focal. - Es la distancia que hay entre el centro de la lente de la cámara y el enfoque. Tenemos entonces que las lentes pueden ser Gran Angular (permite ver mayor cantidad de escena en el encuadre), normal (similar a la vista del ojo humano) o Tele (permite ver los objetos más cerca). En video las lentes normalmente son variables o *zoom*, es decir, que un mismo lente nos puede dar diferentes distancias focales en una misma toma.

- g. Continuidad o *raccord*. - Es la relación espacial, temporal o de movimiento que puede existir entre una toma y la siguiente, esto se logra en la edición, pero se establece desde la grabación misma. También debe haber continuidad en el vestuario, el decorado y la iluminación. Dentro de este concepto está el eje de grabación que hace referencia a la ubicación de la cámara con respecto a las miradas de los personajes.
- h. La temperatura de color. - Es la calidad de color que genera una fuente de luz y que provoca que una escena sea más cálida o más fría. Esto se maneja a través del balance de blancos de la cámara y con filtros si se desea dar una atmósfera especial a la escena.
- i. Montaje o edición. - Es la forma como se organizan las tomas dentro de una narración audiovisual. La edición puede mantener la continuidad o alterarla, puede variar la temporalidad, puede generar un ritmo acelerado o pausado. La edición puede ser por corte o a través de una transición.
- j. Gráficas. - Son los elementos que se pueden incluir dentro del encuadre para complementar la información y pueden ser textos, figuras, cuadros, fotos, animaciones, etc.

#### **1.2.2.3.1.3. ASPECTO SEMÁNTICO**

El aspecto semántico está referido al significado de los elementos audiovisuales y este puede ser denotativo o connotativo. Lo denotativo es lo que se ve objetivamente, mientras que lo connotativo es la interpretación que le puede dar el espectador.

Ese significado también puede estar relacionado a la forma cómo se presentan las tomas en una secuencia, una toma tras otra puede tener un significado distinto, si vemos la toma en plano detalle de las manos de una persona poniéndose guantes negros y la siguiente toma sólo una fachada más el ruido de un disparo, el espectador puede interpretar que se trata de un asesinato.

En el periodismo televisivo muchas veces se hace más categórica esa frase que dice “una imagen vale más que mil palabras” y es que “a diferencia de otros medios, la noticia está supeditada fundamentalmente a la imagen.” (Coya, 2014, p 30)

En televisión, todos los criterios mencionados anteriormente, se usan de manera automática, más aún cuando se realiza un programa en vivo como un noticiero. Los directores de televisión a veces cuentan con fracciones de segundo para decidir cuál toma usar, cuánto tiempo darle, qué personaje resaltar. Lo mismo ocurre con los editores que deben construir un informe.

La nota periodística es el resultado de todo un proceso de investigación, producción y realización que implica ciertas normas de registro, selección, compaginación y emisión.

#### **1.2.2.3.2. CARACTERÍSTICAS FORMALES DEL NOTICIERO**

Cada programa de televisión tiene rasgos únicos de producción y realización que le confieren el carácter de formato. La manera de estructurar el contenido y la

forma de cómo se presenta al televidente lo hacen diferente de otros. Los noticieros tienen características peculiares.

Usualmente en un noticiero hay dos conductores que son presentados por tres cámaras asignadas con los números 1, 2 y 3 de izquierda a derecha, donde la cámara 1 (extremo izquierdo) muestra en plano medio al conductor de la derecha, y la cámara 3 (extremo derecho) muestra un plano medio del conductor de la izquierda, es decir, ambas cámaras muestran planos cortos de cada uno de los conductores, pero de forma cruzada, para darle mayor perspectiva al plano. Mientras tanto, la cámara 2 muestra un plano general o *two shot* de ambos conductores.

El director de cámaras alterna las cámaras 1 y 3 de acuerdo a qué conductor habla en ese momento, mientras que la cámara 2 la usa para el inicio del programa, para dar pase a comerciales, para presentar un bloque especializado o para despedir el programa.

Normalmente las tomas en los noticieros son fijas y en ángulo normal, excepcionalmente se harán movimientos de cámara, tal vez al inicio del programa, para los pases a comerciales, al final del mismo o para mostrar la escenografía en ocasiones especiales.

En ocasiones la toma se encuadrará mostrando al personaje a un lado, dejando espacio para ubicar una gráfica de la noticia que se está presentando. Esta técnica también suele ser usada cuando hay enlaces externos (microondas,

satélite, internet) de manera que el conductor está a un lado del encuadre y en el lado vacío se ubica un recuadro (ventana) con la imagen del reportero o reportera que hace el despacho.

El estilo sobrio del noticiero es justamente para darle credibilidad y seriedad, pero eso cambia al momento de desarrollar el bloque de espectáculos donde sí se apela a movimientos como *Tilt Up* para mostrar el vestuario de la conductora del bloque o el *Jimmy Gib* (especie de grúa) para darle más dinamismo.

#### **1.2.3.2.1. EDICIÓN Y POST PRODUCCIÓN**

La edición de las notas periodísticas es primordial pues hay que condensar en pocos minutos toda la información respecto a un hecho noticioso.

En un informe periodístico el reportero y el editor pueden recurrir a diferentes recursos como:

- a. *Stand Up*. - Aparición en cámara del reportero mirando directamente al lente donde hace una introducción a la nota o la complementa con información que sólo él maneja. El *Stand Up* también se emplea cuando el canal es el único medio presente en el lugar de los hechos y hay que destacar esa exclusividad.

Si la aparición del reportero no cumple con estos objetivos se puede reconocer un simple afán de aparición (a lo que se le conoce como “figuretismo”)

- b. Locución en *off*. - Voz grabada que brinda información detallada de los hechos, datos o personajes involucrados en la noticia. Sirve como hilo conductor.
- c. Testimonios. - Declaraciones espontáneas de los personajes involucrados o los testigos de un hecho.
- d. Entrevistas. - Diálogos registrados en una locación distinta al lugar de los hechos y que han sido pactados con personajes involucrados en la noticia o expertos que puedan brindar un análisis especializado.
- e. Tomas de apoyo. - Tomas de documentos, del entorno o de los personajes involucrados, pero mostrando acciones que puedan revelar su perfil. Estas tomas sirven para vestir la locución y complementar la información verbal con imágenes fijas o en movimiento.
- f. Sonido ambiental. - El sonido directo recogido en el lugar de los hechos en los que se pueda apreciar el ambiente. Pueden ser los gritos de un grupo de gente protestando, los sonidos de las balas en un atraco, el ruido de un río desbordándose, etc.
- g. Música. - Elemento sonoro que puede darle una atmósfera especial a la noticia o que acompañe la información en el caso de una noticia sobre un cantante o agrupación musical. Este recurso es más utilizado en los reportajes y rara vez en las notas de corta duración donde se prioriza la voz y los ruidos.

Además de los elementos con los que cuentan los realizadores de las notas periodísticas debemos hablar del estilo con que se registran las tomas. Por lo general esas grabaciones se hacen en exteriores y obligan al camarógrafo a no cargar un trípode sino más bien, llevar la cámara al hombro.

Esto permite una significativa libertad de movimiento dotando a la escena de mucha naturalidad y también faculta al reportero a que transite de un lado al otro rápidamente, permitiendo que el espectador sienta que está en el mismo lugar de los hechos pues la cámara se convierte en los ojos del televidente.

Así mismo, la combinación de esa libertad de acción y el uso de lentes zoom permiten al camarógrafo realizar distintos planos en una sola toma, dando variedad a la escena a través de planos secuencia.

En el bloque de espectáculos también se apela a estos recursos, pero, además, el reportero utiliza un estilo muy coloquial e informal para presentar sus noticias, llegando a establecer una relación muy cercana con sus entrevistados, hecho propicio para el contenido trivial de estos bloques.

Del bloque de espectáculos surgió un reportero muy entusiasta de nombre Jaime Mandros al que todos llaman "Choca" y que apela a una especie de complicidad con las "estrellas" de la farándula nacional. Sus entrevistas rara vez han sido profundas o críticas, más bien siempre ha mostrado una predisposición a ensalzar a sus entrevistados y a ponderar las banalidades que pudieran presentar, es decir, le da validez a los hechos más superficiales y presenta como algo gracioso actitudes que pueden ser impropias.

El “éxito” de este reportero ha sido tal que tiempo después ha tenido espacios propios donde presenta los últimos chismes de la farándula y siempre con un estilo festivo y juguetón.

En el set de TV suele presentarse a la conductora con una sola cámara, pero es una cámara en constante movimiento gracias al Jimmy Gib, que le permite mostrar desde un plano general hasta un plano medio en una sola toma. Este recurso le da mucho dinamismo a la secuencia.

En cuanto al acompañamiento musical, se aprecia el uso de música comercial de moda como fondo para darle una atmósfera festiva al bloque, aquí se combinan géneros y estilos como reggaetón, cumbia, salsa, bachata, etc. No hay ningún tipo de restricción sobre el uso de música con derechos de autor porque el canal de televisión paga una cuota mensual a APDAYC para el uso libre de cualquier tema musical, basta con presentar mensualmente la lista de temas utilizados.

Todas estas características formales, propias del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición, se replican en la mayoría de los noticieros de casi todos los canales nacionales, tanto en la forma de producirlos como en el estilo de la realización y el perfil de las conductoras.

### **1.2.3. PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES**

Uno de los principales objetivos de la formación universitaria es lograr que los estudiantes desarrollen una actitud crítica frente a los hechos significativos de su

entorno, tanto en el ámbito político como cultural y científico, permitiendo que sean profesionales comprometidos con el desarrollo social de su comunidad.

En el caso particular de estudiantes de ciencias de la comunicación, los conocimientos adquiridos a lo largo de su transcurrir por aulas y talleres les permite incorporar capacidades más desarrolladas cuando observan cualquier producto audiovisual.

De esta manera, un estudiante de ciencias de la comunicación ve con una óptica distinta a la de un espectador común, ya no solamente disfruta de una buena película o se divierte con un programa de televisión, sino que analiza las técnicas con que se realizó la obra, reconoce los diferentes planos usados, detecta la narrativa, deduce las técnicas de realización de lo que ve e incluso sugiere mejoras en el contenido.

A esta forma particular de apreciar las cosas podemos llamarla percepción crítica, concepto que necesita ser analizado desde los dos vocablos que lo componen, es decir, percepción y crítica.

La palabra “percepción” proviene del latín *perceptio*, vocablo compuesto por el prefijo *per* (por completo), el verbo *capere* que significa capturar y el sufijo *tio* que implica acción y efecto, es decir, la acción y efecto de capturar las cosas.

De acuerdo a la Real Academia de la Lengua Española, percepción se entiende como “sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos, conocimiento, idea”.

Sin embargo, la percepción no es un mecanismo meramente sensorial generado por estímulos externos, además de los sentidos intervienen factores internos como las necesidades, la motivación y los conocimientos previos, todos ellos moldeados por el entorno en el que se desarrolla la persona.

La concepción de la realidad percibida está influida por circunstancias sociales como la cultura del individuo, su ambiente en la sociedad y la clase social a la que se pertenece (Vargas, 1994, p. 48).

La familia, la escuela, la universidad, los amigos, los medios de comunicación, las redes sociales, todo lo que conforma el universo del individuo son componentes importantes al momento de percibir las cosas.

La percepción que una persona hace del mundo que lo rodea se ve afectada también por todo aquello que ha conocido en el transcurrir de su vida, aquello que le enseñaron o que aprendió por sí mismo y va actuando de acuerdo a lo que le parece mejor.

Moreira (2005) indica que “el perceptor decide cómo representar en su mente el objeto o estado de cosas del mundo y toma esa decisión basado en aquello que su experiencia previa (o sea, percepciones pasadas) le sugiere qué irá a «funcionar» para él” (p. 90)

Sin embargo, hay otras variables que determinan la percepción de una persona y es el conjunto de necesidades que posee y sus motivaciones. La percepción de

una persona está condicionada por sus necesidades según Murray (1938) en su teoría de la motivación y éstas tienen dos fuentes, el interior del individuo y el entorno que lo rodea. Según él, las necesidades organizan la percepción orientando al individuo a ver lo que desea.

La percepción crítica se puede entender también como razonamiento crítico que, según García (2006), es la “Capacidad para valorar un objeto, obra, argumento, etc. en relación con criterios o normas comúnmente admitidos; supone el análisis previo en el que se haya distinguido lo principal de lo secundario e identificado las relaciones entre las partes” (p. 264).

Teniendo una mejor idea de lo que es la percepción, ahora debemos centrarnos en cómo la percepción puede ser crítica. Esto se refiere a la actitud de la persona frente a su realidad, una postura analítica que conlleva a la valoración de su entorno.

Freire (2005) menciona que “En el momento en que se instaura la percepción crítica en la acción misma, se desarrolla un clima de esperanza y confianza que conduce a los hombres a empeñarse en la superación de las «situaciones límite»” (p 122)

Es por ello que resulta fundamental infundir un pensamiento crítico en los estudiantes para lograr profesionales con sentido progresista y responsable por su sociedad.

Ruiz Rubio (1994) indica que “Resulta inexcusable, pues, instruir en el lenguaje específico de la imagen, utilizado por los medios audiovisuales, para posibilitar en el alumnado una percepción crítica y el desarrollo de respuestas adecuadas al estímulo del medio”. (p. 74)

Como se manifestó anteriormente, todos los conocimientos sobre lenguaje audiovisual y conceptos sobre producción audiovisual permiten al estudiante tener la capacidad de comprender los mensajes de los medios y entender los mecanismos de producción de los mismos, todo ello les proporciona una percepción crítica para visualizar mejor los contenidos televisivos, reflexionar sobre la calidad de las producciones y tomar mejores decisiones sobre su futuro profesional.

#### **1.2.3.1. Valor periodístico**

El periodismo televisivo produce notas informativas a partir de un hecho o suceso, ese suceso debe tener ciertas características para que pueda ser considerado una noticia. Según Estremadoyro (2004) un hecho debe tener 3 requisitos indispensables para ser considerado noticia: “Actualidad...Novedad...Interés general”. (p 39 - 40)

Cuando habla de actualidad se refiere a que un hecho debe haber ocurrido recientemente, el mismo día si es para un noticiero. Sin embargo, en ocasiones se puede retomar una información del día anterior cuando necesita ser actualizado, como ocurre con las notas policiales – desapariciones, secuestros, asesinatos – donde la primera información da sólo algunos datos del hecho y en el transcurso del día o los días siguientes aparecen testigos, imágenes captadas

por cámaras de seguridad, declaraciones contradictorias y otros indicios que dan más luz sobre los acontecimientos.

La novedad de la noticia está dada por la originalidad del suceso, es decir, es algo que no se dio nunca, algo de lo cual nadie habló antes. De lo contrario la información pierde interés.

Sobre estas dos primeras características no hay mucha discusión, pero cuando se habla de si un hecho es de interés general, se puede caer en límites imprecisos o subjetividades a pesar de que “es el requisito más importante para fortalecer y ejercitar el sentido de la noticia” (Estremadoyro, 2004, p 40).

Para que un jefe de informaciones o un productor periodístico consideren que el hecho posee cualidad de interés general sus protagonistas deben ser personajes prominentes o populares. La caída del escenario del cantante Juan Gabriel genera mayor interés que la caída de algún cantante de cumbia del país, por ejemplo.

Otro factor para que la noticia sea considerada de interés general es la importancia del hecho, debe ser algo que afecta a la sociedad o a un país. Pero hay hechos que, a pesar de ser muy importantes, no llegan a ser interesantes para el público, como el descubrimiento de restos fósiles, puede ser sumamente importante para la paleontología, pero tal vez no tan interesante para los televidentes.

La proximidad también confiere un carácter de interés general a un hecho y lo puede convertir en noticia. Un accidente en Alicante no será más interesante que uno ocurrido en el centro de Lima.

Otro componente que le confiere interés general a un hecho es la magnitud, es decir, a cuánta gente o territorio afecta. Un terremoto en medio Oriente tendrá más interés que un temblor de menor escala en el territorio nacional a pesar de estar cerca, y es que el primero involucra centenares o miles de familias afectadas y cuantiosos daños materiales mientras que el segundo no pasa de generar susto.

Otro rasgo que determinará si un hecho es de interés general es la circunstancia en la que se produjo, el asalto a mano armada a un banco en pleno Gamarra llamará más la atención que un asalto en una cabina de internet, aunque ambos fueran en lugares cercanos.

De igual manera, la caída de un puente durante las inundaciones por el fenómeno del niño llamará más la atención si se hubiera caído en cualquier otro momento pues en ese momento todos los ojos están puestos en la reacción del alcalde como responsable político de las acciones de prevención ante desastres naturales.

Otro elemento que puede generar interés general a un hecho es el factor humano, el drama conmueve a las personas y más aún si se trata de un caso de mucho sacrificio o donde alguien ha logrado superar la adversidad. Esto además puede generar identificación y solidaridad en los televidentes.

Finalmente, un hecho se puede volver de interés general si es singular o raro, poco usual, como el descubrimiento de un carnerito con dos cabezas o el supuesto don de un perro que aparentemente sabe decir "*I love you*" y que alguien subió a las redes sociales sin presagiar la cantidad de vistas que podría generar.

Sin embargo, la cualidad de interés general también se vuelve relativa porque eso dependerá del tratamiento que se le dé a la noticia. El romance de una actriz de telenovela mexicana podría no ser de interés nacional, pero si la telenovela es una de las más vistas en ese momento, el público puede mostrarse seducido por saber quién es el galán en la vida real de la protagonista, además de ello, si todos los días se muestra informes sobre ese romance y se crea una especie de novela periodística, la información irá tomando condiciones de interés general.

Sin embargo, estos valores o criterios periodísticos tradicionales van cediendo terreno con la aparición del infoentretenimiento. Al respecto, Thussu (citado en Ortells-Badenes, 2015) manifiesta que:

Los valores noticia parecen alejarse de la concepción clásica con la que habitualmente han sido utilizados por los noticiarios. Por tanto, la llegada del infoentretenimiento, se perfila como uno de los elementos que podrían haber contribuido al cambio de la visión tradicional del concepto de hecho noticioso (p. 208).

Actualmente un hecho puede ser noticia si es “viralizado” en las redes sociales. *Facebook, YouTube, WhatsApp, Twitter* y más recientemente *Instagram* se han transformado en una fuente de información que, además de datos, ofrecen material audiovisual de cualquier tema y de cualquier parte del mundo.

La calidad audiovisual de ese material no siempre es buena pero lo que vale es su contenido, como el de las cámaras de vigilancia que han registrado el preciso momento en que delincuentes comenten un atraco.

Además de ello, los *fans* o seguidores comparten sus videos con los canales de televisión y adquieren un valor incalculable, ya que en muchas circunstancias el noticiero no contaría con el material requerido por falta de capacidad logística ya que es casi imposible estar en el lugar de los hechos siempre.

Bajo estos criterios se podría reflexionar sobre el valor noticioso de los hechos presentados en los bloques de espectáculos. Las noticias que se presentan constantemente muestran conflictos de la vida íntima de los personajes de la farándula limeña, aquella apodada como “*Chollywood*” por la periodista Magaly Medina. Esos conflictos generan interés del televidente que busca entretenimiento más que información.

En estos espacios también hay personajes que cobran protagonismo por sus constantes apariciones que, en muchos casos, son ex profeso. Aquí se aplica el dicho “no importa qué hablen, lo que importa es que hablen”.

Así tenemos a la señorita Tilsa Lozano que se hizo famosa por su supuesta relación amorosa con el futbolista Juan “El Loco” Vargas. O Susy Díaz que, a pesar de ya no ser parte de ningún programa de televisión, siempre está presente en los noticieros.

Justamente, una nota muy llamativa y que aparentemente carecía de valor periodístico fue la del matrimonio de la perrita de Susy Díaz con el perrito de Monique Pardo en mayo de 2008, suceso que, hasta se insinuó, fue creado para aumentar la popularidad de ambas mujeres.

De igual manera, los perennes avances o resúmenes de las telenovelas con mayor índice de rating pueden no tener valor periodístico, pero sí tienen mucho interés para la gran cantidad de televidentes que las siguen.

Entonces, los valores o criterios periodísticos vienen a ser muy relativos en la actualidad por que la sociedad misma les da más interés a temas banales que antes, de ahí que muchos de los estudiantes de ciencias de la comunicación o de periodismo le confieran valor periodístico a las notas que se presentan en los bloques de espectáculos.

#### **1.2.3.2. Perfil profesional**

“La más noble de las profesiones o el más vil de los oficios” es la reflexión que hizo Luis Miró Quesada De La Guerra y que deja implícita la ambigüedad de

si el periodismo es una profesión o un oficio. Entonces cabe revisar qué es una profesión o en todo caso, cuál es el perfil que debe tener un periodista.

En tiempos pasados no había en la educación superior peruana un concepto claro de lo que debería ser el perfil profesional. Hasta inicios de los años 70 se hablaba de un perfil educativo o del egresado. Recién en 1982 el mismo Ministerio de Educación perfecciona el concepto y lo define como “listado de funciones y tareas que caracterizan el desempeño profesional de una determinada carrera” (Ministerio de Educación, 1982, en Rossi, 1993, p. 13).

Hoy en día las universidades forman profesionales capacitando a los estudiantes de forma progresiva, desde conocimientos básicos hasta aquellos más complejos o especializados. En ese proceso que toma algunos años los docentes universitarios proporcionan a los estudiantes diferentes competencias que se aplicarán en la práctica y que les servirán para resolver conflictos propios del área de formación “apostando por un estudiante que aprenda a aprender, con una actitud crítica y capacidad de responder y actuar ante el cambio” (González, 2007, p. 4)

Entonces el profesional egresado de la universidad debe ser una persona con conocimientos, pero también con la capacidad de tomar decisiones adecuadas en el desarrollo de su profesión con una actitud crítica y concepto claro de la responsabilidad social.

Esto implica ciertas metas y niveles por alcanzar, en ese sentido Rossi (1993) define el Perfil Profesional como “la caracterización de los rasgos que tipifican al egresado de un área profesional (Educación, por ejemplo) expresado a través de descripciones precisas y claras de los niveles de desarrollo a alcanzar dentro de los aspectos que configuran dicha área profesional” (p. 13)

Y es que una profesión es una actividad laboral que requiere de una adecuada preparación y capacidad moral suficiente para desarrollar bien las tareas encomendadas.

Todo profesional debe regirse a normas que lo conduzcan a realizar con destreza las funciones asignadas, reflexionar permanentemente sobre las consecuencias de sus actos y buscar el bien social en sus decisiones. También debe seguir normas apropiadas de ética y ser consciente de las sanciones por no cumplir esos criterios.

Estamos hablando entonces de una actitud ética y una práctica de autorregulación que debe existir en todo profesional. El periodista debe también tener una formación profesional previa, debe adquirir los conocimientos y competencias necesarias para desarrollar la profesión de manera adecuada. Esto es contrario a lo que hoy en día se asume en a las redes sociales donde cualquiera puede acceder a la información, la diferencia está en que no cualquiera puede procesarla y comunicarla.

En ese sentido Real, Agudiez y Príncipe (2007) sostienen que “el periodista ha de definirse apriorísticamente (por reunir una serie de cualidades anteriores al ejercicio) y no a posteriori (por la simple realización de la práctica profesional)”. (p. 196)

Bajo estas premisas un periodista buscará brindar al televidente sólo informaciones exactas, de acuerdo a los sucesos, comprobando exhaustivamente todas las investigaciones, de forma que ningún hecho sea deliberadamente distorsionado o descartado, de esta forma, no transmitirá informaciones hasta tener la suficiente convicción de su veracidad, las excluirá si no son ciertas.

El periodista debe tener la capacidad de analizar los acontecimientos para contarlos al televidente de una manera que sea creíble y entendible, es decir, debe ser el intérprete de la realidad.

El periodista no es un mero intermediario o mediador entre el hecho y el público. Es un intérprete, el artífice que nos ayuda a entender la realidad que nos rodea, los sucesos que acontecen y afectan a nuestra existencia en el mundo. (Real, Agudiez y Príncipe, 2007. p. 194)

Cabe ahora analizar cuáles son los rasgos que tipifican al buen profesional del periodismo. Estremadoyro (2005) identifica algunos rasgos que un buen periodista debe poseer: “Sentido de la noticia...garra periodística... cultura de actualidad... respeto de principios... buena salud y resistencia física” (p. 91-95)

A continuación, se describirá cada uno de estos rasgos.

- a. Sentido de la noticia. - El periodista debe saber reconocer lo más destacado del hecho, aquello que lo hará interesante para el público, debe encontrar el ángulo por dónde destacar la noticia, como se dice en el argot periodístico, debe saber encontrar “la pepa”.

Ocasionalmente una comisión periodística puede parecer poco interesante, pero el buen periodista deberá transformarla en algo interesante y valioso, a eso se refiere el sentido de la noticia.

- b. Garra periodística. - El periodista profesional jamás debe dar un “no se puede” como respuesta, debe tener las ganas suficientes para lograr la entrevista imposible, conseguir aquello que otros no pueden, llegar hasta donde los demás no se atreven, eso es la “garra” periodística.

- c. Cultura de actualidad. - Un periodista profesional debe estar constantemente informado sobre el acontecer nacional e internacional, debe leer permanentemente y saber qué está ocurriendo en su entorno y cómo son los procesos, quiénes son los involucrados, cuáles son las posibles consecuencias. Con el desarrollo de la tecnología digital, hoy es más factible acceder a todo tipo de información.

- d. Respeto de principios. - Los principios que debe respetar el periodista profesional son la objetividad, veracidad, honestidad, imparcialidad y responsabilidad.

El periodista debe brindar la información sin hacer juicios de valor ni verter opiniones personales, debe ser objetivo. Un periodista profesional no debe juzgar ni sentenciar a nadie por más que todo lo sindee como el autor de algún delito, crimen o falta, debe limitarse a dar la información, en todo caso, que sea el público quien saque sus conclusiones en base a ella y finalmente la justicia dictaminará cualquier sentencia, pero nunca será esa facultad de un periodista.

El periodista debe mostrar la noticia sustentada en documentos, testimonios, datos que den veracidad a lo que está informando, no puede dejar abierta la posibilidad de que alguien demuestre que lo que dice es falso.

El periodista debe ser honesto y no informar impulsado por intereses propios ni ajenos, no puede intentar favorecer a alguien con la información que presente o perjudicar a otra persona, empresa, institución. El principio de la honestidad también se refiere al hecho de no producir noticias a cambio de cualquier beneficio, mucho menos a cambio de dinero. Quien incurre en eso, no es un periodista honesto.

Al informar, el periodista debe intentar mostrar todas las versiones de la noticia, no sesgar la información mostrando sólo una cara de la moneda, sin embargo, a veces en este afán de parecer imparciales, algunos reporteros se muestran así mismos haciendo llamadas telefónicas improductivas o tocando la puerta de alguna vivienda sin tener respuesta,

pero, en lugar de demostrar su imparcialidad, finalmente evidencian su incapacidad, su falta de garra periodística.

El periodista debe ser consciente de sus actos y las consecuencias que puede traer una información mal dada. Informar mal o desinformar podría ocasionar reacciones negativas en el público generando una corriente de rechazo hacia alguien sin sentido.

Lo mismo se puede aplicar cuando un periodista lanza información que pueda manchar el honor de alguien porque si no es cierto, después deberá pedir disculpas públicas.

- e. Resistencia física. - En ocasiones el periodista deberá enfrentar situaciones de riesgo como la represión policial a una turba de manifestantes o seguir por varias cuerdas al Presidente de la República quien se traslada en un auto descapotado al final de la parada militar pues cabe la posibilidad de que en algún momento detenga su marcha y dé declaraciones. En el caso de reportajes turísticos, el periodista debe estar en buenas condiciones físicas por si necesita mostrar lo placentero que pueden ser los deportes de aventura en una región.

Los medios de comunicación y en especial la televisión, cuenta con muchos presentadores de noticias o programas de opinión que no tienen una formación académica en periodismo, pero su agudeza y comprobada preparación sobre temas de actualidad les confieren cierta licencia para desarrollar ese rol

Y es que no hay actualmente alguna ley o norma que exija que sólo quienes tienen preparación académica deban ser considerados periodistas.

En 1965 el presidente Fernando Belaunde Terry promulga la ley 15630 que reconoce la profesión de periodista y dice que las universidades otorguen sendos títulos a aquellos periodistas que ya tuvieran seis años de experiencia.

En el año 1980, durante su segundo gobierno, el mismo Belaunde reconoció la oficialidad del colegio de periodistas con la ley 23221 que crea este ente como “entidad autónoma de derecho público interno, representativa de la profesión periodística en todo el territorio de la República.

Esta ley, en su Artículo Segundo establecía la obligatoriedad de Colegiación como requisito indispensable para el ejercicio de la profesión periodística y el Artículo Tercero establecía que, para la inscripción de los periodistas en el Colegio, es esencial la presentación del título profesional correspondiente.

Sin embargo, en 1998, Alberto Fujimori promulga la ley 26937 que contempla el libre ejercicio de la actividad periodística, que en su artículo 3ro dice “La colegiación para el ejercicio de la profesión de periodista no es obligatoria” y en el siguiente dice que la colegiación es exclusiva para los periodistas titulados, en otras palabras, deja la puerta abierta para que cualquiera ejerza la labor periodística. Es ahí cuando empiezan a aparecer los diarios “chicha” y muchos allegados al gobierno entran a los diferentes medios como periodistas.

Esta condición ha hecho que sea posible la aparición de personas sin las cualidades ni la preparación necesarias en los medios periodísticos. En el periodismo de espectáculos se da con más fuerza esta suerte de improvisación. Ser un periodista de espectáculos debería significar estar bien informado sobre las nuevas tendencias artísticas, la actualidad en los espectáculos y de los acontecimientos importantes de la historia del cine, la música, el teatro, etc. pero esto está muy lejos de ser realidad.

En la televisión nacional las conductoras de los bloques de espectáculos no son periodistas, por lo general son bellas modelos o actrices que jamás llevaron siquiera un seminario sobre periodismo. A su vez, los reporteros de espectáculos en el Perú desarrollan su labor en un entorno altamente afectuoso y de camaradería donde las relaciones interpersonales son de un carácter imperativo y donde se debe ser empático, conversador y carismático. Pero ese entorno origina ineludiblemente que se deje de lado el sentido crítico.

Los periodistas de espectáculos (de oficio o profesión) por lo general muestran cierta empatía por los personajes involucrados, pierden totalmente la objetividad, parecen unos fans más. Tanto las conductoras como los reporteros de espectáculos en ocasiones caen en la ligereza de dar juicios de valor sobre las actitudes de las “estrellas”.

Esta tendencia hace que los estudiantes de ciencias de la comunicación creen que es algo normal y cada vez que realizan las grabaciones finales de sus programas noticiosos incluyen el bloque de espectáculos con las mismas

características de los que ya existen en la televisión comercial sin hacer una labor crítica o presentar investigaciones serias, profundas que expongan distintos ángulos de la información.

### **1.2.3.3. Mensaje**

Un proceso de comunicación se materializa cuando un emisor envía un mensaje a un receptor y este lo comprende. Balle en Albertos (2001) define mensaje como: “secuencia de signos transmitidos entre un emisor y un receptor por medio de un canal que constituye el soporte físico indispensable para la transmisión” (p. 20)

Todo mensaje debe poseer tres parámetros: código, contenido y forma.

Los códigos que vemos presentes en las noticias son: lingüístico, icónico y sonoro. El código lingüístico está configurado por las normas de la escritura, el código icónico lo conforman los planos, movimientos de cámara, ángulos, la composición, profundidad de campo, así como los recursos gráficos que provee la televisión como son los títulos, las gráficas, la luz, el color, el ritmo de edición, etc. y el código sonoro está conformado por la voz (de los conductores, reporteros, entrevistados y testimonios), la música, los ruidos y el silencio.

El contenido de la noticia está conformado por hechos que pueden interesar a una gran cantidad de televidentes, es decir, se pueden proyectar a un público masivo, pero, además, son comprobables. Ese contenido debe ser netamente informativo basado en datos, ideas, conceptos y hechos, sin valoraciones emocionales.

La forma en que se presentan las noticias está ligada a la imagen que proyectan los presentadores (normalmente formales), el estilo de cada medio para abordar los temas presentados y a la manera en que se redactan las noticias.

El tratamiento de cada medio será distinto aun cuando tengan temas similares. Algunos noticieros serán más proclives a las notas policiales, otros a los hechos políticos, unos serán más formales presentando las noticias con la menor subjetividad posible mientras que otros incidirán en el morbo, la exposición de damnificados, heridos, cadáveres, etc.

En cuanto a la redacción, esta debe buscar una decodificación adecuada por parte de un público no especializado, un público masivo y heterogéneo que no necesariamente domina los temas expuestos en la noticia. Por ello la redacción, además de ser sencilla, debe dar a conocer y hacer entender al mayor número posible de televidentes los hechos de la actualidad. De esta manera el proceso comunicativo será realmente efectivo, si el mensaje no es comprendido por el receptor, la comunicación no es completa.

Justamente, esa es la condición primordial para que la comunicación sea efectiva, Balsebre, (2004), menciona al respecto que “La comunicación sólo es posible cuando el repertorio de elementos del que toma forma y organización la secuencia de signos que constituye el mensaje es conocido tanto por el emisor como por el receptor” (p. 2).

El receptor entenderá el mensaje cuando se le hable de cosas que normalmente maneje, un alumno de derecho entenderá cuando su profesor le hable sobre la legislación del país, un empresario de la industria alimentaria entenderá cuando se le explique sobre las condiciones para exportar comida procesada a otro país, pero un infante no entenderá si se le enseña temas relacionados a la ética o filosofía, en todo caso su comprensión no será total ocasionando que la comunicación no sea completa.

Bajo esta premisa, los televidentes de un noticiero entenderán el contenido de las noticias presentadas en la medida que conozcan el entorno donde se desarrollan los hechos, por tanto, el mensaje del noticiero deberá ser claro y conciso para ser entendido, de esta manera el reportero o periodista deberá articular un lenguaje que facilite la comprensión de lo narrado.

El televidente (receptor) al ver una noticia debe percibir el contenido que se presenta en ella para comprender la coyuntura de cómo se dio el hecho y cuáles son sus posibles consecuencias. Van Dijk, (2001) menciona diferentes etapas para la comprensión de las noticias en prensa escrita, estas son: "1) percepción y atención; 2) lectura; 3) decodificación e interpretación; 4) representación en la memoria episódica; 5) formación, usos y actualización de modelos situacionales; y 6) usos y cambios del conocimiento social general y de las creencias" (p. 201-201), algunas de ellas se pueden aplicar también en la comprensión de las noticias televisivas.

La primera etapa a la que hace mención también se da en el periodismo televisivo, pero con características particulares. El proceso parte desde la exposición del espectador a la noticia, el televidente puede querer ver el noticiero de forma voluntaria porque desea estar informado y generalmente sintoniza aquel programa que está acostumbrado a ver, sea por que le da más confianza o simplemente porque le agrada más el estilo de presentación las noticias.

Pero también puede ser que vea el noticiero de una forma circunstancial, porque coincide con su horario de refrigerio, llegada a la casa, o porque en el lugar donde está hay un televisor encendido con las noticias.

A diferencia de la prensa escrita, la atención al mensaje televisivo dependerá de las circunstancias de recepción, esta se puede ver perturbada por muchos factores distractores que aparecerán en mayor o menor medida dependiendo del ambiente en que se encuentre el televidente.

En casa, a solas, tal vez el escenario sea el más adecuado, pero incluso así la persona que está viendo el noticiero puede recibir una llamada, un mensaje por *whatsapp* o simplemente se le antojó servirse un bocadillo en ese momento.

La percepción tendrá más posibilidades de ser perturbada si el televidente está en un lugar público como un restaurante o un centro comercial y más aún si está en compañía de otras personas que no tengan el mismo interés por conocer las noticias. Todos estos factores harán que la percepción y la atención sean diferentes afectando así la comprensión del mensaje.

La lectura en prensa escrita vendría a ser la visualización en televisión y cómo son expuestas las noticias, entramos al tema del lenguaje audiovisual que ya hemos abordado anteriormente. El noticiero utiliza recursos audiovisuales como las locuciones en *on* o en *off* del reportero, testimonios de personas involucradas o especialistas, imágenes de apoyo (actuales o de stock), audios ambientales del lugar de los hechos, gráficas para complementar la información (nombres, datos, cifras, ubicaciones, etc.) y eventualmente música para dar alguna atmósfera especial a la nota (más en el caso de reportajes que en las notas cortas de un noticiero).

Pero, a diferencia de la prensa escrita, el televidente sólo tiene oportunidad de ver la noticia una sola vez sin posibilidades de ser “re-leídas”, es un proceso inmediato y fugaz. La limitación del tiempo también obliga al reportero que desarrolla una nota a ser consciente de que debe seleccionar lo más importante y economizar palabras, en un minuto y medio o dos deberá sintetizar lo expuesto en una conferencia de prensa de media hora, una entrevista de varios minutos o en una sesión del congreso de todo un día.

Independientemente de la forma del mensaje periodístico y las condiciones en que el público lo recibe es importante reconocer que el televidente no es un ser pasivo, según Aguilera (1992)

El receptor de la información periodística, al que denominamos hombre-en-sociedad, es, en todo momento, término activo, porque no en vano se encuentra siempre –personal y comunitariamente-

interesado por poseer un conocimiento esclarecedor de cuanto, al ser noticia, puede modificar su propia habitualidad social” (p.162)

El espectador habitual de los noticieros es una persona que busca estar informado y que en su quehacer diario está expectante de lo que acontece en su entorno. El televidente del noticiero consume las noticias porque de algún modo esto le puede significar una mejor condición para enfrentar la vida y ser parte activa de la sociedad.

Esta necesidad de estar informado para conocer el entorno de alguna forma cambia cuando las noticias están referidas al mundo del espectáculo. El contenido que los bloques de espectáculos brindan son meramente de entretenimiento, el televidente no manifiesta una intención de reflexión sobre la coyuntura, sino que busca divertirse, relajarse y estar actualizado de los chismes de la farándula nacional.

Los romances de las “estrellas” de la tv y sus intimidades son parte de ese catálogo diario que ofrecen los noticieros en sus espacios de espectáculos, sobre todo aquellos más escandalosos que puedan generar una corriente de opinión fundamentada en el chisme, costumbre arraigada en nuestro país desde la colonia.

También es tema recurrente el resumen de las telenovelas con mayor audiencia y donde se especula sobre las posibles consecuencias de los actos de sus protagonistas, como si fuesen hechos de la realidad. Habitualmente se especula

sobre lo que pasará en los melodramas ya hasta se pone como parte de los avances en los pases a comerciales.

Es por esto que a diario se ha visto desfilar por el bloque de espectáculos de a los actores de producciones como *Al Fondo Hay Sitio* o *De Vuelta al Barrio* contando detalles de su vida diaria o incluso ya no como actores sino como personajes de la novela que aparecen contando los pormenores de los capítulos o presentando cómo son en su intimidad, su vida de la ficción por supuesto.

De igual manera son asiduos a ese bloque la mayoría de participantes del *reality* *Esto Es Guerra* que cada día protagonizan discusiones o romances y que son ventilados cual se hace en barrios populosos donde los vecinos suelen tener peleas.

Los conciertos de artistas o agrupaciones internacionales también tienen espacio a través de informes breves y por lo general se muestra a “famosos” que asistieron al evento. Ese tipo de notas son cortas, a menos que haya habido algún incidente llamativo como el retraso en el inicio del concierto, algún tumulto por exceso de público, el mal comportamiento de los cantantes, etc., entonces sí amerita un informe más extenso.

En este sentido, América Televisión es la cadena que más contenido proporciona por ser el canal con los índices más altos de rating y su bloque de espectáculos saca provecho de ello incluyendo entrevistas no a los actores sino a los personajes de sus telenovelas, dotándoles de una vida más allá de la ficción.

Esta caracterización se ha vuelto tan común que los estudiantes de comunicaciones asumen que es lo normal y plantean en sus proyectos los mismos contenidos sin hacer un análisis de la coyuntura o cuestionar nada.

### **1.3 Definición de términos básicos**

**Agenda Informativa.** Temas que conforman un programa de televisión y le da un estilo propio.

**Audiencia:** es el término que describe a los diferentes tipos de individuos a los que llega el mensaje de una persona, grupo o medio de comunicación, medidas por sexo, edad, condición económica, etc.

**Bloque.** Es un segmento dentro de un noticiero cuyo contenido está formado por noticias vinculadas por un tema común como deportes, espectáculos,

**Bloque de Espectáculos.** Es un segmento de noticias sobre los eventos artísticos o culturales, novedades sobre las producciones de artistas en general y hechos vinculados a personajes de la farándula.

**Conducción.** Acción de presentar los contenidos del programa o de algunos bloques o segmentos de un programa.

**Desinformación:** es la manipulación de la información a través del uso consciente de prácticas informativas, cuyos mecanismos se basan en la distracción de la información.

**Espectáculo.** Evento artístico o cultural que ofrece diversión pública en espacios como teatros, cines, coliseos.

**Farándula.** Actualmente se le denomina así al mundillo conformado por personajes que gozan de cierta fama gracias a sus escándalos, pleitos o exposición de sus intimidades.

**Formato Televisivo.** Estructura de cada producto televisivo y que le da características particulares en base a las cuales se pueden desarrollar programas similares.

**Género Informativo.** Clasificación de programas de televisión que se orientan a brindar información noticiosa.

**Medios de comunicación:** pueden ser comerciales, públicos o alternativos.

La televisión es uno de los principales medios de comunicación preferidos por millones de personas esto debido a que puede emitir señal tanto de audio como video, brindando esa sensación de omnipresencia al recibir la noticia desde el lugar de los hechos a través de la pantalla.

**Noticia:** es la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento, es la narración de un suceso, de una parte de la vida individual o colectiva, de algo verdadero.

**Noticiero.** Formato televisivo del género informativo que se caracteriza por la presentación de noticias cortas y puede estar estructurado en bloques.

**Percepción Crítica.** Análisis profundo en base a rasgos e indicadores de procedimientos, técnicas y estándares que busca emitir un juicio de valor.

**Perfil Profesional.** Características que debe tener un profesional de acuerdo a la profesión que desempeña.

**Periodismo:** es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad, para esto debe recurrir a fuentes fiables que respalden el hecho que se dará a conocer en el medio de comunicación.

**Producción Audiovisual.** Creación, planificación y organización de un proyecto audiovisual.

**Programa.** Unidad básica de la parrilla de programación de una cadena de televisión que implica la materialización audiovisual del proyecto.

**Rating:** es una cifra que indica el porcentaje de hogares o espectadores que están viendo un programa de televisión sobre el total que durante la emisión tiene encendido su televisor. Al aumentar el rating los medios sensacionalistas automáticamente están asegurando el incremento en la pauta publicitaria. Una forma de generar rating en los noticieros televisivos es haciendo uso del espectáculo informativo, exagerando hechos o situaciones del diario vivir, creando héroes y anti-héroes de historias ridículas y chismes que despiertan el morbo en la audiencia.

**Realización.** Ejecución de un proyecto audiovisual que consta de la grabación o registro, edición y post producción y finalmente la emisión o exhibición.

**Sensacionalismo:** es la práctica o recurso periodístico que busca generar o transmitir sensaciones en su audiencia, es decir, impactarlo sensorialmente a través de un estímulo externo, es un recurso válido en el Periodismo aunque también criticado por su naturaleza de tender a exagerar la noticia con el fin de hacerla llamativa o crear polémica.

**Show Noticioso:** Estilo de algunos noticieros que abusan del sensacionalismo y desvirtúan la información, presentando hechos irrelevantes con tintes de trascendencia, historias policiales, escándalos sociales, y riñas callejeras entre otros.

**Televidente.** Persona que ve televisión.

**Televisión.** Sistema de emisión de sonido e imágenes en movimiento a distancia a través de ondas hercianas.

**Tratamiento Televisivo.** Forma en que se combinan los elementos del lenguaje audiovisual en un programa de televisión.

**Valor Periodístico.** Rasgos y características que debe tener un acontecimiento para que sea considerado noticioso.

## CAPÍTULO II

### HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1 Formulación de hipótesis principal y derivada

##### 2.1.1. Hipótesis principal

El **BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN** se relaciona significativamente con la **PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DE DÉCIMO CICLO** de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018.

##### 2.1.2. Hipótesis específicas

La **AGENDA INFORMATIVA** del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona significativamente con la percepción crítica del **VALOR PERIODÍSTICO** en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018

La **CONDUCCIÓN** del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona significativamente con la percepción crítica del **PERFIL PROFESIONAL** en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018.

El **LENGUAJE AUDIOVISUAL** se relaciona significativamente con la percepción crítica del **MENSAJE** en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional

de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018.

## **2.2 Variables y definición operacional**

Variable Independiente (X)

Bloque de Espectáculos del noticiero Primera Edición

Indicadores:

- X1: Agenda Informativa.
- X2: Conducción.
- X3: Lenguaje Audiovisual.

Variable Dependiente (Y)

Percepción de los alumnos de décimo ciclo

Indicadores:

- Y1: Valor Periodístico.
- Y2: Perfil Profesional.
- Y3: Mensaje

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1 Diseño metodológico

##### 3.1.1 Diseño de investigación

Para responder a los problemas de investigación planteados y contrastar las hipótesis de investigación formuladas, se seleccionó el diseño **no experimental**.

**Diseño no experimental:** Porque se realiza sin manipular deliberadamente alguna de las variables, ya que los efectos generados entre ellas, existen. Es decir, trata de observar el problema tal como se da en la realidad, para después comprobarse.

**Corte transversal:** porque se aplicará el instrumento en una sola ocasión.

##### 3.1.2 Tipo de investigación

Aplicativa: Porque se hará uso de los conocimientos ya existentes como teorías, enfoques, principios en cada variable de estudio.

##### 3.1.3 Nivel de investigación

Descriptivo: Porque se describirán las características más relevantes de cada variable, como es el caso de la variable independiente: **BLOQUE DE ESPECTÁCULOS** y la variable dependiente: **PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES**.

**Correlacional:** Porque se medirá la correlación entre la variable independiente: **BLOQUE DE ESPECTÁCULOS** y la variable dependiente **PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES.**

### **3.1.4 Método de investigación**

Los métodos científicos elegidos para la demostración de las hipótesis son los siguientes:

**Deductivo:** Porque de la verdad general se obtiene la verdad particular.

**Analítico:** Porque se desintegrará la realidad estudiada en sus partes componentes para ser investigadas a profundidad y establecer la relación causa efecto entre las variables objeto de investigación.

**Estadístico:** Porque se utilizarán herramientas estadísticas para arribar a conclusiones y recomendaciones.

**Hermenéutico:** porque se hará uso de la interpretación.

## **3.2 Diseño muestral**

### **3.2.1 Población**

La población correspondiente a esta investigación es finita ya que la cantidad de unidades de análisis es conocida y menor a 100,000.

El conjunto de elementos o sujetos a los cuales se les realizará las mediciones poseen características, propiedades, cualidades y atributos homogéneos, es decir que dichas unidades de análisis son representativas.

La población está conformada por 45 unidades de análisis alumnos de décimo ciclo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de

Ciencias de la Comunicación, Educación y Humanidades de la Universidad Alas Peruanas.

### 3.2.2 Muestra

La decisión de trabajar con un muestreo proporcional se debe a diferentes criterios de índole financiero, económico, humanos, tecnológicos, entre otros.

Para **calcular el tamaño muestral** proporcional se utilizará la siguiente fórmula:

#### Para estimar proporciones

$$n_0 = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2} \qquad n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}}$$

Donde:

Z= Valor de tabla Z para un nivel de seguridad definido. Para 95% Z=1.96

d= Margen de error permisible para el estimador del promedio

P= Proporción que se esperaría encontrar en la investigación

Para conocer la cantidad de unidades de análisis con la que se trabajará en la presente investigación se utilizará la presente fórmula:

La muestra está conformada por 45 unidades de análisis alumnos de décimo ciclo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Educación y Humanidades de la Universidad Alas Peruanas

Para la selección de las unidades de análisis correspondientes al tamaño muestral se utilizará la técnica de selección probabilística: Muestreo Aleatorio Simple.

### **3.3 Técnicas de recolección de datos**

#### **3.3.1 Técnicas**

**Encuesta:** conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas a partir de la identificación de indicadores para ser dirigidas a una muestra de población.

#### **3.3.2 Instrumentos**

**Cuestionario:** conjunto de preguntas cuyo objetivo es obtener información concreta en función a la investigación. Existen numerosos estilos y formatos de cuestionarios, de acuerdo a la finalidad específica de cada uno.

#### **3.3.3 Validez de instrumento de medición**

Para determinar la validez del instrumento se utilizó la prueba de juicio de expertos, la cual fue procesada mediante la fórmula de Coeficiente de validez Aiken, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

A = Acuerdo (Aceptable = A)

D = Desacuerdo (Modificable = M)

V = Coeficiente de Validez de Aiken

p = Significación estadística

De acuerdo a Escurra (1988), el Coeficiente de Validez de Aiken (V):

$$V = \frac{S}{(n(c-1))}$$

**Donde:**

S = la sumatoria de si

si = Valor asignado por el juez i,

n = número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración

El procedimiento a utilizar implica las siguientes etapas:

1. Se elige un conjunto de 3 jueces por tener conocimientos sobre el tema a ser evaluado en la prueba, como psicólogos, educadores, investigadores, etc.
2. Se elabora una carta en la cual se invita al juez a participar en el estudio, adjuntando un ejemplar de la prueba y las definiciones de los aspectos que van a ser medidos, indicándose además que debe evaluar.
3. Se entrega el material a cada juez y después de una semana se recogen las evaluaciones respectivas.
4. Con los datos se elabora un cuadro, asignando el valor de 2 si el juez está de acuerdo y 1 si no lo está.
5. Se aceptan los ítems que alcanzan valores superiores a 0.80

### Registro de los validadores

ÍTEMS	Juez 1	Juez 2	Juez 3	Promedio	Suma	V de Aiken	Descriptivo
ÍTEM 1	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 2	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 3	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 4	A	A	M	1.7	5	0.83	Válido
ÍTEM 5	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 6	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 7	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 8	M	A	A	1.7	5	0.83	Válido
ÍTEM 9	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 10	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 11	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 12	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 13	A	M	A	1.7	5	0.83	Válido
ÍTEM 14	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 15	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 16	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 17	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido

ÍTEM 18	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 19	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 20	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 21	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 22	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 23	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 24	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido
ÍTEM 25	A	A	A	2.0	6	1.00	Válido

Todos los reactivos son válidos porque sus valores son mayores al 0.80%.

### 3.3.4 Confiabilidad de instrumento de medición

Para determinar la confiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach.

Cuya fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right],$$

**Donde:**

- $S_i^2$  es la varianza del ítem  $i$ ,
- $S_t^2$  es la varianza de los valores totales observados y
- $k$  es el número de preguntas o ítems.

### Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Válidos	45	100,0
Casos Excluidos	0	,0
Total	45	100,0

### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,993	,993	25

### Estadísticos de resumen de los elementos

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo/ mínimo	Varianza
Medias de los elementos	2,832	1,733	4,422	2,689	2,551	,467

### Estadísticos de resumen de los elementos

	N de elementos
Medias de los elementos	25

El Alpha de Crombach para este instrumento es de **0.993**, con lo que su fiabilidad se puede considerar Buena o bastante aceptable.

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

Para el procesamiento de datos se utilizó el programa spss versión 21.

### 3.5 Aspectos éticos

La presente investigación está orientada en la búsqueda de la verdad desde la recolección, presentación e interpretación de datos hasta la divulgación de resultados, los cuales se efectuarán con suma transparencia.

El aspecto ético se encontrará presente en el desarrollo de cada una de las actividades de todas las etapas del proceso de investigación.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4.1 Presentación de análisis y resultados**

Los datos obtenidos como producto de la aplicación del instrumento de investigación y el análisis de éstos se realizaron con la finalidad de dar respuestas a las interrogantes de la presente investigación.

Una vez obtenidos los datos en el trabajo de campo y cumpliendo con las tareas de la estadística descriptiva se pudo resumir, ordenar y presentar la información en diferentes tablas de frecuencias (absoluta, relativa y acumulada) y gráficas, el uso de las tablas de frecuencias ayudaron a determinar la tendencia de las variables en estudio y las gráficas sirvieron como recurso visual que permitieron tener una idea clara, precisa, global y rápida acerca de la muestra.

En base a la información obtenida mediante las técnicas descriptivas se hicieron generalizaciones, es decir, que además de la estadística descriptiva se hizo uso de la estadística inferencial.

La estadística inferencial está presente en cada una de las pruebas de hipótesis, es decir, en la hipótesis general y específicas.

**Cuadro N° 01**

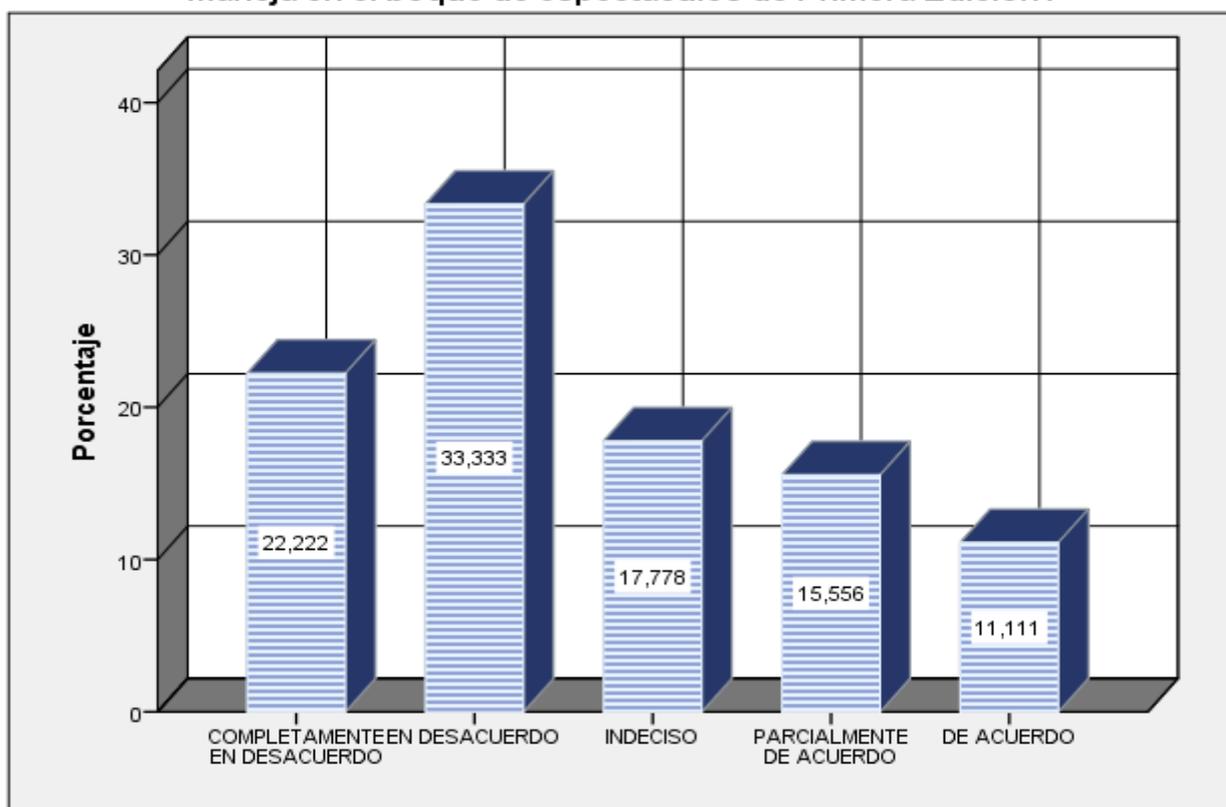
1- ¿Está usted de acuerdo con el contenido de la AGENDA INFORMATIVA que se maneja en el bloque de espectáculos de Primera Edición?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

1-¿Está usted de acuerdo con el contenido de la AGENDA INFORMATIVA que se maneja en el boque de espectáculos de Primera Edición?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	10	22,2	22,2	22,2
EN DESACUERDO	15	33,3	33,3	55,6
INDECISO	8	17,8	17,8	73,3
Válidos PARCIALMENTE DE ACUERDO	7	15,6	15,6	88,9
DE ACUERDO	5	11,1	11,1	100,0
Total	45	100,0	100,0	

**1-¿Está usted de acuerdo con el contenido de la AGENDA INFORMATIVA que se maneja en el boque de espectáculos de Primera Edición?**



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 33.3% respondió estar en desacuerdo, 22.2% completamente en desacuerdo, el 17.7% indeciso, el 15.5% parcialmente de acuerdo y el 11.1% de acuerdo.

**Cuadro N° 02**

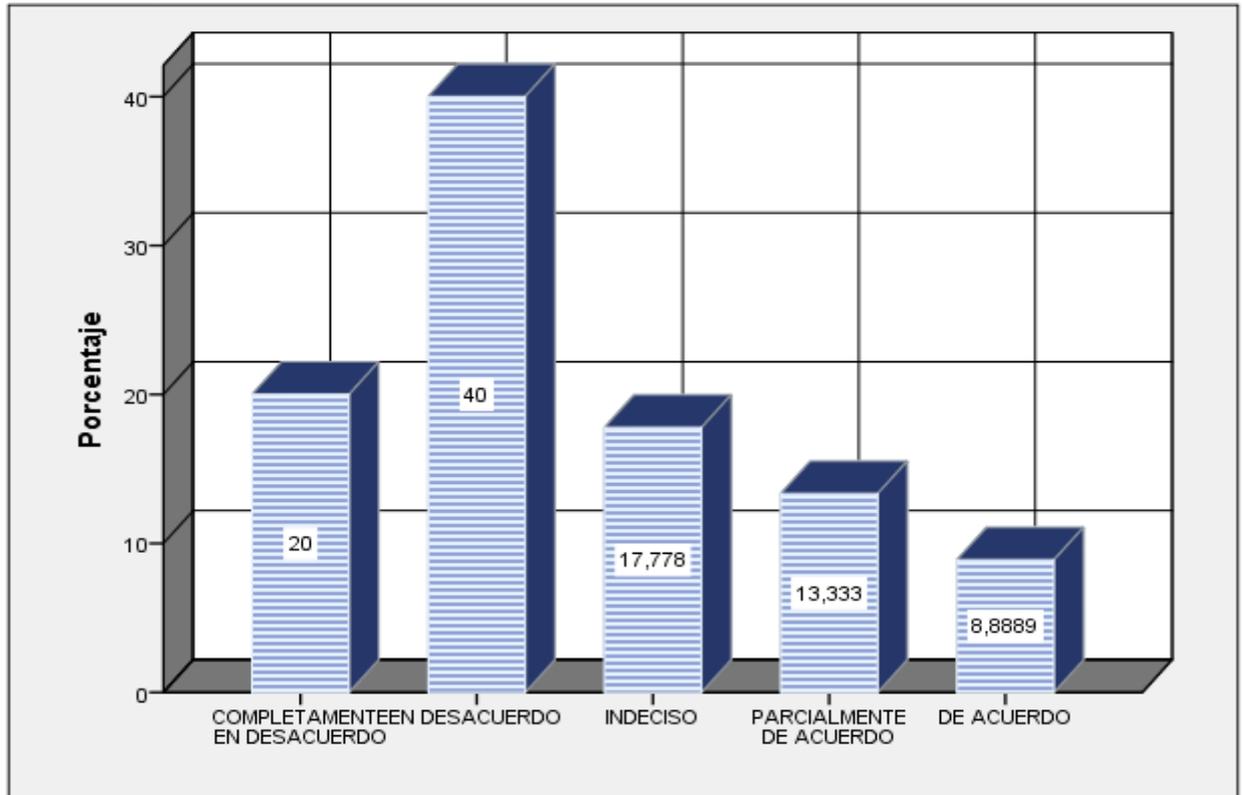
2- ¿Cree usted que la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del programa antes mencionado incluye todos los espectáculos locales?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

2- ¿Cree usted que la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del programa antes mencionado incluye todos los espectáculos locales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	9	20,0	20,0	20,0
EN DESACUERDO	18	40,0	40,0	60,0
INDECISO	8	17,8	17,8	77,8
PARCIALMENTE DE ACUERDO	6	13,3	13,3	91,1
DE ACUERDO	4	8,9	8,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

2- ¿Cree usted que la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del programa antes mencionado incluye todos los espectáculos locales?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 40% respondió estar en desacuerdo, el 20% completamente en desacuerdo, 17.7% indeciso, el 13.3% parcialmente de acuerdo y el 8.8% de acuerdo.

**Cuadro N° 03**

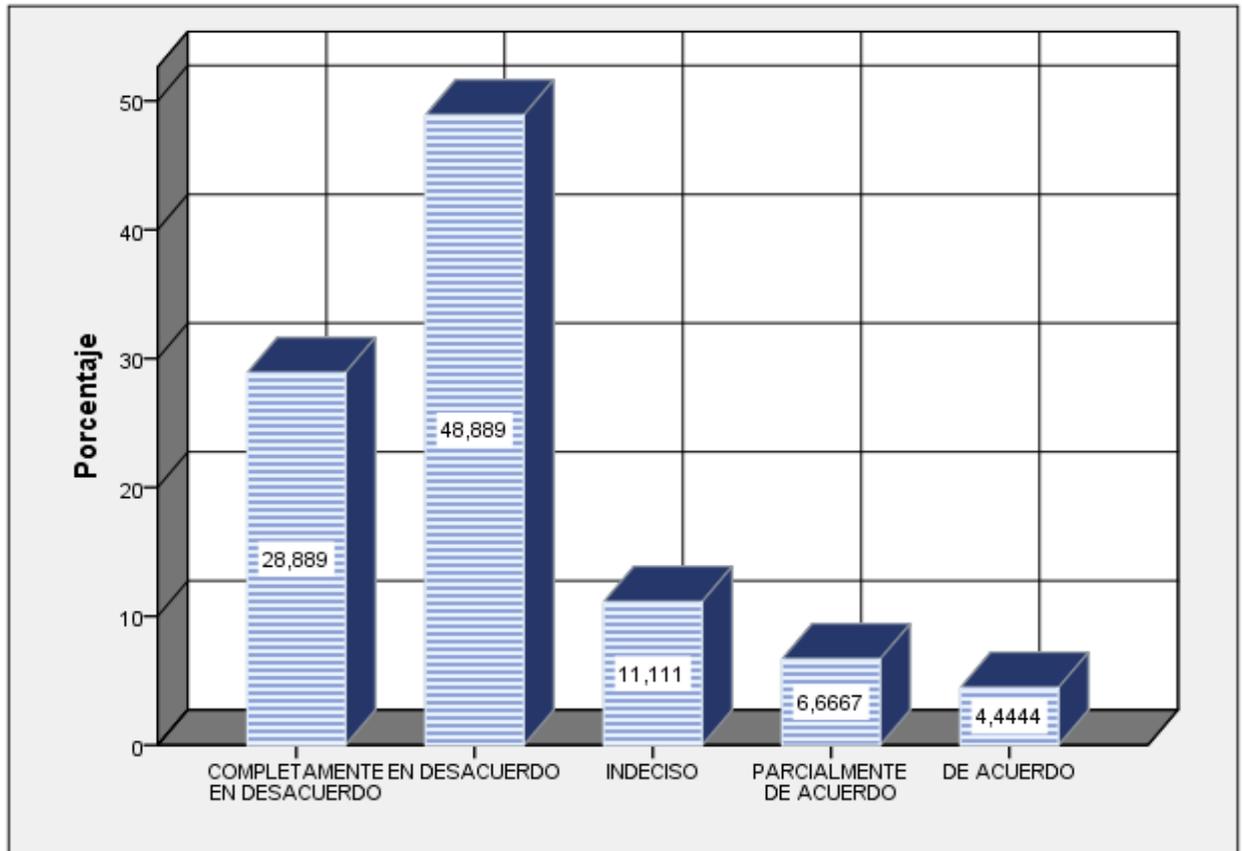
3- ¿Considera usted que la AGENDA INFORMATIVA del segmento en referencia es representativa de su nivel cultural?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

3- ¿Considera usted que la AGENDA INFORMATIVA del segmento en referencia es representativa de su nivel cultural?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	13	28,9	28,9	28,9
EN DESACUERDO	22	48,9	48,9	77,8
INDECISO	5	11,1	11,1	88,9
PARCIALMENTE DE ACUERDO	3	6,7	6,7	95,6
DE ACUERDO	2	4,4	4,4	100,0
Total	45	100,0	100,0	

**3- ¿Considera usted que la AGENDA INFORMATIVA del segmento en referencia es representativa de su nivel cultural?**



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 48.8% respondió estar en desacuerdo, el 28.8% completamente en desacuerdo, el 11.1% indeciso, el 6.6% parcialmente de acuerdo y el 4.4% de acuerdo.

**Cuadro N° 04**

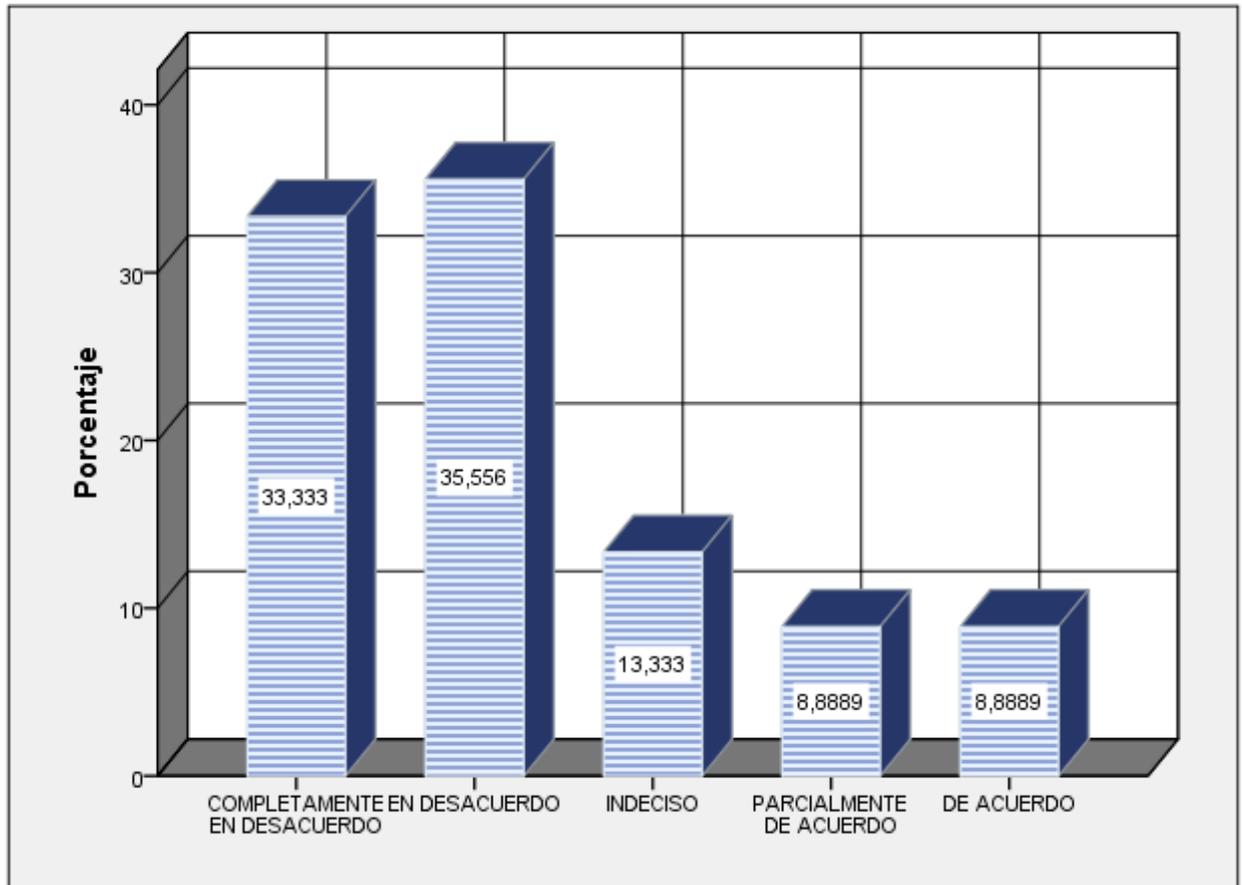
4- ¿Está usted de acuerdo con que la AGENDA INFORMATIVA del bloque mencionado es variada?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

**4- ¿Está usted de acuerdo con que la AGENDA INFORMATIVA del bloque mencionado es variada?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	15	33,3	33,3	33,3
EN DESACUERDO	16	35,6	35,6	68,9
INDECISO	6	13,3	13,3	82,2
PARCIALMENTE DE ACUERDO	4	8,9	8,9	91,1
DE ACUERDO	4	8,9	8,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

4- ¿Está usted de acuerdo con que la AGENDA INFORMATIVA del bloque mencionado es variada?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 35.5% respondió estar en desacuerdo, el 33.3% completamente en desacuerdo, el 13.3% indeciso y el 8.8% parcialmente de acuerdo y de acuerdo.

**Cuadro Nº 05**

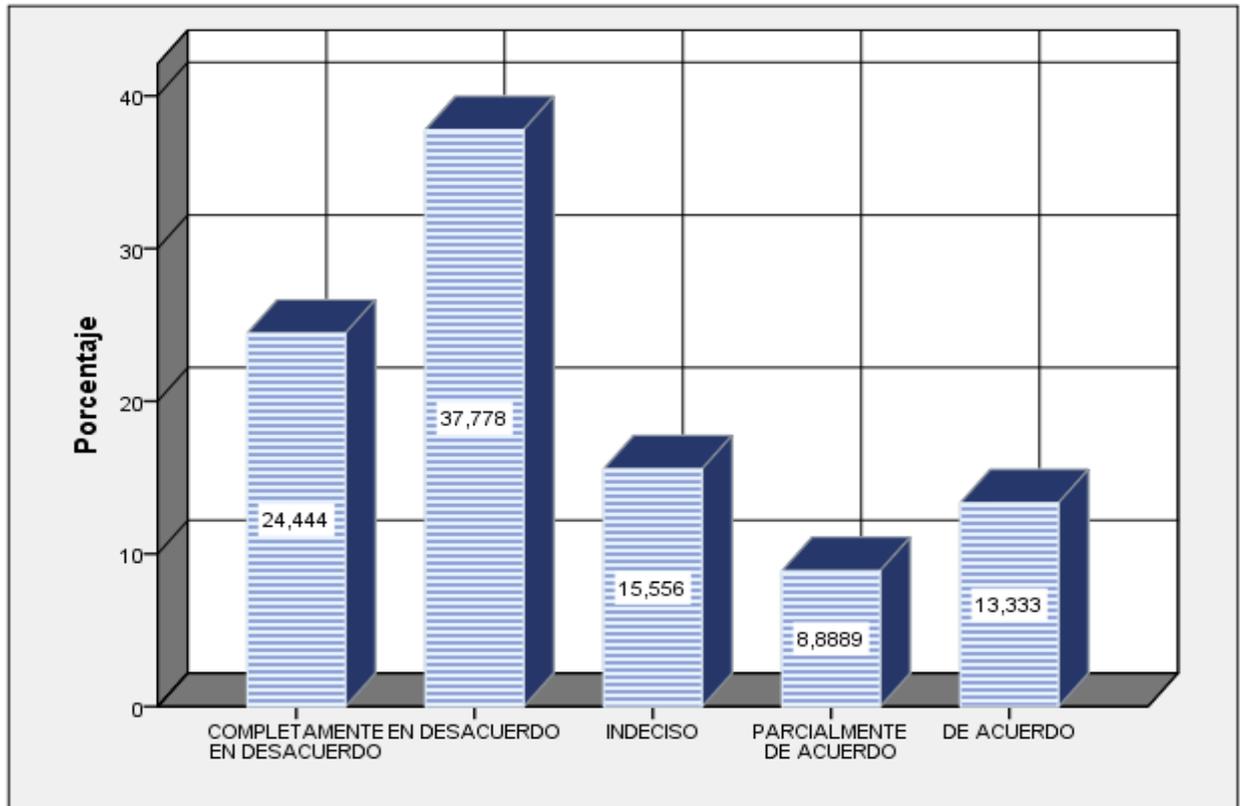
5- ¿Cree usted que la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos de Primera Edición se identifica con su nivel cultural?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

5-¿Cree usted que la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos de Primera Edición se identifica con su nivel cultural?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	11	24,4	24,4	24,4
EN DESACUERDO	17	37,8	37,8	62,2
INDECISO	7	15,6	15,6	77,8
PARCIALMENTE DE ACUERDO	4	8,9	8,9	86,7
DE ACUERDO	6	13,3	13,3	100,0
Total	45	100,0	100,0	

**5-¿Cree usted que la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos de Primera Edición se identifica con su nivel cultural?**



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 37.7% respondió estar en desacuerdo, el 24.4% completamente en desacuerdo, el 15.5% indeciso, el 13.3% de acuerdo y el 8.8% parcialmente de acuerdo.

**Cuadro N° 06**

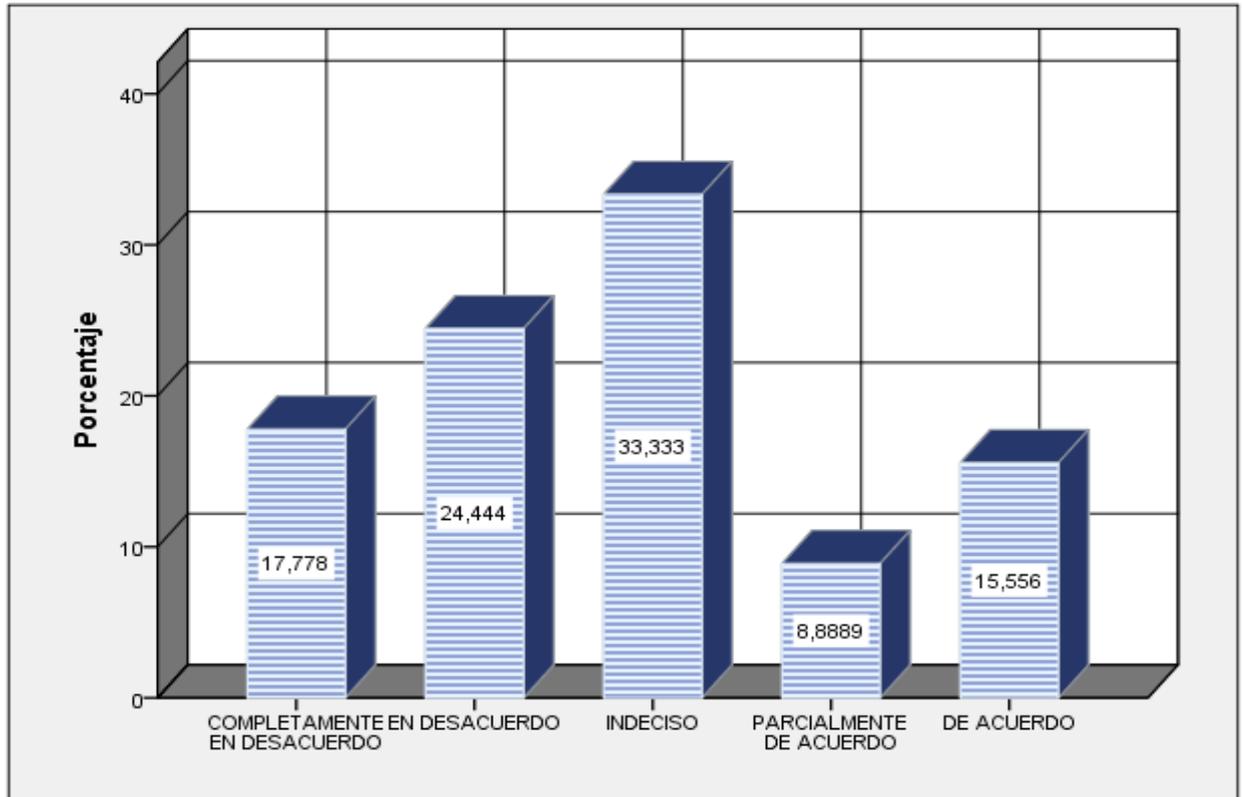
6- ¿Concuerda con que la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del programa antes mencionado proyecta credibilidad?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

6- ¿Concuerda con que la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del programa antes mencionado proyecta credibilidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	8	17,8	17,8	17,8
EN DESACUERDO	11	24,4	24,4	42,2
INDECISO	15	33,3	33,3	75,6
PARCIALMENTE DE ACUERDO	4	8,9	8,9	84,4
DE ACUERDO	7	15,6	15,6	100,0
Total	45	100,0	100,0	

6- ¿Concuerda con que la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del programa antes mencionadoproyecta credibilidad?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 33.3% respondió estar indeciso, el 24.4% en desacuerdo, el 17.7% completamente en desacuerdo, el 15.5% de acuerdo y el 8.8% parcialmente de acuerdo.

**Cuadro Nº 07**

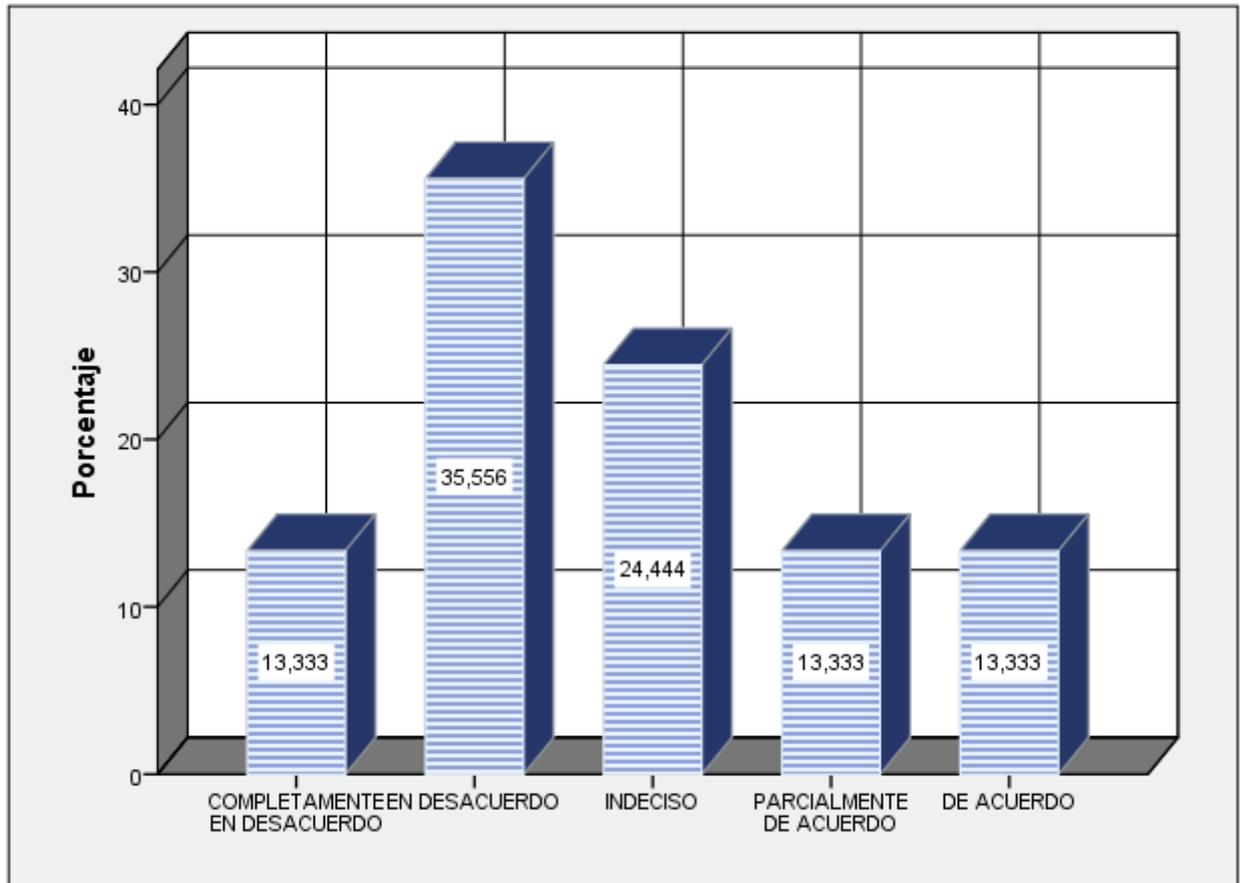
7- ¿Considera usted que la CONDUCCIÓN del segmento en referencia es agradable a la vista?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

7- ¿Considera usted que la CONDUCCIÓN del segmento en referencia es agradable a la vista?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	6	13,3	13,3	13,3
EN DESACUERDO	16	35,6	35,6	48,9
INDECISO	11	24,4	24,4	73,3
PARCIALMENTE DE ACUERDO	6	13,3	13,3	86,7
DE ACUERDO	6	13,3	13,3	100,0
Total	45	100,0	100,0	

7- ¿Considera usted que la CONDUCCIÓN del segmento en referencias agradable a la vista?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 35.5% respondió estar en desacuerdo, el 24.4% indeciso y el 13.3% de acuerdo, parcialmente de acuerdo y completamente en desacuerdo.

**Cuadro N° 08**

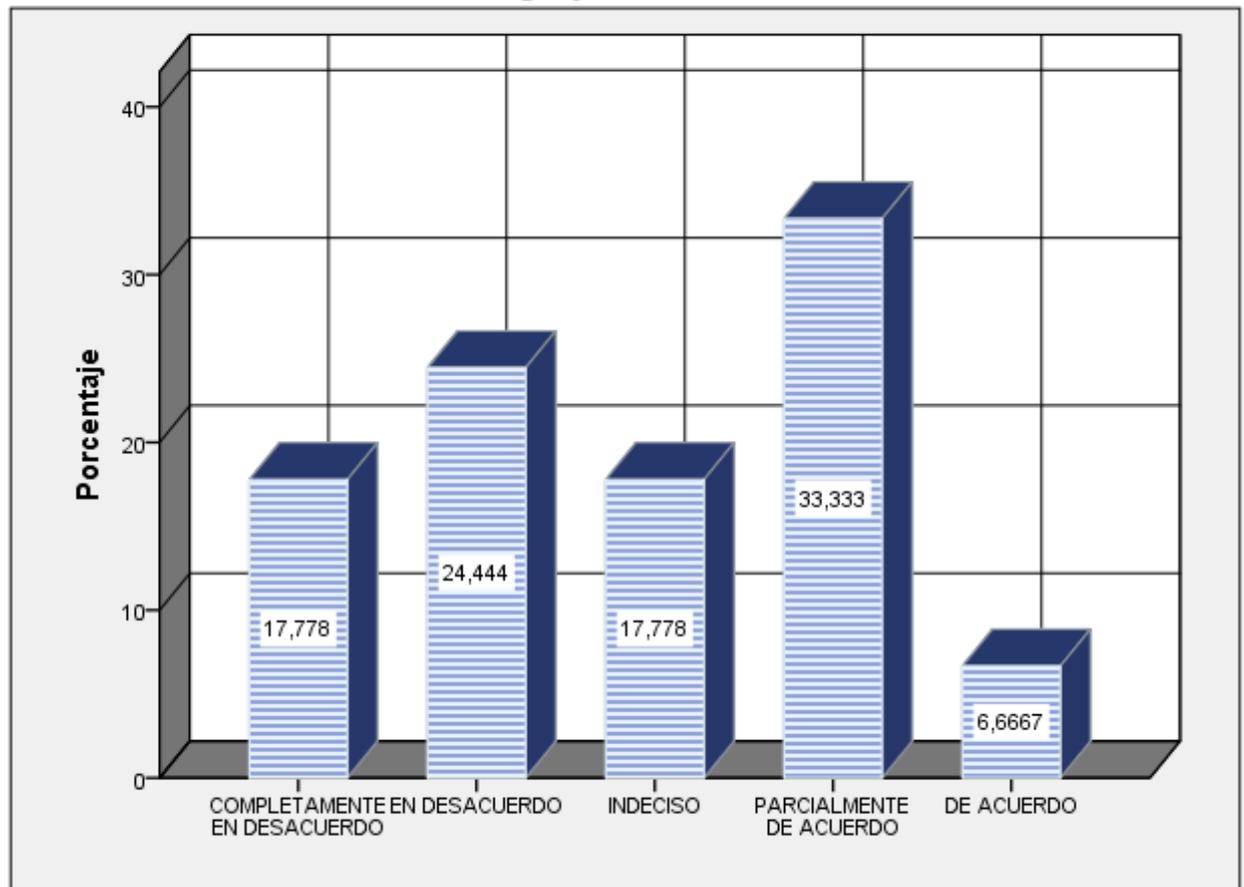
8- ¿Está de acuerdo con que la CONDUCCIÓN del bloque mencionado emplea un lenguaje adecuado?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

8- ¿Está de acuerdo con que la CONDUCCIÓN del bloque mencionado emplea un lenguaje adecuado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	8	17,8	17,8
	EN DESACUERDO	11	24,4	42,2
	INDECISO	8	17,8	60,0
	PARCIALMENTE DE ACUERDO	15	33,3	93,3
	DE ACUERDO	3	6,7	100,0
	Total	45	100,0	100,0

**8- ¿Está de acuerdo con que la CONDUCCIÓN del bloque mencionado emplea un lenguaje adecuado?**



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 33.3% respondió estar de parcialmente de acuerdo, el 24.4% en desacuerdo, el 17.7% indeciso y completamente en desacuerdo y el 6.6% de acuerdo.

**Cuadro N° 09**

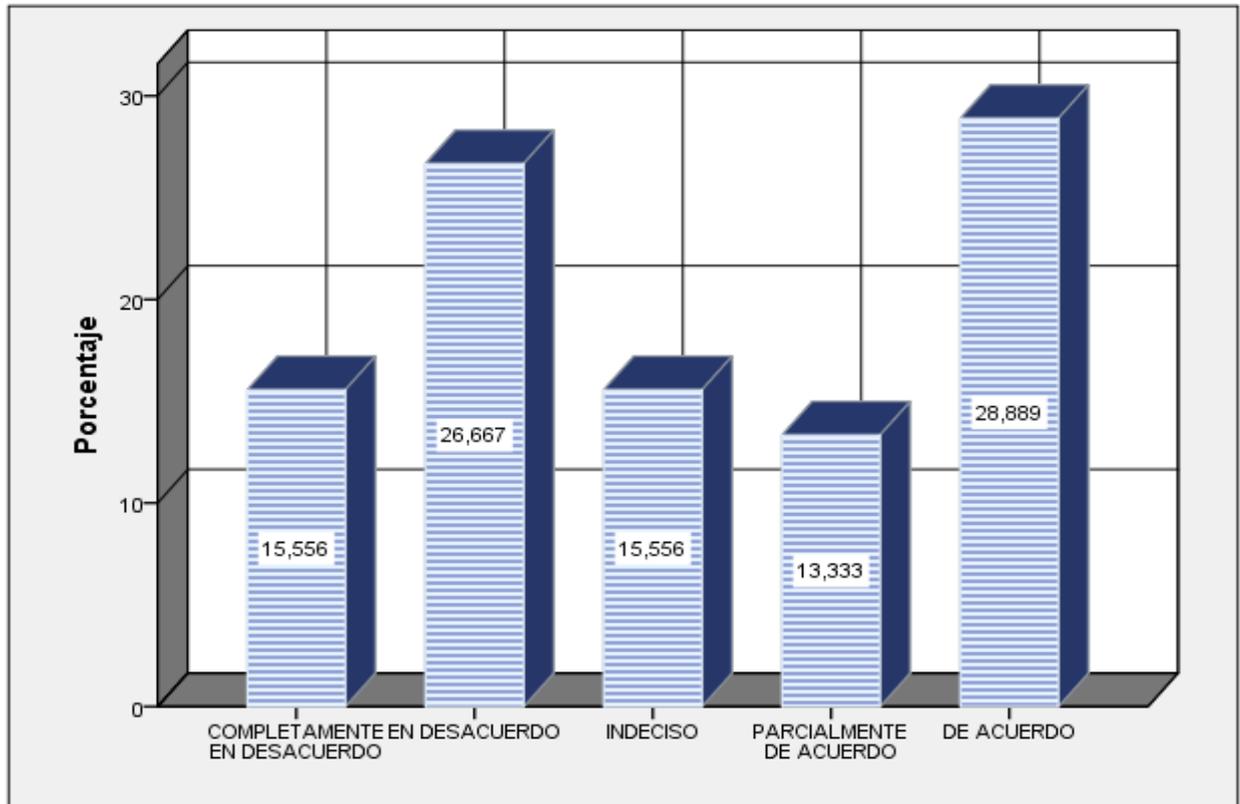
9- ¿Cree usted que la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos de Primera Edición genera una corriente de opinión en la teleaudiencia?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

9- ¿Cree usted que la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos de Primera Edición genera una corriente de opinión en la teleaudiencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	7	15,6	15,6
	EN DESACUERDO	12	26,7	42,2
	INDECISO	7	15,6	57,8
	PARCIALMENTE DE ACUERDO	6	13,3	71,1
	DE ACUERDO	13	28,9	100,0
	Total	45	100,0	100,0

9- ¿Cree usted que la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos de Primera Edición genera una corriente de opinión en la teleaudiencia?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 28.8% respondió estar de acuerdo, el 26.6% en desacuerdo, el 15.5% indeciso y completamente en desacuerdo y el 13.3% parcialmente de acuerdo.

**Cuadro Nº 10**

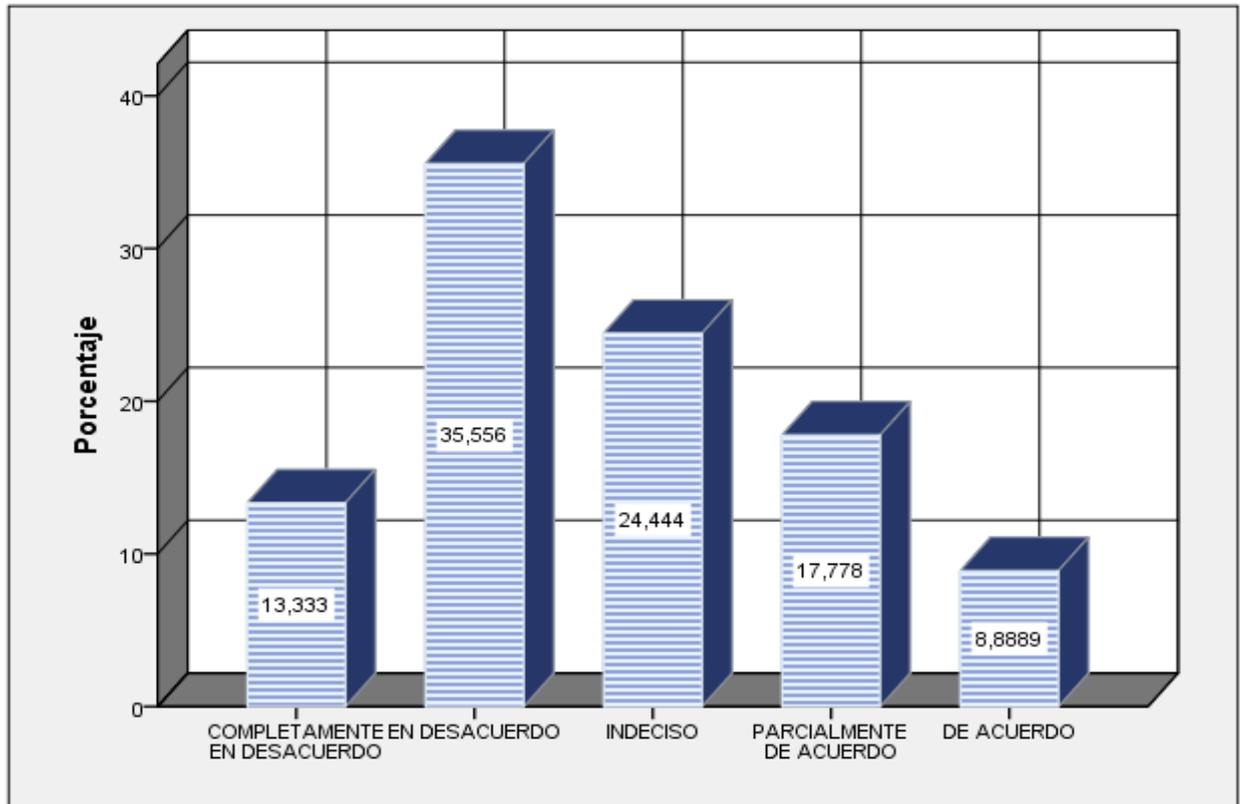
10- ¿Cree usted que el uso del LENGUAJE AUDIOVISUAL utilizado en el bloque de espectáculos de Primera Edición es prolijo?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

10- ¿Cree usted que el uso del LENGUAJE AUDIOVISUAL utilizado en el bloque de espectáculos de Primera Edición es prolijo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	6	13,3	13,3	13,3
EN DESACUERDO	16	35,6	35,6	48,9
INDECISO	11	24,4	24,4	73,3
PARCIALMENTE DE ACUERDO	8	17,8	17,8	91,1
DE ACUERDO	4	8,9	8,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

10- ¿Cree usted que el uso del LENGUAJE AUDIOVISUAL utilizado en el bloque de espectáculos de Primera Edición es prolijo?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 35.5% respondió estar en desacuerdo, el 24.4% indeciso, el 17.7% parcialmente de acuerdo, el 13.3% completamente en desacuerdo y el 8.8% de acuerdo.

**Cuadro N° 11**

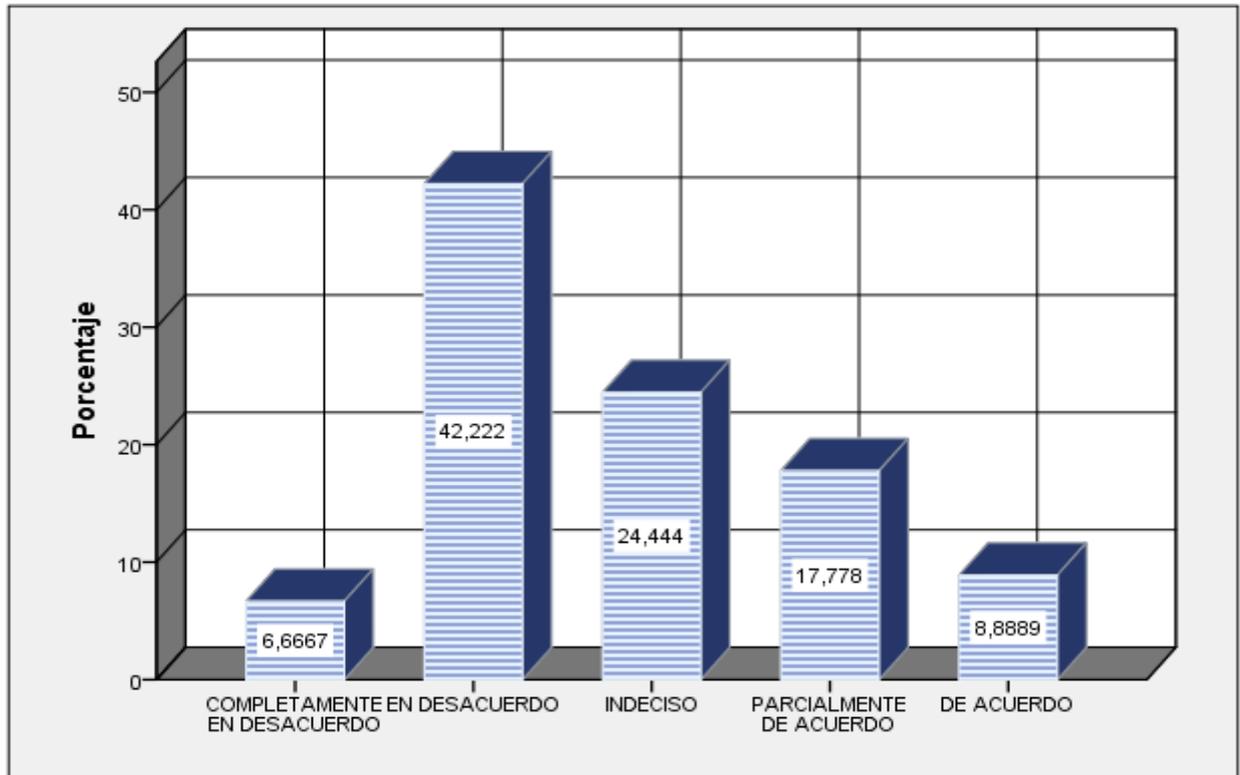
11- ¿Considera usted que el LENGUAJE AUDIOVISUAL del bloque de espectáculos del programa antes mencionado explota todos los recursos formales de imagen y sonido?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

**11- ¿Considera usted que el LENGUAJE AUDIOVISUAL del bloque de espectáculos del programa antes mencionado explota todos los recursos formales de imagen y sonido?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	3	6,7	6,7	6,7
EN DESACUERDO	19	42,2	42,2	48,9
INDECISO	11	24,4	24,4	73,3
PARCIALMENTE DE ACUERDO	8	17,8	17,8	91,1
DE ACUERDO	4	8,9	8,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

**11- ¿Considera usted que el LENGUAJE AUDIOVISUAL del bloque de espectáculos del programa antes mencionado explota todos los recursos formales de imagen y sonido?**



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 42.2% respondió estar en desacuerdo, el 24.4% indeciso, el 17.7% parcialmente de acuerdo, el 8.8% de acuerdo y el 6.6% completamente en desacuerdo.

**Cuadro N° 12**

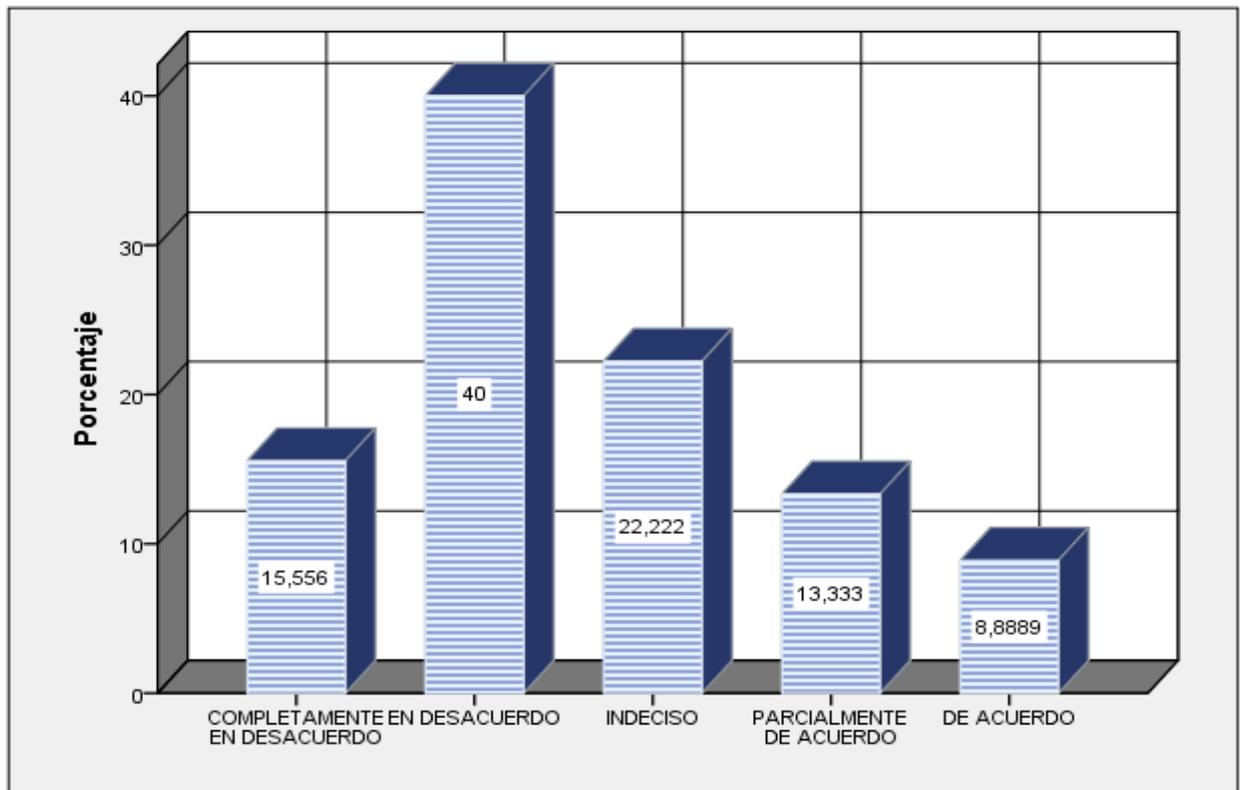
12- ¿Concuerda usted con que el LENGUAJE AUDIOVISUAL del segmento en referencia va de acuerdo con las características de un noticiero?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

12- ¿Concuerda usted con que el LENGUAJE AUDIOVISUAL del segmento en referencia va de acuerdo con las características de un noticiero?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	7	15,6	15,6	15,6
EN DESACUERDO	18	40,0	40,0	55,6
INDECISO	10	22,2	22,2	77,8
PARCIALMENTE DE ACUERDO	6	13,3	13,3	91,1
DE ACUERDO	4	8,9	8,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

12- ¿Concuerda usted con que el LENGUAJE AUDIOVISUAL del segmento en referencia va de acuerdo con las características de un noticiero?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 40% respondió estar en desacuerdo, el 22.2% indeciso, el 15.5% completamente en desacuerdo, el 13.3% parcialmente de acuerdo y el 8.8% de acuerdo.

**Cuadro N° 13**

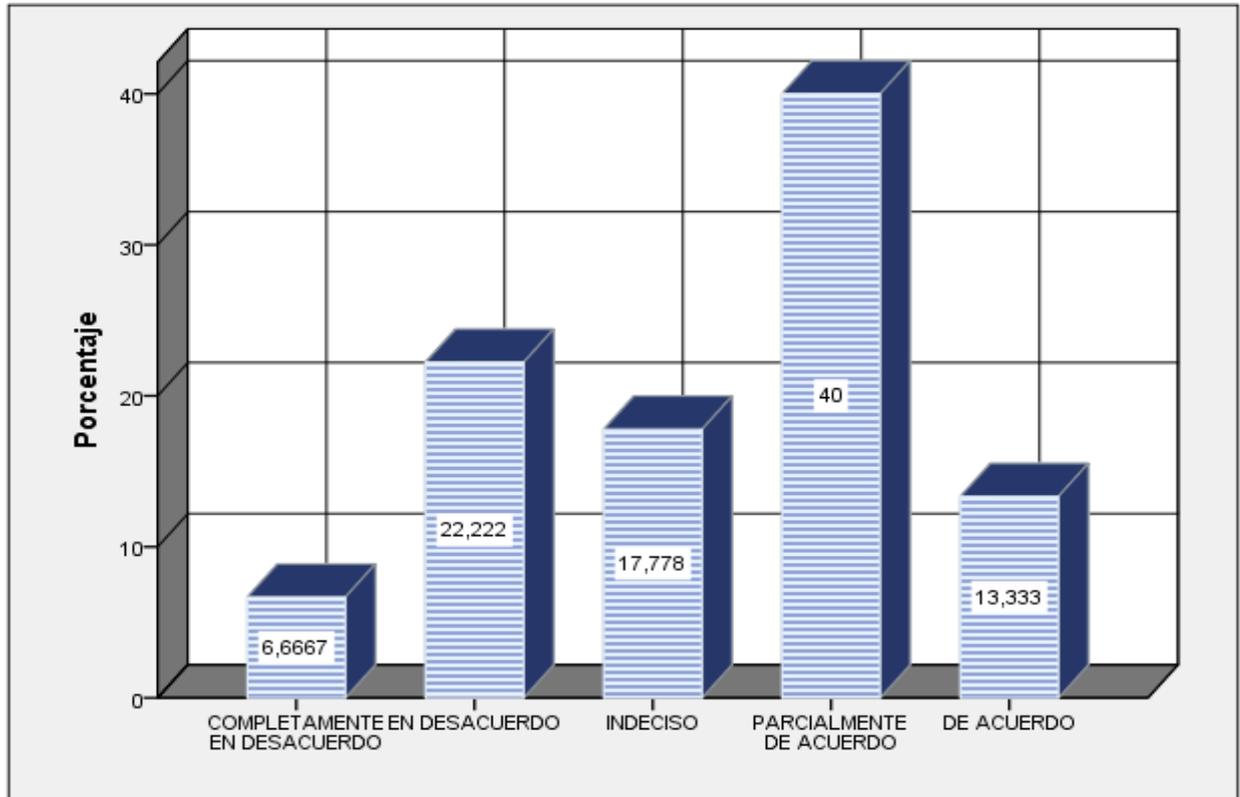
13- ¿Cree usted que el ritmo de edición de las notas presentadas en el bloque mencionado obedece a un LENGUAJE AUDIOVISUAL planificado?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

13- ¿Cree usted que el ritmo de edición de las notas presentadas en el bloque mencionado obedece a un LENGUAJE AUDIOVISUAL planificado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	3	6,7	6,7	6,7
EN DESACUERDO	10	22,2	22,2	28,9
INDECISO	8	17,8	17,8	46,7
PARCIALMENTE DE ACUERDO	18	40,0	40,0	86,7
DE ACUERDO	6	13,3	13,3	100,0
Total	45	100,0	100,0	

**13- ¿Cree usted que el ritmo de edición de las notas presentadas en el bloque mencionado obedecen a un LENGUAJE AUDIOVISUAL planificado?**



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 40% respondió estar parcialmente de acuerdo, el 22.2% en desacuerdo, el 17.7% indeciso, el 13.3% de acuerdo y el 6.6% completamente en desacuerdo.

**Cuadro N° 14**

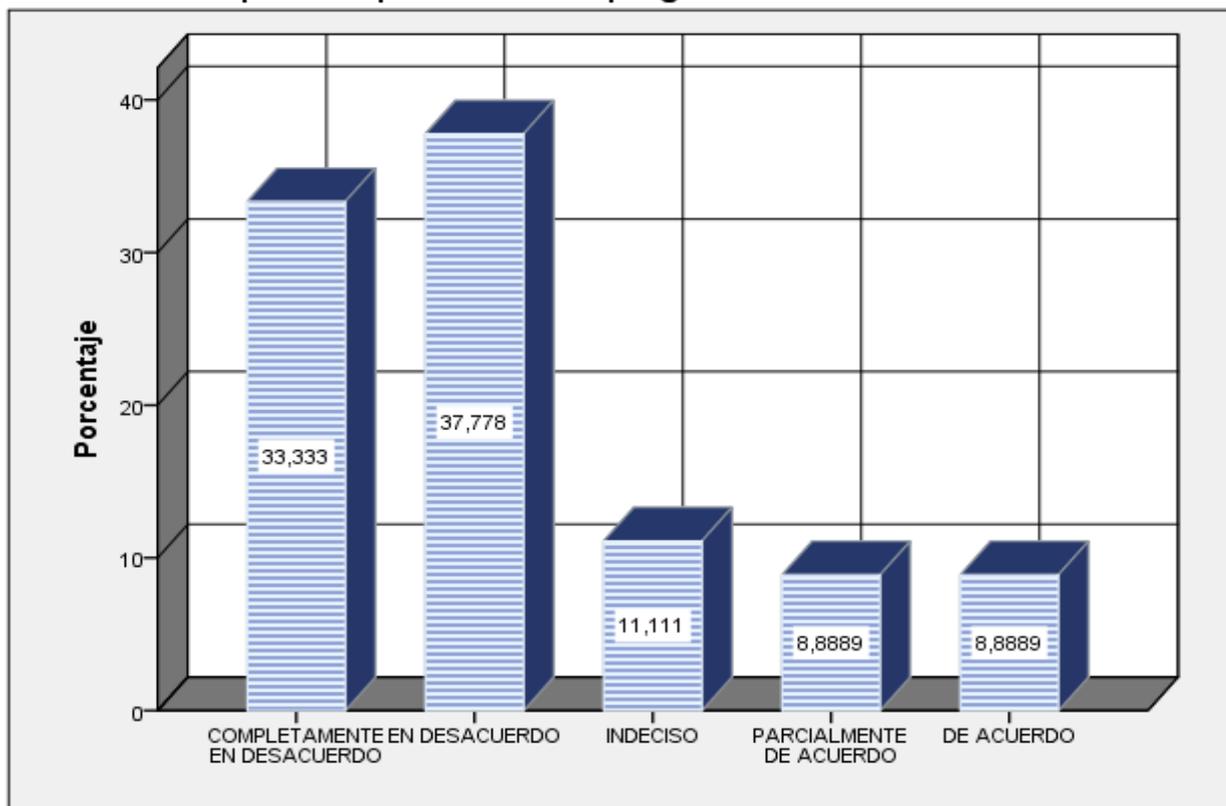
14- ¿Encuentra usted VALOR PERIODÍSTICO en las noticias ofrecidas por el bloque de espectáculos del programa antes mencionado?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

14- ¿Encuentra usted VALOR PERIODÍSTICO en las noticias ofrecidas por el bloque de espectáculos del programa antes mencionado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	15	33,3	33,3
	EN DESACUERDO	17	37,8	71,1
	INDECISO	5	11,1	82,2
	PARCIALMENTE DE ACUERDO	4	8,9	91,1
	DE ACUERDO	4	8,9	100,0
	Total	45	100,0	100,0

14- ¿Encuentra usted VALOR PERIODÍSTICO en las noticias ofrecidas por el bloque de espectáculos del programa antes mencionado?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 37.7% respondió estar en desacuerdo, el 33.3% completamente en desacuerdo, el 11.11% indeciso y el 8.8% parciamente de acuerdo y de acuerdo.

**Cuadro N° 15**

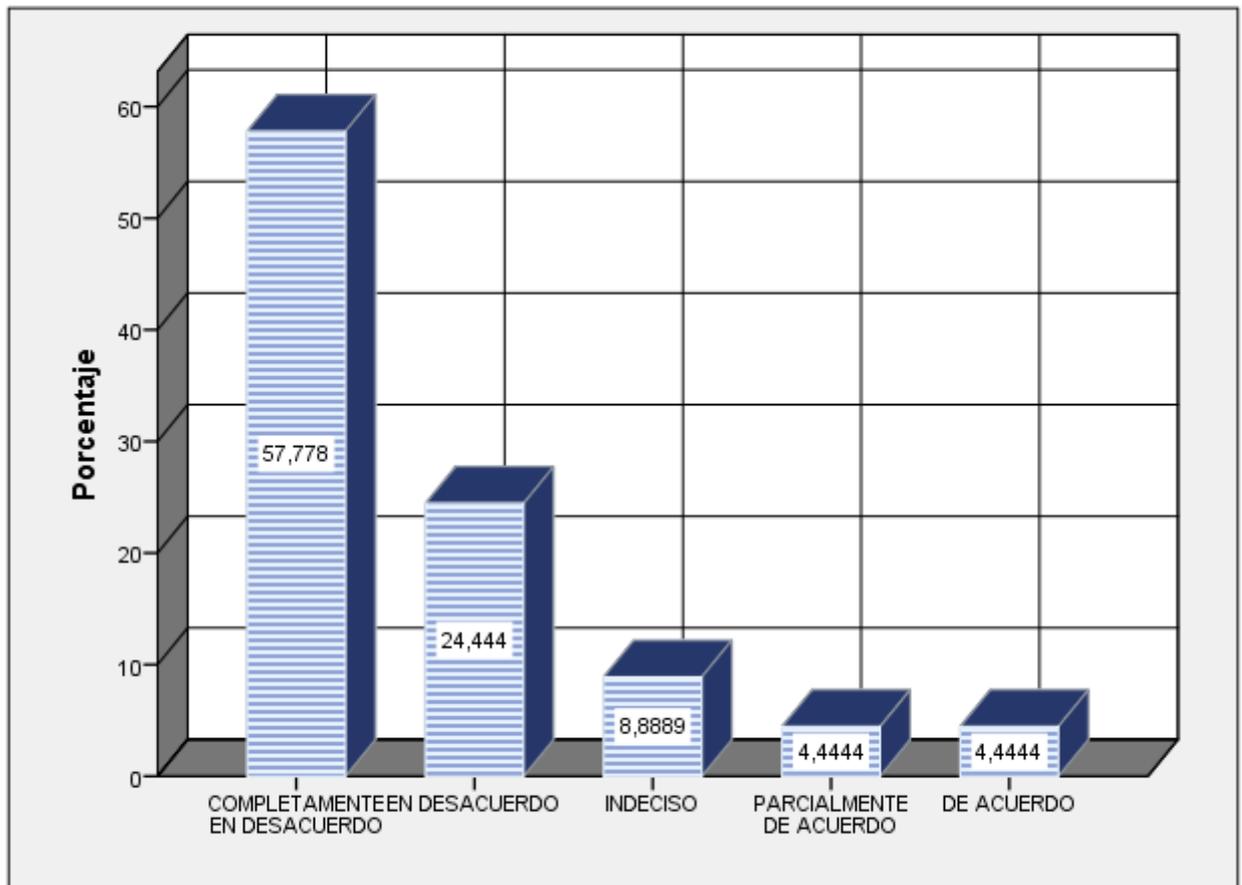
15- ¿Cree usted que los líos personales de los personajes de la farándula poseen VALOR PERIODÍSTICO?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

15- ¿Cree usted que los líos personales de los personajes de la farándula poseen VALOR PERIODÍSTICO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	26	57,8	57,8
	EN DESACUERDO	11	24,4	82,2
	INDECISO	4	8,9	91,1
	PARCIALMENTE DE ACUERDO	2	4,4	95,6
	DE ACUERDO	2	4,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0

15- ¿Cree usted que los líos personales de los personajes de la farándula poseen VALOR PERIODÍSTICO?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 57.7% respondió estar completamente en desacuerdo, el 24.4% en desacuerdo, el 8.8% indeciso y el 4.4% de acuerdo y parcialmente de acuerdo.

**Cuadro N° 16**

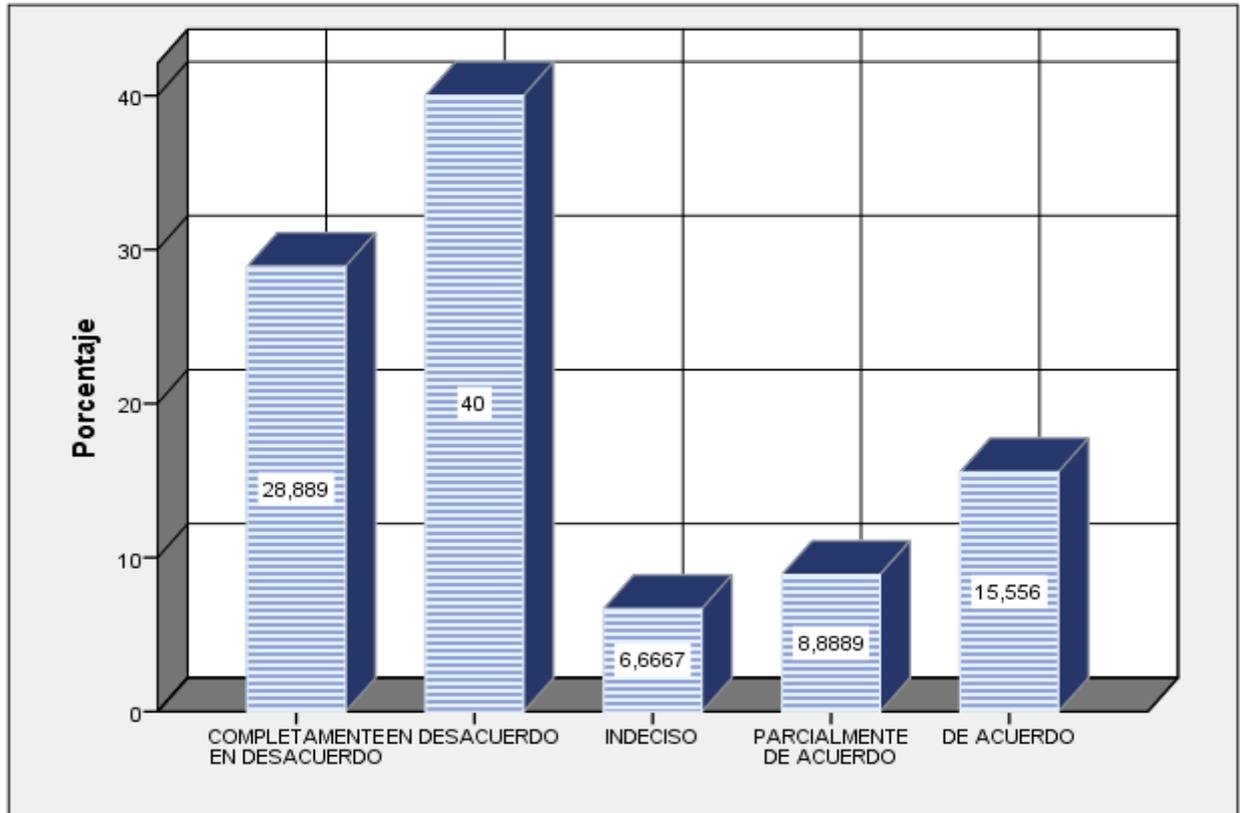
16- ¿Está usted de acuerdo con que el VALOR PERIODÍSTICO de las noticias de farándula radica en la producción realizada en cada una de ellas?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

16- ¿Está usted de acuerdo con que el VALOR PERIODÍSTICO de las noticias de farándula radica en la producción realizada en cada una de ellas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	13	28,9	28,9	28,9
EN DESACUERDO	18	40,0	40,0	68,9
INDECISO	3	6,7	6,7	75,6
PARCIALMENTE DE ACUERDO	4	8,9	8,9	84,4
DE ACUERDO	7	15,6	15,6	100,0
Total	45	100,0	100,0	

16- ¿Está usted de acuerdo con que el VALOR PERIODÍSTICO de las noticias de farándula radica en la producción realizada en cada una de ellas?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 40% respondió estar en desacuerdo, el 28.8% completamente en desacuerdo, el 15.5% de acuerdo, el 8.8% parcialmente de acuerdo y el 6.6% indeciso.

**Cuadro Nº 17**

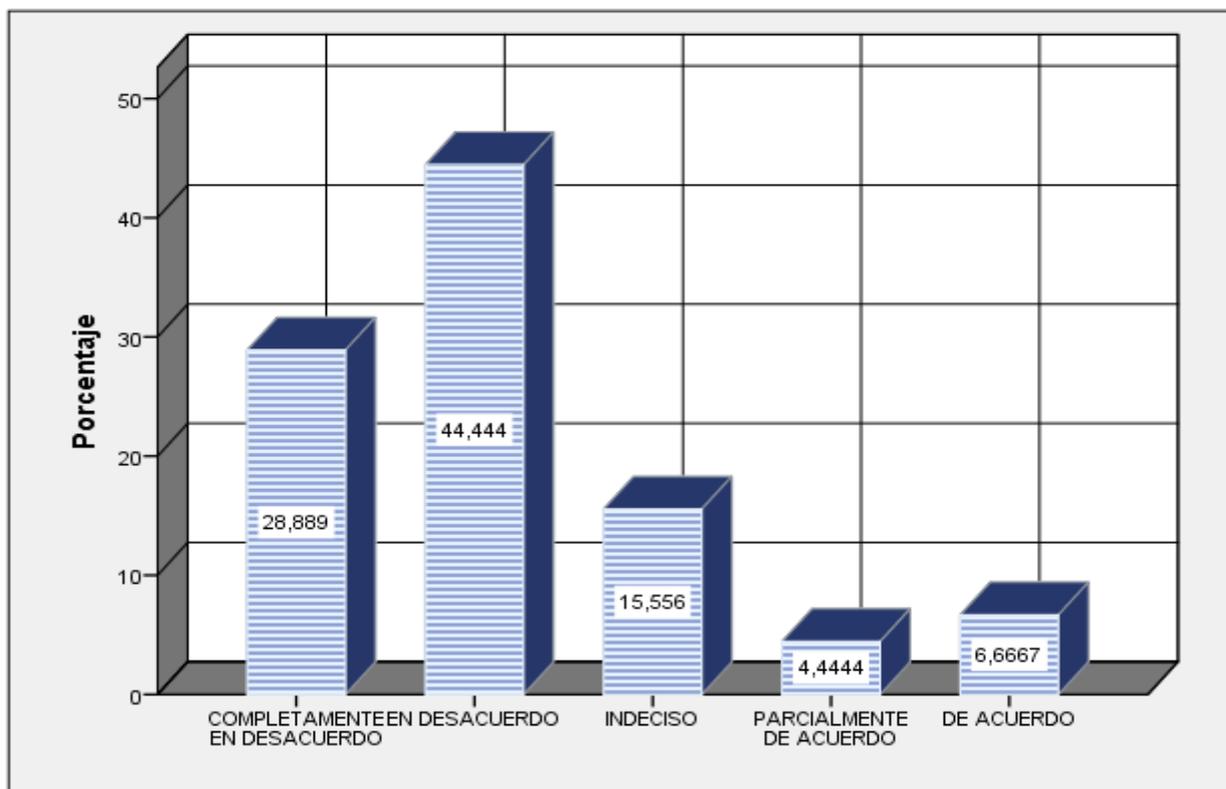
17- ¿Concuerda con que el rebote de las noticias del bloque de espectáculos de Primera Edición en otros medios se debe a su VALOR PERIODÍSTICO?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

17- ¿Concuerda con que el rebote de las noticias del bloque de espectáculos de Primera Edición en otros medios se debe a su VALOR PERIODÍSTICO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	13	28,9	28,9	28,9
EN DESACUERDO	20	44,4	44,4	73,3
INDECISO	7	15,6	15,6	88,9
PARCIALMENTE DE ACUERDO	2	4,4	4,4	93,3
DE ACUERDO	3	6,7	6,7	100,0
Total	45	100,0	100,0	

17- ¿Concuerda con que el rebote de las noticias del bloque de espectáculos de Primera Edición en otros medios se debe a su VALOR PERIODÍSTICO?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 44.4% respondió estar en desacuerdo, el 28.8% completamente en desacuerdo, el 15.5% indeciso, el 6.6% de acuerdo y el 4.4% parcialmente de acuerdo.

**Cuadro Nº 18**

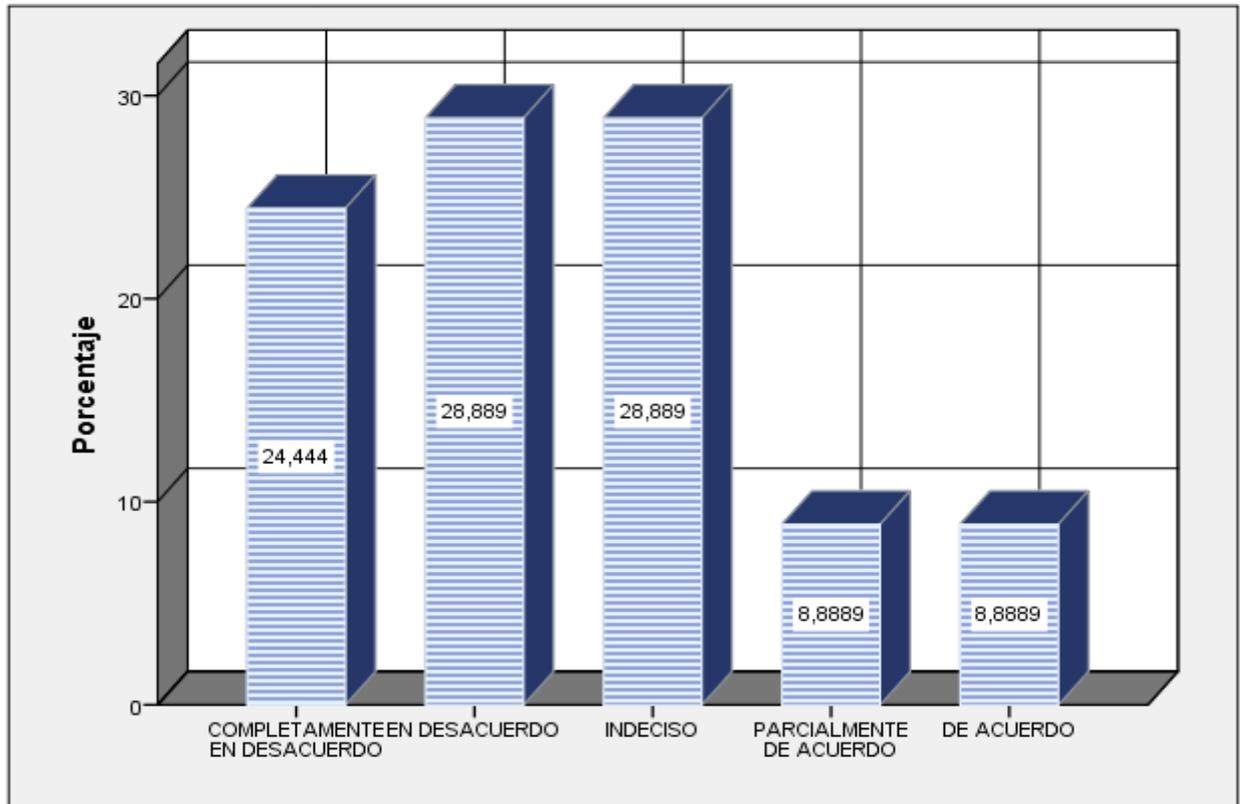
18- ¿Considera usted que los reporteros del bloque de espectáculos de Primera Edición poseen un PERFIL PROFESIONAL consolidado?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

**18- ¿Considera usted que los reporteros del bloque de espectáculos de Primera Edición poseen un PERFIL PROFESIONAL consolidado?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	11	24,4	24,4	24,4
EN DESACUERDO	13	28,9	28,9	53,3
INDECISO	13	28,9	28,9	82,2
PARCIALMENTE DE ACUERDO	4	8,9	8,9	91,1
DE ACUERDO	4	8,9	8,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

**18- ¿Considera usted que los reporteros del bloque de espectáculos de Primera Edición poseen un PERFIL PROFESIONAL consolidado?**



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 28.8% respondió estar indeciso y en desacuerdo, el 24.4% completamente en desacuerdo y el 8.8% de acuerdo y parcialmente de acuerdo.

**Cuadro N° 19**

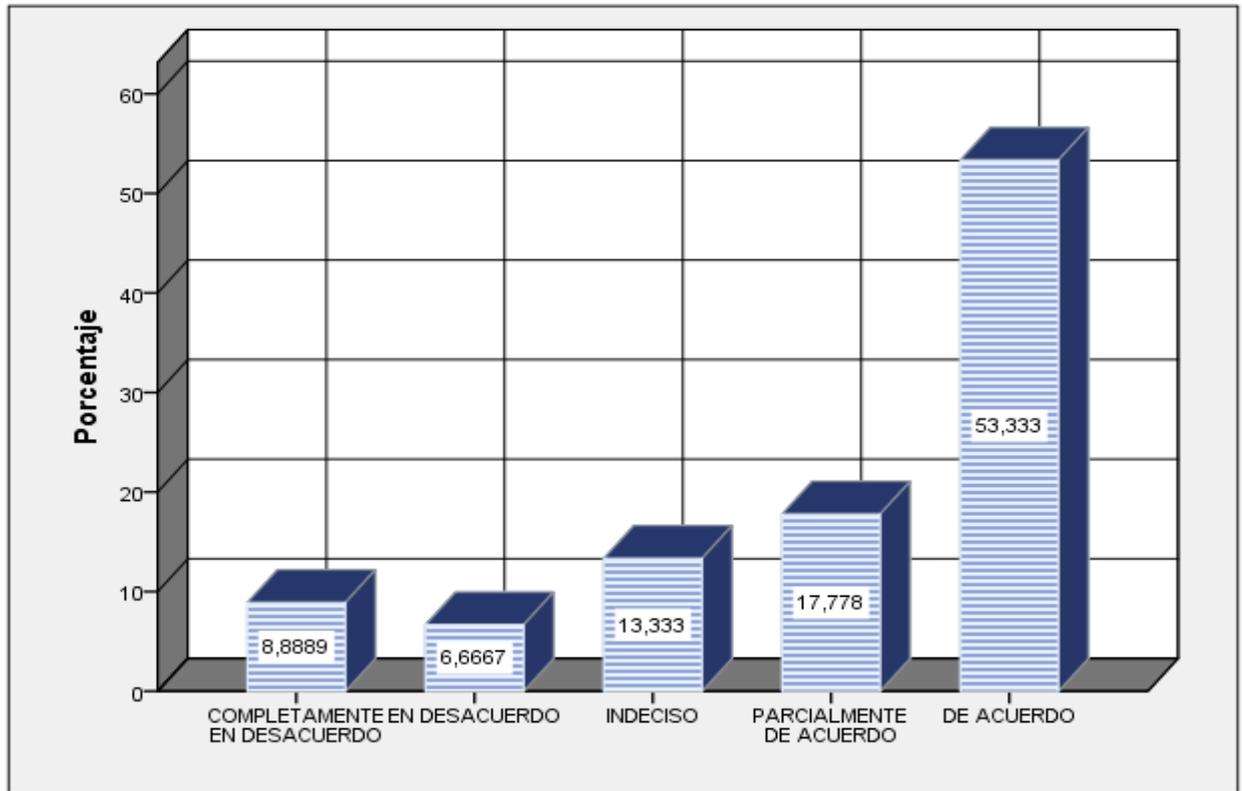
19- ¿Cree usted que es obligatorio un PERFIL PROFESIONAL de periodista para conducir un bloque de espectáculos de un noticiero?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

19- ¿Cree usted que es obligatorio un PERFIL PROFESIONAL de periodista para conducir un bloque de espectáculos de un noticiero?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	4	8,9	8,9	8,9
EN DESACUERDO	3	6,7	6,7	15,6
INDECISO	6	13,3	13,3	28,9
PARCIALMENTE DE ACUERDO	8	17,8	17,8	46,7
DE ACUERDO	24	53,3	53,3	100,0
Total	45	100,0	100,0	

**19- ¿Cree usted que es obligatorio un PERFIL PROFESIONAL de periodista para conducir un bloque de espectáculos de un noticiero?**



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 53.3% respondió estar de acuerdo, el 17.7% parcialmente de acuerdo, el 13.3% indeciso, el 8.8% completamente en desacuerdo y el 6.6% en desacuerdo.

**Cuadro Nº 20**

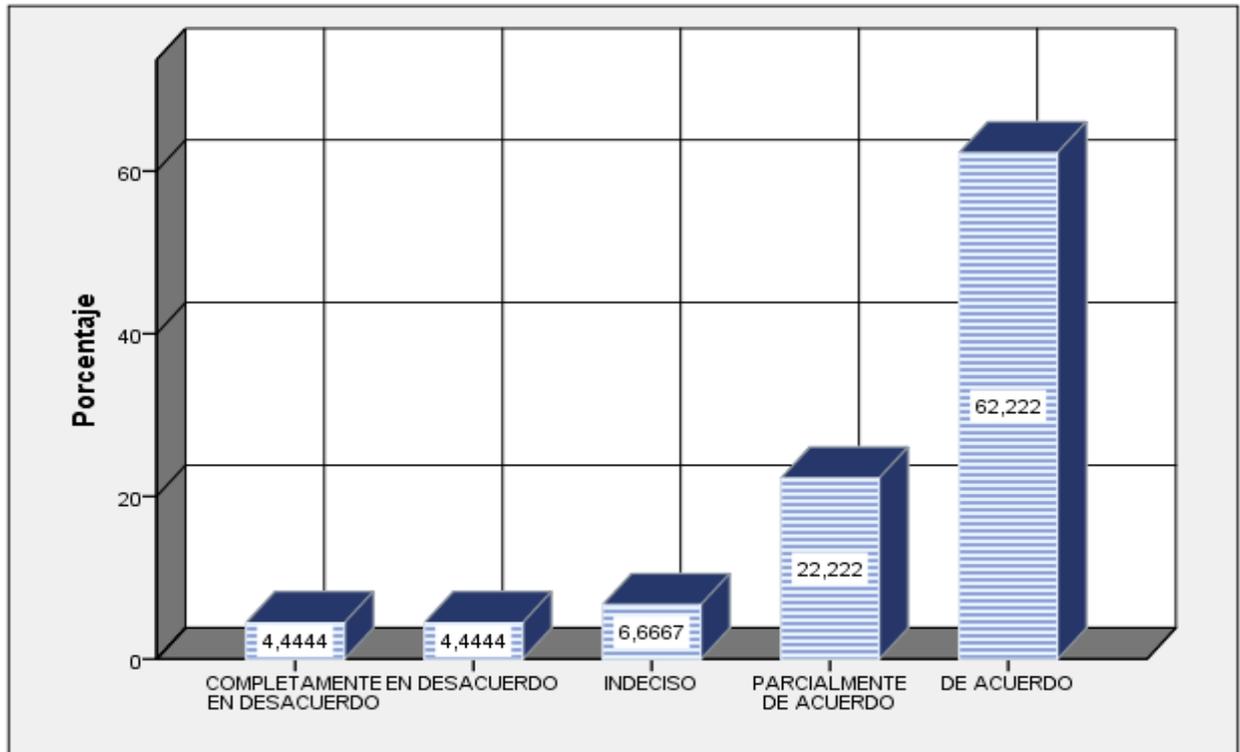
20- ¿Está de acuerdo con que es necesario una preparación universitaria para adquirir un PERFIL PROFESIONAL que permita realizar notas periodísticas en un bloque de espectáculos de un noticiero?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

**20- ¿Está de acuerdo con que es necesario una preparación universitaria para adquirir un PERFIL PROFESIONAL que permita realizar notas periodísticas en un bloque de espectáculos de un noticiero?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	2	4,4	4,4	4,4
EN DESACUERDO	2	4,4	4,4	8,9
INDECISO	3	6,7	6,7	15,6
Válidos PARCIALMENTE DE ACUERDO	10	22,2	22,2	37,8
DE ACUERDO	28	62,2	62,2	100,0
Total	45	100,0	100,0	

20- ¿Está de acuerdo con que es necesaria una preparación universitaria para adquirir un PERFIL PROFESIONAL que permita realizar notas periodísticas en un bloque de espectáculos de un noticiero?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 62.2% respondió estar de acuerdo, el 22.2% parcialmente de acuerdo, el 6.6% indeciso y el 4.4% indeciso, en desacuerdo y completamente en desacuerdo.

**Cuadro Nº 21**

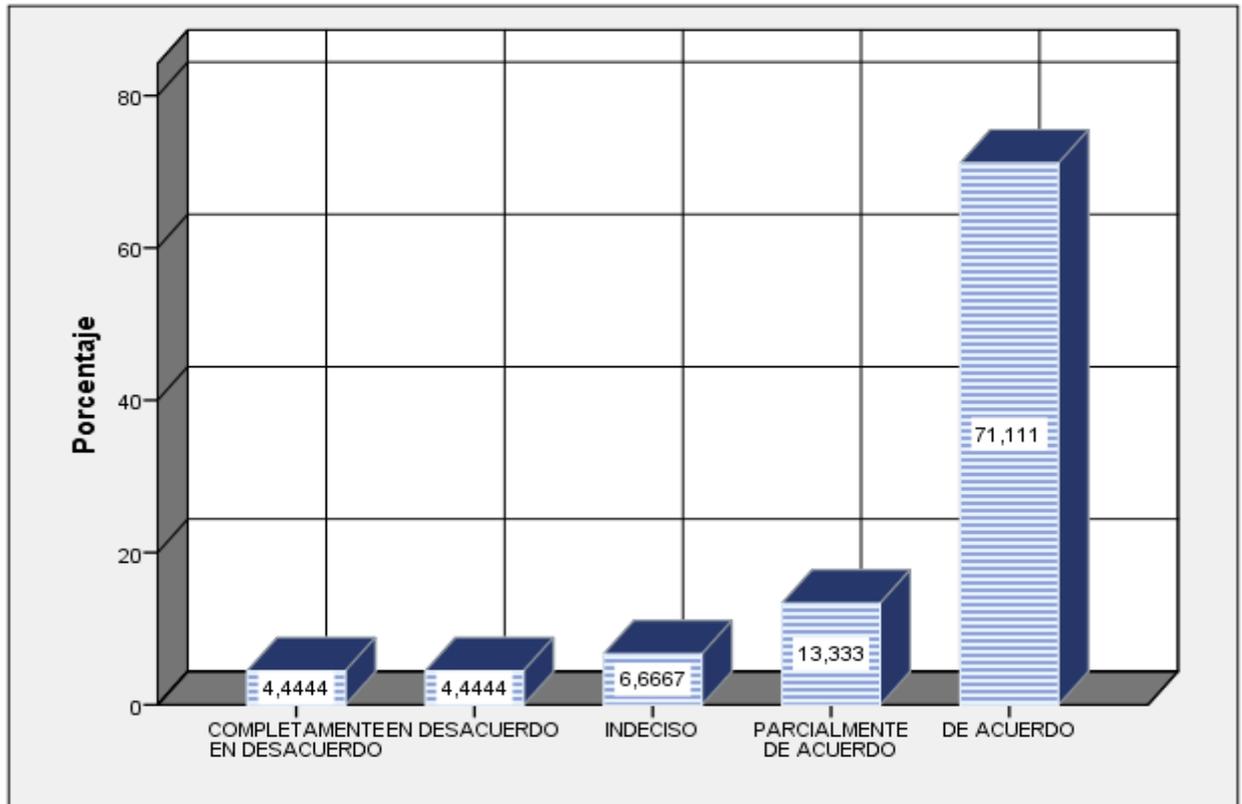
21- ¿Concuerda con que el PERFIL PROFESIONAL del productor del bloque de espectáculos de un noticiero debe ser formado en la universidad?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

21- ¿Concuerda con que el PERFIL PROFESIONAL del productor del bloque de espectáculos de un noticiero debe ser formado en la universidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	2	4,4	4,4	4,4
EN DESACUERDO	2	4,4	4,4	8,9
INDECISO	3	6,7	6,7	15,6
PARCIALMENTE DE ACUERDO	6	13,3	13,3	28,9
DE ACUERDO	32	71,1	71,1	100,0
Total	45	100,0	100,0	

21- ¿Concuerda con que el PERFIL PROFESIONAL del productor del bloque de espectáculos de un noticiero debe ser formado en la universidad?



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 71.1% respondió estar de acuerdo, el 13.3% parcialmente de acuerdo, el 6.6% indeciso y el 4.4% en desacuerdo y completamente en desacuerdo.

**Cuadro Nº 22**

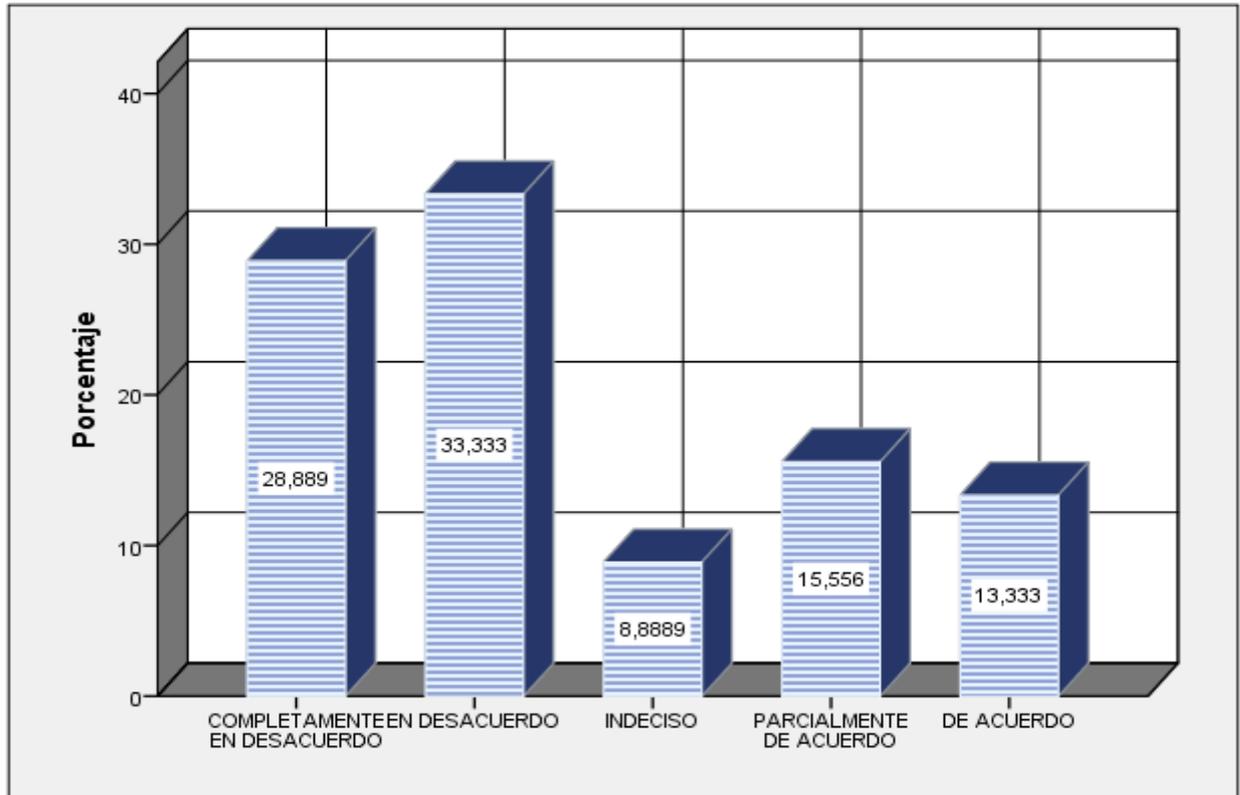
22- ¿Cree usted que el MENSAJE del bloque de espectáculos de Primera Edición ayuda en su formación profesional?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

22- ¿Cree usted que el MENSAJE del bloque de espectáculos de Primera Edición ayuda en su formación profesional?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	13	28,9	28,9	28,9
EN DESACUERDO	15	33,3	33,3	62,2
INDECISO	4	8,9	8,9	71,1
PARCIALMENTE DE ACUERDO	7	15,6	15,6	86,7
DE ACUERDO	6	13,3	13,3	100,0
Total	45	100,0	100,0	

**22- ¿Cree usted que el MENSAJE AUDIOVISUAL del bloque de espectáculos de Primera Edición ayuda en su formación profesional?**



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 33.3% respondió estar en desacuerdo, el 28.8% completamente en desacuerdo, el 15.5% parcialmente de acuerdo, el 13.3% de acuerdo y el 8.8 indeciso.

**Cuadro Nº 23**

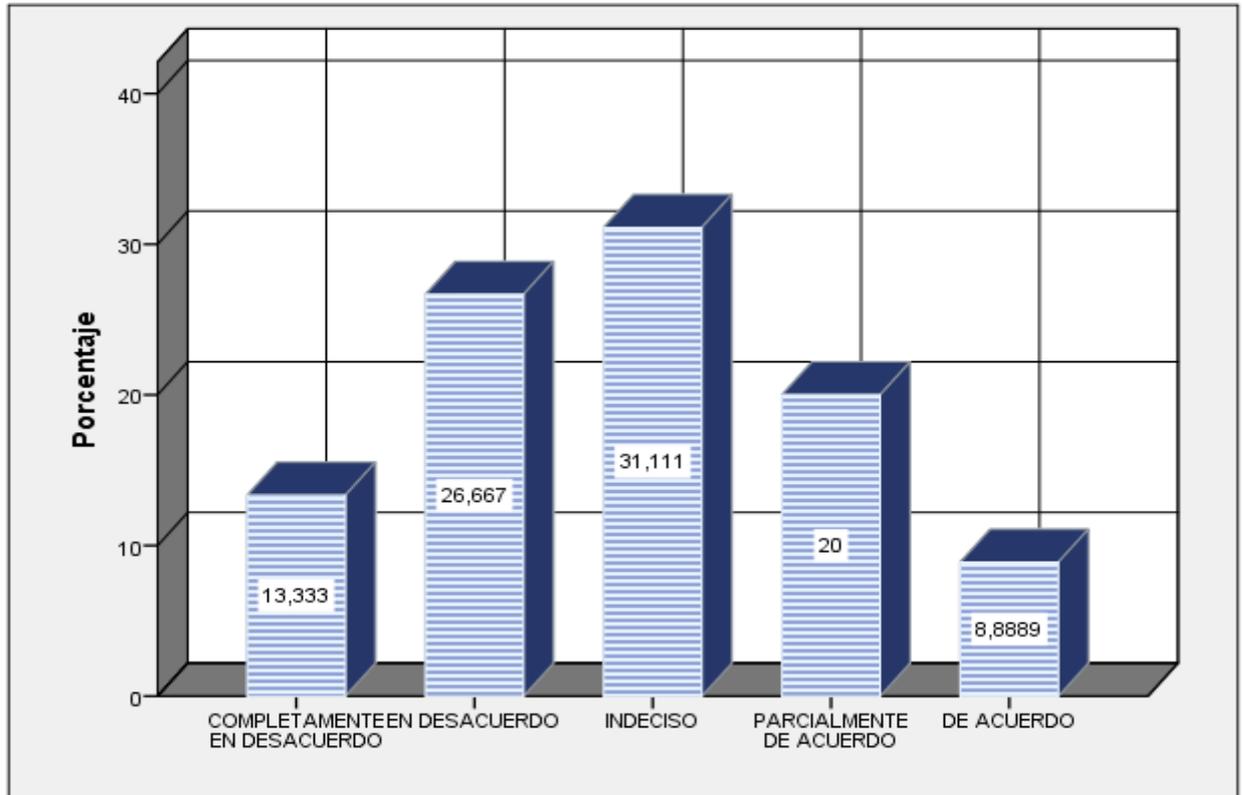
23- ¿Concuerda con que el MENSAJE del bloque de espectáculos de Primera Edición va de acuerdo al horario matutino?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

23- ¿Concuerda con que el MENSAJE del bloque de espectáculos de Primera Edición va de acuerdo al horario matutino?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	6	13,3	13,3	13,3
EN DESACUERDO	12	26,7	26,7	40,0
INDECISO	14	31,1	31,1	71,1
Válidos PARCIALMENTE DE ACUERDO	9	20,0	20,0	91,1
DE ACUERDO	4	8,9	8,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

**23- ¿Concuerda con que el MENSAJE AUDIOVISUAL del bloque de espectáculos de Primera Ediciónva de acuerdo al horario matutino?**



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 31.1% respondió estar indeciso, el 26.6% en desacuerdo, el 20% parciamente de acuerdo, el 13.3% completamente en desacuerdo y el 8.8% de acuerdo.

**Cuadro N° 24**

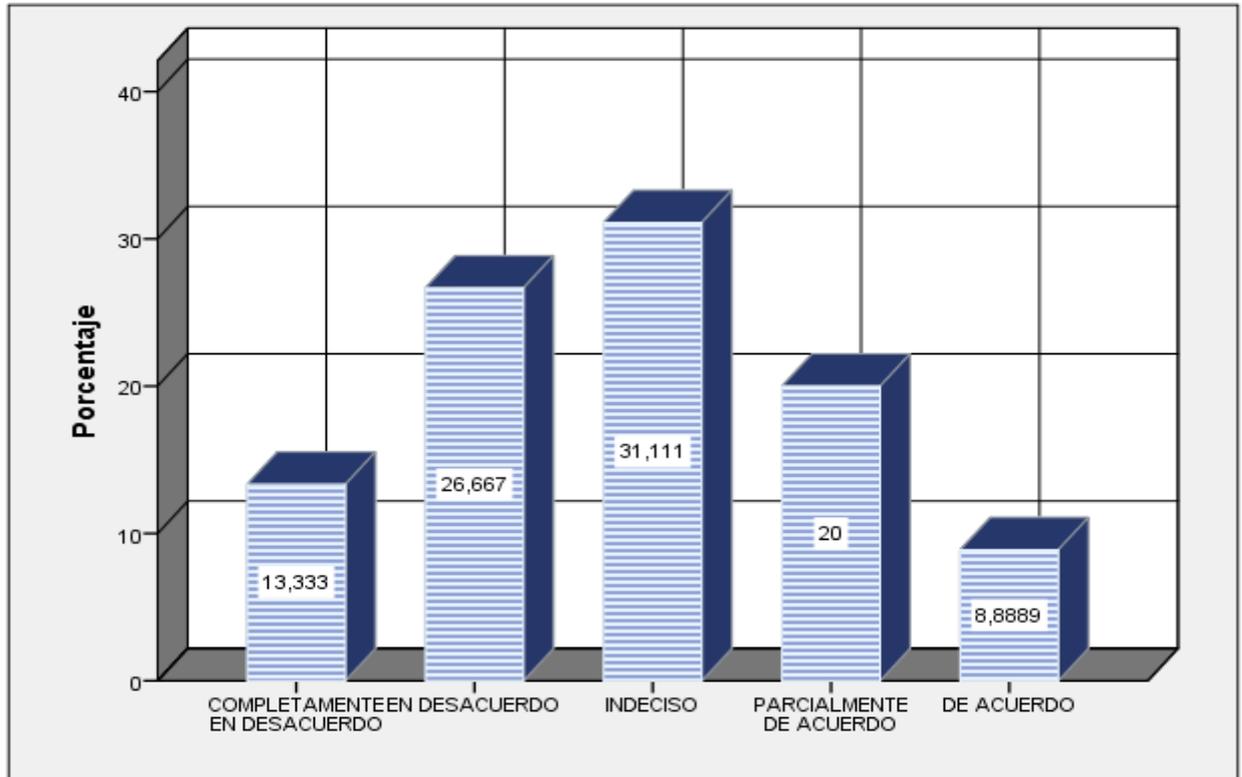
24- ¿Está de acuerdo con que el MENSAJE del bloque de espectáculos de Primera Edición es fácilmente captado por los televidentes?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

**24- ¿Está de acuerdo con que el MENSAJE del bloque de espectáculos de Primera Edición es fácilmente captado por los televidentes?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	6	13,3	13,3	13,3
EN DESACUERDO	12	26,7	26,7	40,0
INDECISO	14	31,1	31,1	71,1
PARCIALMENTE DE ACUERDO	9	20,0	20,0	91,1
DE ACUERDO	4	8,9	8,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

**24- ¿Está de acuerdo con que el MENSAJE AUDIOVISUAL del bloque de espectáculos de Primera Edición es fácilmente captado por los televidentes?**



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 31.1% respondió estar indeciso, el 26.6% en desacuerdo, el 20% parcialmente de acuerdo el 13.3% completamente en desacuerdo y el 8.8% de acuerdo.

**Cuadro N° 25**

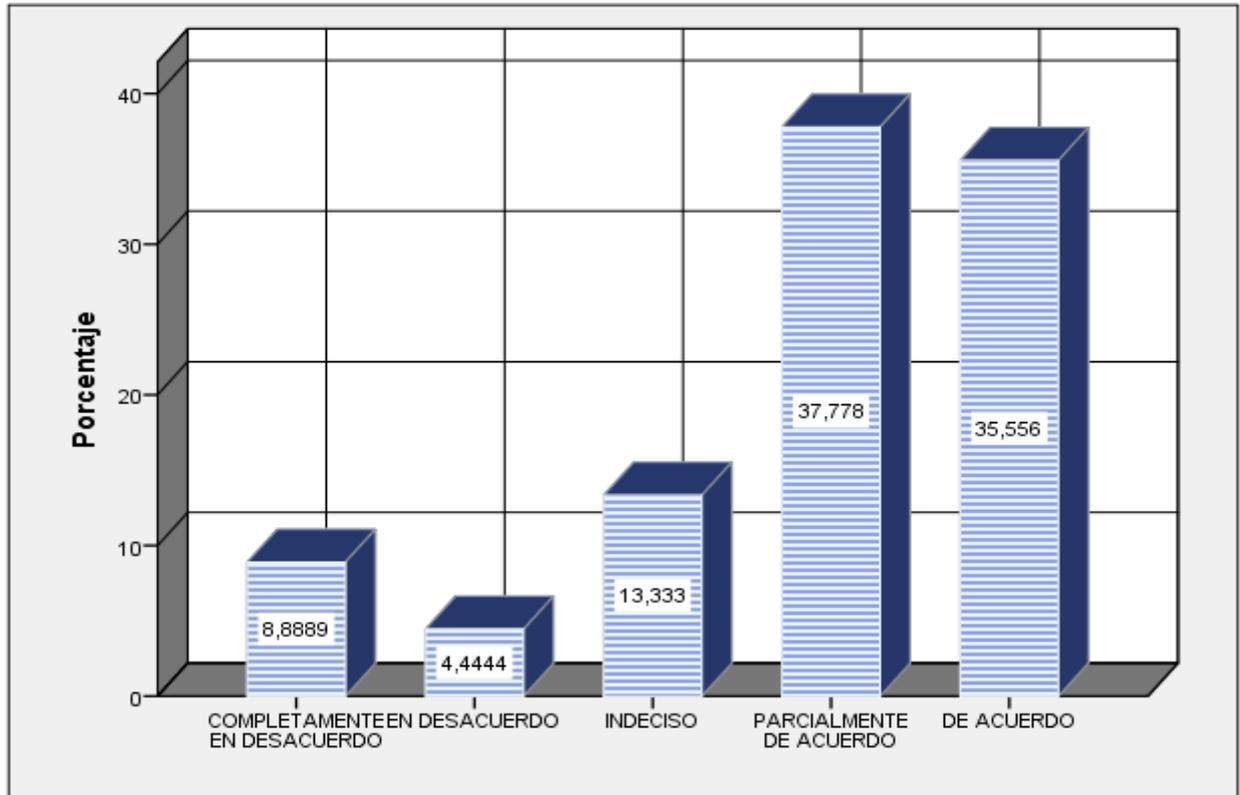
25- ¿Considera el MENSAJE del bloque de espectáculos de Primera Edición formativo para los televidentes?

N	Válidos	45
	Perdidos	0

25- ¿Considera el MENSAJE del bloque de espectáculos de Primera Edición formativo para los televidentes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	4	8,9	8,9	8,9
EN DESACUERDO	2	4,4	4,4	13,3
INDECISO	6	13,3	13,3	26,7
PARCIALMENTE DE ACUERDO	17	37,8	37,8	64,4
DE ACUERDO	16	35,6	35,6	100,0
Total	45	100,0	100,0	

**25- ¿Considera el MENSAJE AUDIOVISUAL del bloque de espectáculos de Primera Edición informativo para los televidentes?**



**Interpretación:** A la pregunta citada, del 100% de encuestados, 37.7% respondió estar parcialmente de acuerdo, el 35.5% de acuerdo, el 13.3% indeciso, el 8.8% completamente en desacuerdo y el 4.4% en desacuerdo.

#### 4.1.1 Prueba de hipótesis

Las hipótesis serán contrastadas utilizando la prueba no paramétrica de chi cuadrado, cuya fórmula es la siguiente:

$$X^2 = \sum_{i=1}^K \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

**Donde:**

$X^2$ =Test de Chi cuadrado

$K$

$\sum$  =Sumatoria de frecuencias

$i=1$

$O_i$ = Frecuencias Observadas

$E_i$ = Frecuencias Esperadas

##### 4.1.1.1 Hipótesis principal

El **BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN** se relaciona significativamente con la **PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DE DÉCIMO CICLO** de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018.

## Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
<b>BLOQUE DE ESPECTÁCULOS* PERCEPCIÓN CRÍTICA</b>	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%

**H<sub>0</sub>:** La variable **BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN** no se relaciona con la variable **PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES**.

**H<sub>1</sub>:** La variable **BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN** se relaciona con la variable **PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES**.

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,415 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitudes	19,108	4	,000
Asociación lineal por lineal	4,124	1	,000
N de casos válidos	45		

#### Decisión

Como P. valor = 0.000 es menor a 0.05 ,se rechaza la H<sub>0</sub>

#### Conclusión

Existe suficiente evidencia estadística para afirmar que la variable **BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN** se relaciona con la variable **PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES.**

#### 4.1.1.2 Hipótesis específica primera

La **AGENDA INFORMATIVA** del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona significativamente con la percepción crítica del **VALOR PERIODÍSTICO** en estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
<b>BLOQUE DE ESPECTÁCULOS* PERCEPCIÓN CRÍTICA</b>	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%

**H<sub>0</sub>:** La **AGENDA INFORMATIVA** no se relaciona con el **VALOR PERIODÍSTICO**.

**H<sub>1</sub>:** La **AGENDA INFORMATIVA** se relaciona con el **VALOR PERIODÍSTICO**.

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,789 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitudes	19,502	4	,000
Asociación lineal por lineal	7,445	1	,000
N de casos válidos	45		

#### Decisión

Como P. Valor = 0.000 es menor a 0.05 se rechaza la H<sub>0</sub>

#### Conclusión

Existe suficiente evidencia estadística para afirmar que la **AGENDA INFORMATIVA** del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona con la percepción crítica del **VALOR PERIODÍSTICO**.

#### 4.1.1.3 Hipótesis específica segunda

La **CONDUCCIÓN** del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona significativamente con la percepción crítica del **PERFIL PROFESIONAL** en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018.

#### Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
<b>BLOQUE DE ESPECTÁCULOS* PERCEPCIÓN CRÍTICA</b>	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%

**H<sub>0</sub>:** La **CONDUCCIÓN** del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición no se relaciona con la percepción crítica del **PERFIL PROFESIONAL** en los **estudiantes.**

**H<sub>1</sub>:** La **CONDUCCIÓN** del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona con la percepción crítica del **PERFIL PROFESIONAL** en los **estudiantes.**

## Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,487 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitudes	16,173	4	,000
Asociación lineal por lineal	5,105	1	,000
N de casos válidos	45		

### Decisión

Como P. Valor = 0.000 es menor a 0.05, se rechaza la H<sub>0</sub>.

### Conclusión

Existe suficiente evidencia estadística para afirmar que la **CONDUCCIÓN** del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona con la percepción crítica del **PERFIL PROFESIONAL** en los estudiantes.

#### 4.1.1.4 Prueba a la hipótesis específica tercera

**EL LENGUAJE AUDIOVISUAL** se relaciona significativamente con el **MENSAJE** en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018.

#### Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
<b>BLOQUE DE ESPECTÁCULOS* PERCEPCIÓN CRÍTICA</b>	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%

**H<sub>0</sub>**: El **LENGUAJE AUDIOVISUAL** no se relaciona con el **MENSAJE**.

**H<sub>1</sub>**: El **LENGUAJE AUDIOVISUAL** se relaciona con el **MENSAJE**.

### **Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,413 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitudes	15,425	4	,000
Asociación lineal por lineal	3,516	1	,000
N de casos válidos	45		

#### **Decisión**

Como P. Valor = 0.000 es menor a 0.05, se rechaza la H<sub>0</sub>.

#### **Conclusión**

Existe suficiente evidencia estadística para afirmar que el **LENGUAJE AUDIOVISUAL** se relaciona con el **MENSAJE**.

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN**

En la información estadística se observa que la muestra encuestada eligió la opción “en desacuerdo” como respuesta frecuente con respecto a diversos reactivos, los cuales poseen iguales o diferentes porcentajes.

Con respecto al perfil profesional que los reporteros del bloque de espectáculos de primera edición poseen un 28%. Se muestran en desacuerdo.

Esto se debe a que el perfil profesional de un periodista debería estar marcado por rasgos como sentido noticioso, garra periodística, actualidad, respeto de principios entre otros, y en el caso de los reporteros del bloque de espectáculos no se aprecian. Los estudiantes perciben que los reporteros son muy complacientes por un lado y, por otro lado, descuidan la parte de respeto a los principios pues no dudan en promover el morbo en sus notas.

El 33.3% mencionan estar en desacuerdo con respecto al contenido de la agenda informativa que se maneja en el bloque de espectáculos de primera edición debido básicamente a que las notas presentadas son en su mayoría referidas a la farándula dejando de lado temas de mayor importancia.

El 37% eligieron la respuesta estar en desacuerdo referente a si la conducción del bloque de espectáculos de primera edición se identifica con su nivel cultural y al valor periodístico en las noticias ofrecidas por el bloque de espectáculos del programa antes mencionado. Y es que consideran que se apela a un lenguaje demasiado coloquial y hasta con jerga.

A mayores porcentajes que los anteriores, los encuestados dieron a conocer en un 40% estar en desacuerdo sobre si la agenda informativa del bloque de espectáculos del programa antes mencionado incluye todos los espectáculos locales y esto se debe a que las notas presentadas no reflejan la cantidad de producción artística que hay en la capital y mucho menos la que se desarrolla en provincias. Muy rara vez se presentan informes sobre danza en todos sus géneros, por ejemplo.

La muestra respondió con la misma respuesta y porcentaje con respecto a si el valor periodístico de las noticias de farándula radica en la producción realizada en cada una de ellas, esto demuestra que, a pesar de cumplir con estándares normales de calidad, las notas de farándula no son del agrado de los estudiantes encuestados.

A un porcentaje más elevado, es decir, al 42% las mismas unidades de análisis de la misma muestra manifestaron sobre si el lenguaje audiovisual del bloque de espectáculos del programa antes mencionado explota todos los recursos formales de imagen y sonido.

El 44% acerca del rebote de las noticias del bloque de espectáculos de primera edición en otros medios se debe a su valor periodístico y en un 48% referente a la agenda informativa del segmento en referencia es representativa de su nivel cultural.

Los mayores porcentajes de las opciones, de acuerdo y parcialmente de acuerdo elegidas por la muestra encuestada son referentes a que los encuestados están parcialmente de acuerdo con respecto a que el ritmo de edición de las notas presentadas en el bloque mencionado obedecen a un lenguaje audiovisual planificado. Esto da a entender que los estudiantes encuestados si aprecian un buen trabajo de edición en las notas.

Los encuestados también respondieron al 28% con la opción “de acuerdo” sobre el hecho de que la conducción del bloque de espectáculos de primera edición genera una corriente de opinión en la teleaudiencia, y esto refleja que los estudiantes encuestados sí aprecian la influencia que generan las noticias presentadas en ese espacio periodístico.

Sobre si es obligatorio un perfil profesional de periodista para conducir un bloque de espectáculos de un noticiero con la misma opción, 53% consideraron que sí.

El 62% acerca de que es necesario una preparación universitaria para adquirir un perfil profesional que permita realizar notas periodísticas en un bloque de espectáculos de un noticiero y al 71% con respecto al perfil profesional del productor del bloque de espectáculos de un noticiero debe ser formado en la universidad.

Como se puede apreciar, el objetivo principal de esta investigación sí se llega a lograr pues las respuestas brindadas por los encuestados permiten conocer de qué manera el Bloque de Espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona con su percepción crítica.

Los estudiantes tienen una actitud crítica frente a los contenidos vertidos en el bloque, el perfil profesional de los reporteros y el lenguaje utilizado por las conductoras.

Las hipótesis planteadas, tanto la principal como las específicas han sido rechazadas, según las frecuencias observadas y esperadas de los datos estadísticos, es decir, que todas han tenido un p. valor menor al alfa 0.05, cuyos valores encontrados en la contrastación de las hipótesis son todos de 0.000, los cuales vienen a ser menores al nivel de significancia. Estos resultados han confirmado las hipótesis de trabajo las cuales han sido planteadas de acuerdo a los problemas y objetivos respectivos.

## CONCLUSIONES

Las principales conclusiones a las cuales se arribó en esta investigación han sido extraídas de cada una de las mediciones realizadas con respecto al bloque de espectáculos del noticiero primera edición y la percepción crítica de los estudiantes de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018, entre ellas tenemos a las siguientes:

**Primera:** Se ha determinado que el bloque de espectáculos del noticiero primera edición se relaciona significativamente con la percepción crítica de los estudiantes de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018, pues los estudiantes encuestados han señalado estar en desacuerdo en muchos aspectos formales y de contenido del segmento noticioso observado.

La comprobación de esta hipótesis principal fue realizada aplicando la prueba no paramétrica de chi – cuadrado teniendo como resultado a  $p.\text{valor} = 0,000$  y como este valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la  $H_0$ .

**Segunda:** La agenda informativa del bloque de espectáculos del noticiero primera edición se relacionan significativamente con la percepción crítica del valor periodístico en estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018. Los estudiantes encuestados han tenido la suficiente preparación académica

como para identificar los rasgos que confieren valor periodístico a las notas presentadas en el bloque de espectáculos de Primera Edición y hacer una evaluación sobre la calidad periodística de los mismos.

Para la contrastación de esta hipótesis específica también se utilizó la prueba no paramétrica de chi cuadrado la misma que tiene como resultado lo siguiente:  $p = 0,000 < 0.05$  entonces se rechaza la  $H_0$ .

**Tercera:** Se ha demostrado que la conducción del bloque de espectáculos del noticiero primera edición se relaciona significativamente con la percepción crítica del perfil profesional en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018. Los estudiantes han podido identificar los rasgos profesionales tanto de las conductoras como de los reporteros del bloque de espectáculos de Primera Edición y han realizado una evaluación sobre lo que faltaría para consolidar un perfil profesional de periodista en dichos personajes.

Para la verificación de esta hipótesis específica también se utilizó la prueba no paramétrica de chi cuadrado la misma que tiene como resultado lo siguiente:  $p = 0,000$  es menor al nivel de significación de 0.05 entonces se rechaza la  $H_0$ .

**Cuarta:** El lenguaje audiovisual se relaciona significativamente con el mensaje en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2018, pues los estudiantes encuestados han tenido los conocimientos necesarios para observar y analizar el uso que se le da al lenguaje audiovisual en el bloque de espectáculos de Primera Edición y han detectado que sí se emplea de manera apropiada.

Para la contratación de esta hipótesis específica también se utilizó la prueba no paramétrica de chi cuadrado la misma que tiene como resultado lo siguiente:  $p = 0,000 < 0.05$  entonces se rechaza la  $H_0$ .

## RECOMENDACIONES

Luego de concluida la investigación se puede hacer algunas sugerencias dirigidas a los estudiantes, a las escuelas profesionales de periodismo o ciencias de la comunicación, a los periodistas de espectáculos y a los productores de espectáculos en general.

1.- Es de suma importancia que los estudiantes que desean especializarse en periodismo televisivo amplíen su horizonte cultural asistiendo de manera constante a obras teatrales, conciertos musicales (de todo tipo de género), proyección de películas nacionales (tanto en salas de estreno como en exhibiciones restringidas), galerías de arte y todo tipo de manifestación artística y cultural que les permita ver de cerca la producción y realización de estos eventos para así valorar el esfuerzo de muchas personas por hacer espectáculo en el país.

2.- Todas las universidades que cuentan con escuelas o facultades de ciencias de la comunicación y en especial de periodismo, deberían incluir en su malla alguna asignatura o taller de periodismo de espectáculos para brindar al estudiante la posibilidad de adquirir las competencias necesarias que le permitan tener una visión crítica del mundo del espectáculo y que no se limite a reproducir modelos banales que sólo se interesan por la farándula, el chisme y el escándalo, eso debe tener su espacio, pero no debe ser lo más importante ni lo único.

3.- Los periodistas de espectáculos, tanto reporteros como directores y productores deben dar espacio a otro tipo de información, deben dar cabida a la producción de espectáculos para que el televidente aprecie el trabajo de los profesionales en ese rubro y que la teleaudiencia en general adquiera un nivel de observación más profundo y no se quede sólo en el disfrute y entretenimiento que la farándula pueda ofrecer. A su vez, sería óptimo que la conducción de los bloques de espectáculos esté a cargo de artistas con trayectoria y no lindas modelos con carisma sin ninguna preparación académica.

4.- No se debe perder de vista que las estaciones televisivas son empresas privadas y como tales van a buscar prioritariamente un beneficio económico, por ende, los empresarios de espectáculos, los productores de cine, teatro, música, danza y demás expresiones artísticas en el país deberían incorporar estrategias de marketing que hagan más interesantes sus planes de promoción de manera que llame la atención de los directivos de los noticieros. Nunca hay que olvidar que la televisión es un negocio.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### Referencias bibliográficas

Aguilera Perelló, O. (1992). *La literatura en el periodismo; y otros estudios en torno a la libertad y el mensaje informativo*. Madrid, España: Thomson-Paraninfo.

Martínez Albertos, J. (2001) El mensaje periodístico en la prensa digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/38814346.pdf>

Ayala Calderón, K. y León Huamán, E. (2000). *El periodismo cultural y el de espectáculos. Trayectoria en la prensa escrita. Lima siglos XiX y XX*. Lima. Perú: Universidad de San Martín de Porres (Lima). Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.

Balsebre Torroja, A. (2007) *El lenguaje radiofónico*. Madrid, España: Catedra

Barroso García, J. (1996) *Realización de los géneros televisivos*. Madrid, España: Síntesis.

Berrocal Gonzalo, S. Redondo García, M. Martín Jiménez, V. Campos Domínguez, E (2014) *La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69. pp. 85 a 103. DOI: 10.4185/RLCS-2014-1002

Cáceres Zapatero, M. (2000). La "crónica rosa" en televisión o el espectáculo de la intimidad. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 5, pp. 277-290. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=935/93500516>

Pandora (22 de octubre de 2014) Fiorella Rodríguez: La flaca más dinámica de la televisión. *Correo*. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/espectaculos/fiorella-rodriguez-la-flaca-mas-dinamica-de-184359/>

Coya Honores, H. (2014). *El periodista y la televisión: los desafíos de la prensa en la era de la alta definición*. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Di Guglielmo, H. (2010) *La programación televisiva en guerra*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Estremadoyro Alegre, J. (2004) *Lecciones de Periodismo*. Lima, Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Freire, P. (2005) Pedagogía del oprimido. México: Sigo XXI. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 10, 2008, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Boyacá, Colombia. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/869/86901005.pdf>

García Ruiz, M. (2006). Las competencias de los alumnos universitarios. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 20 (3), Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274/27411311013>

Labio-Bernal, A. (2007) Periodismo de entretenimiento: la trivialización de la prensa de referencia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, pp. 435 - 447. Universidad de Sevilla. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110435A>

González Fiegehen, L., (2007) Formación universitaria por competencias. *Centro Interuniversitario de Desarrollo CINDA*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/275275474\\_Formacion\\_universitaria\\_por\\_competencias\\_2007-16](https://www.researchgate.net/publication/275275474_Formacion_universitaria_por_competencias_2007-16)

La Rosa Pinedo, A. (2013). *Construcción de la agenda mediática: una mirada al interior de la comunicación*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres (Lima). Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.

McCombs. M. (2006) *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, España: Paidós.

Moreira, M. (2005). Aprendizaje significativo crítico (Critical meaningful learning). *Indivisa. Boletín de Estudios e Investigación*, 6, pp. 83-102. La Salle Centro Universitario Madrid, España. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=771/77100606>

Ortells-Badenes, S. (2015) Los criterios de noticiabilidad periodística en los programas de infoentretenimiento. *Revista de la Sociedad Española de Periodística (SEP), Textual & Visual Media*, 7, Recuperado de: <http://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/90>

Real Rodríguez, E., Agudiez Calvo, P. y Príncipe Hermoso, S. (2007). Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, pp. 189-212. Recuperado de: <https://bit.ly/33ejeYd>

Rodríguez, A. (1998) *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Barcelona, España. Paidós.

Rossi Quiroz, Elías (1993) *El perfil profesional y la planificación curricular a nivel universitario*. Ediciones ER. Lima

Ruiz Rubio, F. (1994) Cine y enseñanza. *Revista Comunicar*, 3, octubre, 1994  
Grupo Comunicar Huelva, España. Recuperado de:  
<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=3&articulo=03-1994-10>

Van Dijk, T. (2001) *La noticia como discurso; comprensión estructura y producción de la información*. Barcelona, España: Paidós.

Vargas Llosa, M. (2009) La civilización del espectáculo. *Letras Libres*.  
Recuperado de <https://www.lettraslibres.com/mexico-espana/la-civilizacion-del-espectaculo>

Vargas Melgarejo, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Revista Alteridades*, 4 (8), Recuperado de:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=747/74711353004>

Vidaurre Guiza, C. (2003). *Periodismo Especializado II*, Lima, Perú: Fondo Editorial Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza

Pajares, G. (06 de noviembre de 2013) “Nuestra televisión es divertida, colorida”. *Perú 21*. Recuperado de: <https://peru21.pe/opinion/nuestra-television-divertida-colorida-131554-noticia/>

## Referencias de tesis

Panchi Jima, M. (2014). *La estética de la transgresión: análisis y dinámicas del sensacionalismo en la televisión ecuatoriana*. Tesis de maestría con mención en opinión pública. FLACSO Ecuador: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales sede Quito. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10469/5992>

Castelló Mayo, E. (2001). *El espectáculo de lo real en el texto televisivo*. Tesis de maestría. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/4617/>

Anaya Aninat, C. (2012), *Bases para un programa de televisión masivo de evangelización en Chile*. Tesis de maestría. Santiago, Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile. Recuperado de <https://bit.ly/36ARGyf>

Sánchez Dávila, M. (2013), *Miradas que vigilan, imágenes que castigan: chisme, moral y discurso social en Magaly Teve. Mito y ritual en la televisión del siglo XXI*. Tesis de maestría. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <https://bit.ly/2WLTvsf>

Del Águila, J. (2012), *Definición del plan estratégico de la televisión en el Perú*. Tesis de maestría. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú

# ANEXOS

# MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES INDICADORES	E	METODOLOGÍA
<p><b>Problema Principal</b> ¿De qué manera el BLOQUE DE ESPECTACULOS del noticiero Primera Edición se relaciona con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014</p>	<p><b>Objetivo Principal</b> Conocer de qué manera el BLOQUE DE ESPECTACULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN se relaciona con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014</p>	<p><b>Hipótesis Principal</b> EL BLOQUE DE ESPECTACULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN se relaciona significativamente con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DE DÉCIMO CICLO de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014.</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE (X)</b></p> <p>BLOQUE DE ESPECTACULOS</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>X1- AGENDA INFORMATIVA</p> <p>X2- CONDUCCIÓN</p> <p>X3- LENGUAJE AUDIOVISUAL</p>		<p><b>DISEÑO</b> No experimental Corte trasversal</p> <p><b>TIPO</b> Aplicativa</p> <p><b>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</b> Descriptiva Correlacional</p> <p><b>MÉTODOS</b> Inductivo Deductivo Analítico Estadístico <b>Hermenéutico</b></p> <p><b>ENFOQUE</b> Cuantitativo</p>
<p><b>Problemas Específicos</b> 1-¿Qué relación existe entre la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición y la percepción del VALOR PERIODÍSTICO en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014</p>	<p><b>Objetivos Específicos</b> 1- Determinar qué relación existe entre la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición y la percepción del VALOR PERIODÍSTICO en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014</p>	<p><b>Hipótesis Específicas</b> 1- La AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relacionan significativamente con la percepción crítica del VALOR PERIODÍSTICO en estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014</p>	<p><b>VARIABLE DEPENDIENTE (Y)</b></p> <p>PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>Y1- VALOR PERIODÍSTICO</p> <p>Y2- PERFIL PROFESIONAL</p> <p>Y3- MENSAJE</p>		<p><b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b></p> <p><b>POBLACIÓN</b></p> <p>La población está conformada por 45 unidades de análisis, alumnos de décimo ciclo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Educación y Humanidades de la Universidad Alas Peruanas.</p> <p><b>MUESTRA</b></p> <p>La muestra está conformada por 45 unidades de análisis, alumnos de décimo ciclo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación, Educación y Humanidades de la Universidad Alas Peruanas.</p> <p>Para la selección de la muestra se usó la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia o criterio.</p>
<p>2-¿De qué manera la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona con la percepción del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014?</p>	<p>2- Establecer de qué manera la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona con la percepción del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014.</p>	<p>2- La CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona significativamente con la percepción crítica del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014.</p>			
<p>3- ¿Qué relación existe entre el LENGUAJE AUDIOVISUAL y la percepción del MENSAJE en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014?</p>	<p>3- Identificar qué relación existe entre el LENGUAJE AUDIOVISUAL y la percepción del MENSAJE en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014</p>	<p>3- EL LENGUAJE AUDIOVISUAL se relaciona significativamente con el MENSAJE en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014</p>			

## **OPERACIONALIZACIÓN CUALITATIVA DE VARIABLES**

VARIABLE INDEPENDIENTE (X)

BLOQUE DE ESPECTÁCULOS

INDICADORES

X1- AGENDA INFORMATIVA

X2- CONDUCCIÓN

X3- LENGUAJE AUDIOVISUAL

VARIABLE DEPENDIENTE (Y)

PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES

INDICADORES

Y1- VALOR PERIODÍSTICO

Y2- PERFIL PROFESIONAL

Y3- MENSAJE AUDIOVISUAL

## MODELO DE ENCUESTA

1-¿Está usted de acuerdo con el contenido de la **AGENDA INFORMATIVA** que se maneja en el boque de espectáculos de Primera Edición?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

2- ¿Cree usted que la **AGENDA INFORMATIVA** del bloque de espectáculos del programa antes mencionado incluye todos los espectáculos locales?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

3- ¿Considera usted que la **AGENDA INFORMATIVA** del segmento en referencia es representativa de su nivel cultural?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

4- ¿Está usted de acuerdo con que la **AGENDA INFORMATIVA** del bloque mencionado es variada?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

5-¿Cree usted que la **CONDUCCIÓN** del bloque de espectáculos de Primera Edición se identifica con su nivel cultural?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

6- ¿Concuera con que la **CONDUCCIÓN** del bloque de espectáculos del programa antes mencionado proyecta credibilidad?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

7- ¿Considera usted que la **CONDUCCIÓN** del segmento en referencia es agradable a la vista?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

8- ¿Está de acuerdo con que la **CONDUCCIÓN** del bloque mencionado emplea un lenguaje adecuado?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

9- ¿Cree usted que la **CONDUCCIÓN** del bloque de espectáculos de Primera Edición genera una corriente de opinión en la teleaudiencia?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

10- ¿Cree usted que el uso del **LENGUAJE AUDIOVISUAL** utilizado en el bloque de espectáculos de Primera Edición es prolijo?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

11- ¿Considera usted que el **LENGUAJE AUDIOVISUAL** del bloque de espectáculos del programa antes mencionado explota todos los recursos formales de imagen y sonido?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

12- ¿Concuerda usted con que el **LENGUAJE AUDIOVISUAL** del segmento en referencia va de acuerdo con las características de un noticiero?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

13- ¿Cree usted que el ritmo de edición de las notas presentadas en el bloque mencionado obedecen a un **LENGUAJE AUDIOVISUAL** planificado?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

14- ¿Encuentra usted **VALOR PERIODÍSTICO** en las noticias ofrecidas por el bloque de espectáculos del programa antes mencionado?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

15- ¿Cree usted que los líos personales de los personajes de la farándula poseen **VALOR PERIODÍSTICO**?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

16- ¿Está usted de acuerdo con que el **VALOR PERIODÍSTICO** de las noticias de farándula radica en la producción realizada en cada una de ellas?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

17- ¿Concuerda con que el rebote de las noticias del bloque de espectáculos de Primera Edición en otros medios se debe a su **VALOR PERIODÍSTICO**?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

18- ¿Considera usted que los reporteros del bloque de espectáculos de Primera Edición poseen un **PERFIL PROFESIONAL** consolidado?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

19- ¿Cree usted que es obligatorio un **PERFIL PROFESIONAL** de periodista para conducir un bloque de espectáculos de un noticiero?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

20- ¿Está de acuerdo con que es necesaria una preparación universitaria para adquirir un **PERFIL PROFESIONAL** que permita realizar notas periodísticas en un bloque de espectáculos de un noticiero?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

21- ¿Concuerda con que el **PERFIL PROFESIONAL** del productor del bloque de espectáculos de un noticiero debe ser formado en la universidad?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

22- ¿Cree usted que el **MENSAJE** del bloque de espectáculos de Primera Edición ayuda en su formación profesional?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

23- ¿Concuerda con que el **MENSAJE** del bloque de espectáculos de Primera Edición va de acuerdo al horario matutino?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

24- ¿Está de acuerdo con que el **MENSAJE** del bloque de espectáculos de Primera Edición es fácilmente captado por los televidentes?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>

25- ¿Considera el **MENSAJE** del bloque de espectáculos de Primera Edición formativo para los televidentes?

<b>DE ACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>COMPLETAMENTE EN DESACUERDO</b>



Lima, 07 de junio De 2018

Dr. Santiago Carpio Valdez

De mi mayor consideración:

Yo Luis Enrique Ortega Palacios, postulante al grado de Maestro en Periodismo y comunicación multimedia en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo a usted, respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "RELACIÓN ENTRE EL BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN Y LA PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DEL DÉCIMO CICLO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS, MIRAFLORES, EN EL AÑO 2014"

Le solicito, tenga a bien validar el mencionado instrumento como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Matriz de consistencia.
2. informe: opinión de expertos sobre el instrumento de medición
3. Matriz de validación de instrumento.
4. Valoración general del instrumento.
5. Plantilla de validación.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Firma

DNI: 06124458

CARGO: Docente Universitario

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título:					
Pregunta Principal	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Indicadores	Metodología
¿De qué manera el BLOQUE DE ESPECTÁCULOS del noticiero Primera Edición se relaciona con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014?	Conocer de qué manera el BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN se relaciona con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014	El BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN se relaciona significativamente con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DE DÉCIMO CICLO de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014	Variable Independiente: VARIABLE X  BLOQUE DE ESPECTÁCULOS	a. Agenda informativa. b. Conducción. c. Lenguaje audiovisual.	Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental Corte transversal Tipo: Aplicativa Métodos: Inductivo Deductivo Análisis Estadístico Hermeneutico
<b>Preguntas específicas</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>			
1.- ¿Qué relación existe entre la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición y la percepción del VALOR PERIODÍSTICO en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014?	1.- Determinar qué relación existe entre la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición y la percepción del VALOR PERIODÍSTICO en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014	1.- La AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relacionan significativamente con la percepción crítica del VALOR PERIODÍSTICO en estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014			
2.- ¿De qué manera la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero	2.- Establecer de qué manera la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero	2.- La CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona			
					<b>Población y Muestra</b>

<p>Primera Edición se relaciona con la percepción del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014?</p> <p>3.- ¿Qué relación existe entre el LENGUAJE AUDIOVISUAL y la percepción del MENSAJE AUDIOVISUAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014?</p>	<p>Primera Edición se relaciona con la percepción del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014.</p> <p>3.- Identificar qué relación existe entre el LENGUAJE AUDIOVISUAL y la percepción del MENSAJE AUDIOVISUAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014.</p>	<p>significativamente con la percepción crítica del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014.</p> <p>3.- EL LENGUAJE AUDIOVISUAL se relaciona significativamente con el MENSAJE AUDIOVISUAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014.</p>	<p>Variable dependiente VARIABLE Y</p> <p>PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES</p>	<p>a. Valor periodístico b. Perfil Profesional c. Mensaje.</p>	<p>POBLACIÓN La población está conformada por 45 unidades de análisis, alumnos de décimo ciclo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Educación y Humanidades de la Universidad Alas Peruanas</p> <p>MUESTRA La muestra está conformada por 45 unidades de análisis, alumnos de décimo ciclo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Educación y Humanidades de la Universidad Alas Peruanas.</p> <p>Para la selección de la muestra se usó la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia o criterio.</p>
--	---	--	---	--	--



Firma del evaluador

Lima, 07 de junio de 2018

INFORME: OPINIÓN DE EXPERTOS SOBRE EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:  
PERTINENCIA DE LOS ITEMS DE LA VARIABLE (X) BLOQUE DE ESPECTÁCULOS

Items	Escala *	0-20 Deficiente	21-40 Bajo	41-60 Regular	61-80 Bueno	81-100 Excelente	Observaciones
<b>INDICADOR (X1) AGENDA INFORMATIVA</b>							
1.	SELECCIÓN					X	
2.	CUADRO DE COMISIONES					X	
3.	CONTENIDO					X	
<b>INDICADOR (X2) CONDUCCION</b>							
4.	EXPRESIVIDAD					X	
5.	CARISMA					X	
6.	DOMINIO TEMÁTICO					X	
<b>INDICADOR (X3) LENGUAJE AUDIOVISUAL</b>							
7.	ASPECTO MORFOLOGICO					X	
8.	ASPECTO SINTÁCTICO					X	
9.	ASPECTO SEMÁNTICO					X	

PROMEDIO:

Deficiente 0% - 20%	Bajo 21% - 40%	Regular 41% - 60%	Bueno 61% - 80%	Excelente 81% - 100%
				X



Firma del evaluador

Lima, 07 de junio de 2018

**PERTINENCIA DE LOS ITEMS DE LA VARIABLE (Y) PERCEPCIÓN CRÍTICA**

Items	Escala	0-20 Deficiente	21-40 Bajo	41-60 Regular	61-80 Bueno	81-100 Excelente	Observaciones
<b>INDICADOR (Y1) VALOR PERIODISTICO</b>							
1. ACTUALIDAD						X	
2. NOVEDAD						X	
3. INTERÉS						X	
<b>INDICADOR (Y2) PERFIL PROFESIONAL</b>							
4. FORMACIÓN ACADÉMICA						X	
5. SENTIDO NOTICIOSO						X	
6. CULTURA DE ACTUALIDAD						X	
<b>INDICADOR (Y3) MENSAJE</b>							
7. CODIGO LINGÜÍSTICO						X	
8. CÓDIGO ICÓNICO						X	
9. CÓDIGO SONORO						X	

**PROMEDIO:**

Deficiente 0% - 20%	Bajo 21% - 40%	Regular 41% - 60%	Bueno 61% - 80%	Excelente 81% - 100%
				X



.....  
Firma del evaluador

Lima, 07 de junio de 2018

## MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

PREGUNTAS	Apreciación					Sugerencias
	4	3	2	1	0	
1. ¿Está usted de acuerdo con el contenido de la <b>AGENDA INFORMATIVA</b> que se maneja en el boque de espectáculos de Primera Edición?	X					
2. ¿Cree usted que la <b>AGENDA INFORMATIVA</b> del bloque de espectáculos del programa antes mencionado incluye todos los espectáculos locales?	X					
3. ¿Considera usted que la <b>AGENDA INFORMATIVA</b> del segmento en referencia es representativa de su nivel cultural?	X					
4. ¿Está usted de acuerdo con que la <b>AGENDA INFORMATIVA</b> del bloque mencionado es variada?	X					
5. ¿Cree usted que la <b>CONDUCCIÓN</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición se identifica con su nivel cultural?	X					
6. ¿Concuerda con la <b>CONDUCCIÓN</b> del bloque de espectáculos del programa antes mencionado proyecta credibilidad?	X					
7. ¿Considera usted que la <b>CONDUCCIÓN</b> del segmento en referencia es agradable a la vista?	X					
8. ¿Está de acuerdo con que la <b>CONDUCCIÓN</b> del bloque mencionado emplea un lenguaje adecuado?	X					
9. ¿Cree usted que la <b>CONDUCCIÓN</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición genera una corriente de opinión en la teleaudiencia?	X					
10. ¿Cree usted que el uso del <b>LENGUAJE AUDIOVISUAL</b> utilizado en el bloque de espectáculos de Primera Edición es prolijo?	X					
11. ¿Considera usted que el <b>LENGUAJE AUDIOVISUAL</b> del bloque de espectáculos del programa antes mencionado explota todos los recursos formales de imagen y sonido?	X					
12. ¿Concuerda usted con que el <b>LENGUAJE AUDIOVISUAL</b> del segmento en referencia va de acuerdo con las características de un noticiero?	X					
13. ¿Cree usted que el ritmo de edición de las notas presentadas en el bloque mencionado obedecen a un <b>LENGUAJE AUDIOVISUAL</b> planificado?	X					
14. ¿Encuentra usted <b>VALOR PERIODÍSTICO</b> en las noticias ofrecidas por el bloque de espectáculos del programa antes mencionado?	X					
15. ¿Cree usted que los lios personales de los personajes de la farándula poseen <b>VALOR PERIODÍSTICO</b> ?	X					

Variable Independiente

Variable

16.	¿Esta usted de acuerdo con que el <b>VALOR PERIODÍSTICO</b> de las noticias de farándula radica en la producción realizada en cada una de ellas?	X					
17.	¿Concuerda con que el rebote de las noticias del bloque de espectáculos de Primera Edición en otros medios se debe a su <b>VALOR PERIODÍSTICO</b> ?	X					
18.	¿Considera usted que los reporteros del bloque de espectáculos de Primera Edición poseen un <b>PERFIL PROFESIONAL</b> consolidado?	X					
19.	¿Cree usted que es obligatorio un <b>PERFIL PROFESIONAL</b> de periodista para conducir un bloque de espectáculos de un noticiero?	X					
20.	¿Está de acuerdo con que es necesario una preparación universitaria para adquirir un <b>PERFIL PROFESIONAL</b> que permita realizar notas periodísticas en un bloque de espectáculos de un noticiero?	X					
21.	¿Concuerda con que el <b>PERFIL PROFESIONAL</b> del productor del bloque de espectáculos de un noticiero debe ser formado en la universidad?	X					
22.	¿Cree usted que el <b>MENSAJE</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición ayuda en su formación profesional?	X					
23.	¿Concuerda con que el <b>MENSAJE</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición va de acuerdo al horario matutino?	X					
24.	¿Está de acuerdo con que el <b>MENSAJE</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición es fácilmente captado por los televidentes?	X					
25.	¿Considera el <b>MENSAJE</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición formativo para los televidentes?						



.....  
Firma del evaluador

Lima, 07 de junio de 2018

### VALORACIÓN GENERAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0%-20%	Bajo 21%-40%	Regular 41%-60%	Buena 61%-80%	Excelente 81%-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. PRECISIÓN	Define adecuadamente los parámetros de medición.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN :</b>						



.....  
Firma del evaluador

Lima, 07 de junio de 2018

## PLANTILLA DE VALIDACIÓN

Nombre del instrumento: ENCUESTA  
Título de la investigación: RELACIÓN ENTRE EL BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN Y LA PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DEL DÉCIMO CICLO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS, MIRAFLORES, EN EL AÑO 2018  
Dirigido a: EVALUADOR  
Apellidos y nombres del evaluador: CARPIO VALDEZ, SANTIAGO  
Grado académico del evaluador: DOCTOR EN COMUNICACIONES POR LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA  
Especialidad del evaluador: COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD  
Autor del instrumento: LUIS ORTEGA PALACIOS

### PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Excelente 100% - 81%	Bueno 80% - 61%	Regular 60% - 41%	Bajo 40% - 21%	Deficiente 20% - 00%
X				

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado (X)
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado ( )



.....  
Firma del evaluador

DNI: 07804572

Lima, 07 de junio de 2018



Lima, 12 de junio De 2018

Mg. Max Hernán Iglesias Dulanto

De mi mayor consideración:

Yo Luis Enrique Ortega Palacios, postulante al grado de Maestro en Periodismo y comunicación multimedia en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo a usted, respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "RELACIÓN ENTRE EL BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN Y LA PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DEL DÉCIMO CICLO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS, MIRAFLORES, EN EL AÑO 2014"

Le solicito, tenga a bien validar el mencionado instrumento como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Matriz de consistencia.
2. informe: opinión de expertos sobre el instrumento de medición
3. Matriz de validación de instrumento.
4. Valoración general del instrumento.
5. Plantilla de validación.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Firma

DNI: 06124458

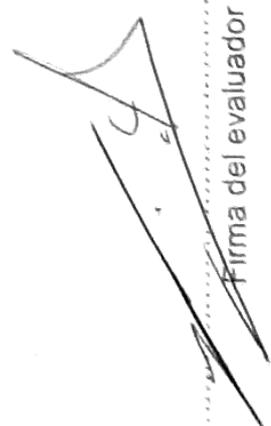
CARGO: Docente Universitario

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título:	Pregunta Principal	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Indicadores	Metodología
¿De qué manera el BLOQUE DE ESPECTÁCULOS del noticiero Primera Edición se relaciona con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014	Conocer de qué manera el BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN se relaciona con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014	El BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN se relaciona significativamente con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DE DÉCIMO CICLO de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014	Variable independiente: VARIABLE X  BLOQUE DE ESPECTÁCULOS	a. Agenda informativa. b. Conducción. c. Lenguaje audiovisual.	Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental Corte transversal Tipo: Aplicativa Métodos: Inductivo Deductivo Analítico Estadístico Homoneuítico	
<b>Preguntas específicas</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>				
1.- ¿Qué relación existe entre la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición y la percepción del VALOR PERIODÍSTICO en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014?	1.- Determinar qué relación existe entre la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición y la percepción del VALOR PERIODÍSTICO en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014	1.- La AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relacionan significativamente con la percepción crítica del VALOR PERIODÍSTICO en estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014				
2.- ¿De qué manera la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero	2.- Establecer de qué manera la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero	2.- La CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona				
						<b>Población y Muestra</b>



<p>Primera Edición se relaciona con la percepción del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014?</p>	<p>Primera Edición se relaciona con la percepción del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014</p>	<p>significativamente con la percepción crítica del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014.</p>	<p>Variable dependiente VARIABLE Y  PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES</p>	<p>a. Valor periodístico. b. Perfil Profesional c. Mensaje.</p>	<p>POBLACIÓN La población está conformada por 45 unidades de análisis, alumnos de último ciclo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Humanidades de la Universidad Alas Peruanas.</p>
<p>3.- ¿Qué relación existe entre el LENGUAJE AUDIOVISUAL y la percepción del MENSAJE AUDIOVISUAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014?</p>	<p>3.- Identificar qué relación existe entre el LENGUAJE AUDIOVISUAL y la percepción del MENSAJE AUDIOVISUAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014</p>	<p>3.- EL LENGUAJE AUDIOVISUAL se relaciona significativamente con el MENSAJE AUDIOVISUAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014</p>			<p>MUESTRA La muestra está conformada por 45 unidades de análisis, alumnos de último ciclo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Educación y Humanidades de la Universidad Alas Peruanas.</p>
					<p>Para la selección de la muestra se usó la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia o criterio.</p>

.....  
  
 .....  
 Firma del evaluador

Lima, 12 de junio de 2018

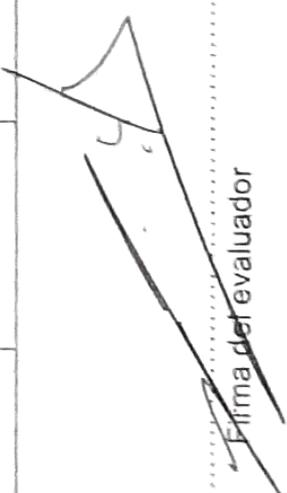
**INFORME: OPINIÓN DE EXPERTOS SOBRE EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:  
PERTINENCIA DE LOS ITEMS DE LA VARIABLE (X) BLOQUE DE ESPECTÁCULOS**

Ítems	Escala	0-20 Deficiente	21-40 Bajo	41-60 Regular	61-80 Bueno	81-100 Excelente	Observaciones
<b>INDICADOR (X1) AGENDA INFORMATIVA</b>							
1. SELECCIÓN						X	
2. CUADRO DE COMISIONES						X	
3. CONTENIDO						X	
<b>INDICADOR (X2) CONDUCCIÓN</b>							
4. EXPRESIVIDAD						X	
5. CARISMA						X	
6. DOMINIO TEMÁTICO						X	
<b>INDICADOR (X3) LENGUAJE AUDIOVISUAL</b>							
7. ASPECTO MORFOLÓGICO						X	
8. ASPECTO SINTÁCTICO						X	
9. ASPECTO SEMÁNTICO						X	

**PROMEDIO:**

Deficiente 0% - 20%	Bajo 21% - 40%	Regular 41% - 60%	Bueno 61% - 80%	Excelente 81% - 100%
				X

.....  
  
 .....  
 Firma del evaluador

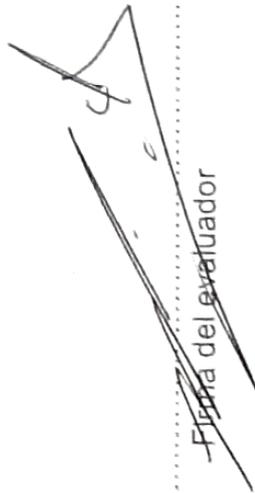
Lima, 12 de junio de 2018

**PERTINENCIA DE LOS ITEMS DE LA VARIABLE (Y) PERCEPCIÓN CRÍTICA**

Items	Escala	0-20 Deficiente	21-40 Bajo	41-60 Regular	61-80 Bueno	81-100 Excelente	Observaciones
<b>INDICADOR (Y1) VALOR PERIODÍSTICO</b>							
1. ACTUALIDAD						X	
2. NOVEDAD						X	
3. INTERÉS						X	
<b>INDICADOR (Y2) PERFIL PROFESIONAL</b>							
4. FORMACIÓN ACADÉMICA						X	
5. SENTIDO NOTICIOSO						X	
6. CULTURA DE ACTUALIDAD						X	
<b>INDICADOR (Y3) MENSAJE</b>							
7. CÓDIGO LINGÜÍSTICO						X	
8. CÓDIGO ICÓNICO						X	
9. CÓDIGO SONORO						X	

**PROMEDIO:**

Deficiente 0% - 20%	Bajo 21% - 40%	Regular 41% - 60%	Bueno 61% - 80%	Excelente 81% - 100%
				X

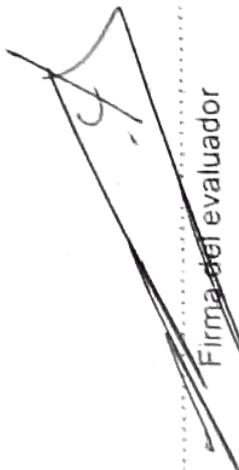
  
 .....  
 Firma del evaluador

Lima, 12 de junio de 2018

## MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

PREGUNTAS	Apreciación					Sugerencias
	4	3	2	1	0	
1. ¿Está usted de acuerdo con el contenido de la <b>AGENDA INFORMATIVA</b> que se maneja en el bloque de espectáculos de Primera Edición?	X					
2. ¿Cree usted que la <b>AGENDA INFORMATIVA</b> del bloque de espectáculos del programa antes mencionado incluye todos los espectáculos locales?	X					
3. ¿Considera usted que la <b>AGENDA INFORMATIVA</b> del segmento en referencia es representativa de su nivel cultural?	X					
4. ¿Está usted de acuerdo con que la <b>AGENDA INFORMATIVA</b> del bloque mencionado es variada?	X					
5. ¿Cree usted que la <b>CONDUCCIÓN</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición se identifica con su nivel cultural?	X					
6. ¿Concuerda con la <b>CONDUCCIÓN</b> del bloque de espectáculos del programa antes mencionado proyecta credibilidad?	X					
7. ¿Considera usted que la <b>CONDUCCIÓN</b> del segmento en referencia es agradable a la vista?	X					
8. ¿Está de acuerdo con que la <b>CONDUCCIÓN</b> del bloque mencionado emplea un lenguaje adecuado?	X					
9. ¿Cree usted que la <b>CONDUCCIÓN</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición genera una corriente de opinión en la teleaudiencia?	X					
10. ¿Cree usted que el uso del <b>LENGUAJE AUDIOVISUAL</b> utilizado en el bloque de espectáculos de Primera Edición es prolijo?	X					
11. ¿Considera usted que el <b>LENGUAJE AUDIOVISUAL</b> del bloque de espectáculos del programa antes mencionado explota todos los recursos formales de imagen y sonido?	X					
12. ¿Concuerda usted con que el <b>LENGUAJE AUDIOVISUAL</b> del segmento en referencia va de acuerdo con las características de un noticiero?	X					
13. ¿Cree usted que el ritmo de edición de las notas presentadas en el bloque mencionado obedecen a un <b>LENGUAJE AUDIOVISUAL</b> planificado?	X					
14. ¿Encuentra usted <b>VALOR PERIODÍSTICO</b> en las noticias ofrecidas por el bloque de espectáculos del programa antes mencionado?	X					
15. ¿Cree usted que los illos personales de los personajes de la farándula poseen <b>VALOR PERIODÍSTICO</b> ?	X					

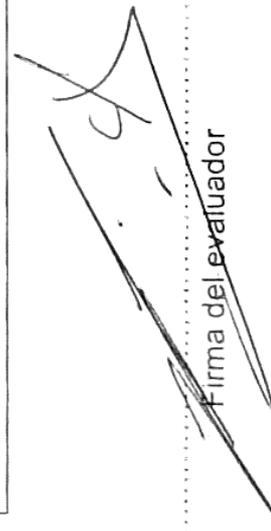
16. ¿Está usted de acuerdo con que el <b>VALOR PERIODÍSTICO</b> de las noticias de farándula radica en la producción realizada en cada una de ellas?	X					
17. ¿Concuerda con que el rebote de las noticias del bloque de espectáculos de Primera Edición en otros medios se debe a su <b>VALOR PERIODÍSTICO</b> ?	X					
18. ¿Considera usted que los reporteros del bloque de espectáculos de Primera Edición poseen un <b>PERFIL PROFESIONAL</b> consolidado?	X					
19. ¿Cree usted que es obligatorio un <b>PERFIL PROFESIONAL</b> de periodista para conducir un bloque de espectáculos de un noticiero?	X					
20. ¿Está de acuerdo con que es necesario una preparación universitaria para adquirir un <b>PERFIL PROFESIONAL</b> que permita realizar notas periodísticas en un bloque de espectáculos de un noticiero?	X					
21. ¿Concuerda con que el <b>PERFIL PROFESIONAL</b> del productor del bloque de espectáculos de un noticiero debe ser formado en la universidad?	X					
22. ¿Cree usted que el <b>MENSAJE</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición ayuda en su formación profesional?	X					
23. ¿Concuerda con que el <b>MENSAJE</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición va de acuerdo al horario matutino?	X					
24. ¿Está de acuerdo con que el <b>MENSAJE</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición es fácilmente captado por los televidentes?	X					
25. ¿Considera el <b>MENSAJE</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición formativo para los televidentes?	X					

  
 .....  
 Firma del evaluador

Lima, 12 de junio de 2018

## VALORACIÓN GENERAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0%-20%	Bajo 21%-40%	Regular 41%-60%	Bueno 61%-80%	Excelente 81%-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. PRECISIÓN	Define adecuadamente los parámetros de medición.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN :</b>						

  
 .....  
 Firma del evaluador

Lima, 12 de junio de 2018

## PLANTILLA DE VALIDACIÓN

**Nombre del instrumento:** ENCUESTA  
**Título de la investigación:** RELACIÓN ENTRE EL BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN Y LA PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DEL DÉCIMO CICLO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS, MIRAFLORES, EN EL AÑO 2018  
**Dirigido a:** EVALUADOR  
**Apellidos y nombres del evaluador:** IGLESIAS DULANTO, MAX HERNÁN  
**Grado académico del evaluador:** MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN POR LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO  
**Especialidad del evaluador:** GERENCIA COMERCIAL EN MEDIOS AUDIOVISUALES  
**Autor del instrumento:** LUIS ORTEGA PALACIOS

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Excelente 100% - 81%	Bueno 80% - 61%	Regular 60% - 41%	Bajo 40% - 21%	Deficiente 20% - 00%
X				

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado (X)
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado ( )

  
 .....  
 Firma del evaluador  
 DNI: 08731871

Lima, 12 de junio de 2018



Lima, 18 de Junio De 2018

Mg. Luis Alberto Chávez Ramos

De mi mayor consideración:

Yo Luis Enrique Ortega Palacios, postulante al grado de Maestro en Periodismo y comunicación multimedia en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo a usted, respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "RELACIÓN ENTRE EL BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN Y LA PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DEL DÉCIMO CICLO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS, MIRAFLORES, EN EL AÑO 2014"

Le solicito, tenga a bien validar el mencionado instrumento como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Matriz de consistencia.
2. informe: opinión de expertos sobre el instrumento de medición
3. Matriz de validación de instrumento.
4. Valoración general del instrumento.
5. Plantilla de validación.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Firma

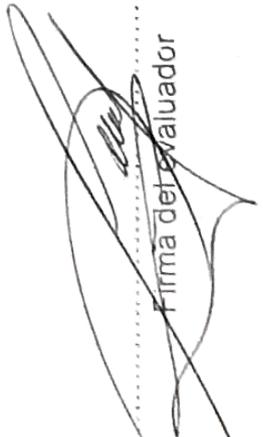
DNI: 06124458

CARGO: Docente Universitario

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título:					
Pregunta Principal	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Indicadores	Metodología
¿De qué manera el BLOQUE DE ESPECTÁCULOS del noticiero Primera Edición se relaciona con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014	Conocer de qué manera el BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN se relaciona con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES de décimo ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014	El BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN se relaciona significativamente con la PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DE DÉCIMO CICLO de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014	Variable independiente: VARIABLE X  BLOQUE DE ESPECTÁCULOS	a. Agenda informativa b. Conducción. c. Lenguaje audiovisual.	Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental Corte transversal Tipo: Aplicativa Métodos: Inductivo Deductivo Estadístico Hermeneutico
<b>Preguntas específicas</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>			
1.- ¿Qué relación existe entre la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición y la percepción del VALOR PERIODÍSTICO en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014?	1.- Determinar qué relación existe entre la AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición y la percepción del VALOR PERIODÍSTICO en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014	1.- La AGENDA INFORMATIVA del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relacionan significativamente con la percepción crítica del VALOR PERIODÍSTICO en estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014			
2.- ¿De qué manera la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero	2.- Establecer de qué manera la CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero	2.- La CONDUCCIÓN del bloque de espectáculos del noticiero Primera Edición se relaciona			
					<b>Población y Muestra</b>

<p>Primera Edición se relaciona con la percepción del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014?</p> <p>3.- ¿Qué relación existe entre el LENGUAJE AUDIOVISUAL y la percepción del MENSAJE AUDIOVISUAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014?</p>	<p>Primera Edición se relaciona con la percepción del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014.</p> <p>3.- Identificar qué relación existe entre el LENGUAJE AUDIOVISUAL y la percepción del MENSAJE AUDIOVISUAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014</p>	<p>significativamente con la percepción crítica del PERFIL PROFESIONAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014.</p> <p>3.- EL LENGUAJE AUDIOVISUAL se relaciona significativamente con el MENSAJE AUDIOVISUAL en los estudiantes de décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Miraflores, en el año 2014</p>	<p>Variable dependiente VARIABLE Y <b>PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES</b></p>	<p>a. Valor periodístico. b. Perfil Profesional. c. Mensaje.</p>	<p><b>POBLACIÓN</b> La población está conformada por 45 unidades de análisis, alumnos de décimo ciclo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Educación y Humanidades de la Universidad Alas Peruanas.</p> <p><b>MUESTRA</b> La muestra está conformada por 45 unidades de análisis, alumnos de décimo ciclo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Educación y Humanidades de la Universidad Alas Peruanas.</p> <p>Para la selección de la muestra se usó la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia o criterio.</p>
--	--	---	---	--	---

  
.....  
Firma del evaluador

Lima, 18 de junio de 2018

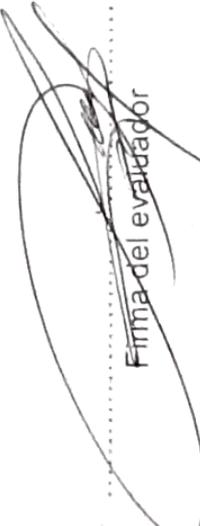
**INFORME: OPINIÓN DE EXPERTOS SOBRE EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:  
PERTINENCIA DE LOS ITEMS DE LA VARIABLE (X) BLOQUE DE ESPECTÁCULOS**

Items	Escaia	0-20 Deficiente	21-40 Bajo	41-60 Regular	61-80 Bueno	81-100 Excelente	Observaciones
<b>INDICADOR (X1) AGENDA INFORMATIVA</b>							
1. SELECCION						X	
2. CUADRO DE COMISIONES						X	
3. CONTENIDO						X	
<b>INDICADOR (X2) CONDUCCION</b>							
4. EXPRESIVIDAD						X	
5. CARISMA						X	
6. DOMINIO TEMÁTICO						X	
<b>INDICADOR (X3) LENGUAJE AUDIOVISUAL</b>							
7. ASPECTO MORFOLÓGICO						X	
8. ASPECTO SINTÁCTICO						X	
9. ASPECTO SEMÁNTICO						X	

**PROMEDIO:**

Deficiente 0% - 20%	Bajo 21% - 40%	Regular 41% - 60%	Bueno 61% - 80%	Excelente 81% - 100%
X				

  
 .....  
 Firma del evaluador

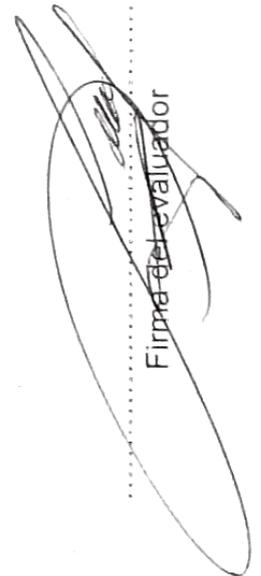
Lima, 18 de junio de 2018

**PERTINENCIA DE LOS ITEMS DE LA VARIABLE (Y) PERCEPCIÓN CRÍTICA**

Ítems	Escala	0-20 Deficiente	21-40 Bajo	41-60 Regular	61-80 Bueno	81-100 Excelente	Observaciones
<b>INDICADOR (Y1) VALOR PERIODÍSTICO</b>							
1. ACTUALIDAD						X	
2. NOVEDAD						X	
3. INTERÉS						X	
<b>INDICADOR (Y2) PERFIL PROFESIONAL</b>							
4. FORMACIÓN ACADÉMICA						X	
5. SENTIDO NOTICIOSO						X	
6. CULTURA DE ACTUALIDAD						X	
<b>INDICADOR (Y3) MENSAJE</b>							
7. CÓDIGO LINGÜÍSTICO						X	
8. CÓDIGO ICÓNICO						X	
9. CÓDIGO SONORO						X	

**PROMEDIO:**

Deficiente 0% - 20%	Bajo 21% - 40%	Regular 41% - 60%	Bueno 61% - 80%	Excelente 81% - 100%
X				

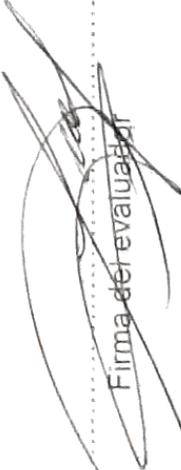
  
 .....  
 Firma del evaluador

Lima, 18 de junio de 2018.

## MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

PREGUNTAS	Apreciación					Sugerencias
	4	3	2	1	0	
1. ¿Está usted de acuerdo con el contenido de la <b>AGENDA INFORMATIVA</b> que se maneja en el boque de espectáculos de Primera Edición?	X					
2. ¿Cree usted que la <b>AGENDA INFORMATIVA</b> del bloque de espectáculos del programa antes mencionado incluye todos los espectáculos locales?	X					
3. ¿Considera usted que la <b>AGENDA INFORMATIVA</b> del segmento en referencia es representativa de su nivel cultural?	X					
4. ¿Está usted de acuerdo con que la <b>AGENDA INFORMATIVA</b> del bloque mencionado es variada?			X			
5. ¿Cree usted que la <b>CONDUCCIÓN</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición se identifica con su nivel cultural?	X					
6. ¿Concuerda con la <b>CONDUCCIÓN</b> del bloque de espectáculos del programa antes mencionado proyecta credibilidad?	X					
7. ¿Considera usted que la <b>CONDUCCIÓN</b> del segmento en referencia es agradable a la vista?	X					
8. ¿Está de acuerdo con que la <b>CONDUCCIÓN</b> del bloque mencionado emplea un lenguaje adecuado?	X					
9. ¿Cree usted que la <b>CONDUCCIÓN</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición genera una corriente de opinión en la teleaudiencia?	X					
10. ¿Cree usted que el uso del <b>LENGUAJE AUDIOVISUAL</b> utilizado en el bloque de espectáculos de Primera Edición es prolijo?	X					
11. ¿Considera usted que el <b>LENGUAJE AUDIOVISUAL</b> del bloque de espectáculos del programa antes mencionado explota todos los recursos formales de imagen y sonido?	X					
12. ¿Concuerda usted con que el <b>LENGUAJE AUDIOVISUAL</b> del segmento en referencia va de acuerdo con las características de un noticiero?	X					
13. ¿Cree usted que el ritmo de edición de las notas presentadas en el bloque mencionado obedecen a un <b>LENGUAJE AUDIOVISUAL</b> planificado?	X					
14. ¿Encuentra usted <b>VALOR PERIODÍSTICO</b> en las noticias ofrecidas por el bloque de espectáculos del programa antes mencionado?	X					
15. ¿Cree usted que los lios personales de los personajes de la farándula poseen <b>VALOR PERIODÍSTICO</b> ?	X					

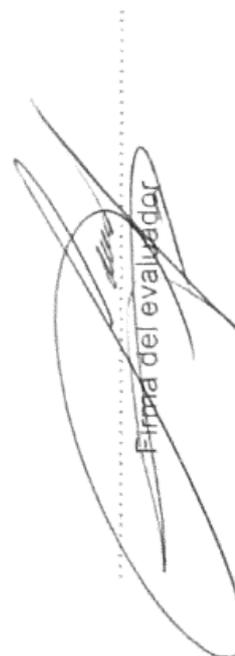
16	¿Está usted de acuerdo con que el <b>VALOR PERIODÍSTICO</b> de las noticias de farándula radica en la producción realizada en cada una de ellas?	X					
17	¿Concuerda con que el rebote de las noticias del bloque de espectáculos de Primera Edición en otros medios se debe a su <b>VALOR PERIODÍSTICO</b> ?	X					
18	¿Considera usted que los reporteros del bloque de espectáculos de Primera Edición poseen un <b>PERFIL PROFESIONAL</b> consolidado?	X					
19	¿Cree usted que es obligatorio un <b>PERFIL PROFESIONAL</b> de periodista para conducir un bloque de espectáculos de un noticiero?	X					
20	¿Está de acuerdo con que es necesario una preparación universitaria para adquirir un <b>PERFIL PROFESIONAL</b> que permita realizar notas periodísticas en un bloque de espectáculos de un noticiero?	X					
21	¿Concuerda con que el <b>PERFIL PROFESIONAL</b> del productor del bloque de espectáculos de un noticiero debe ser formado en la universidad?	X					
22	¿Cree usted que el <b>MENSAJE</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición ayuda en su formación profesional?	X					
23	¿Concuerda con que el <b>MENSAJE</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición va de acuerdo al horario matutino?	X					
24	¿Está de acuerdo con que el <b>MENSAJE</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición es fácilmente captado por los televidentes?	X					
25	¿Considera el <b>MENSAJE</b> del bloque de espectáculos de Primera Edición formativo para los televidentes?	X					

.....  
  
 .....  
 Firma del evaluador

Lima, 18 de junio de 2018

## VALORACIÓN GENERAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0%-20%	Bajo 21%-40%	Regular 41%-60%	Bueno 61%-80%	Excelente 81%-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. PRECISIÓN	Define adecuadamente los parámetros de medición.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN :</b>						

  
 .....  
 Firma del evaluador

Lima, 18 de junio de 2018

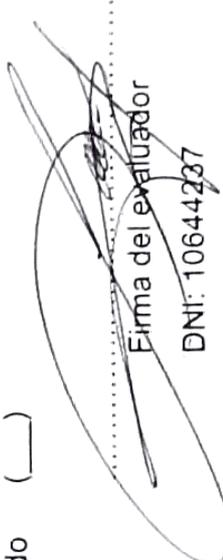
## PLANTILLA DE VALIDACIÓN

**Nombre del instrumento:** ENCUESTA  
**Título de la investigación:** RELACIÓN ENTRE EL BLOQUE DE ESPECTÁCULOS DEL NOTICIERO PRIMERA EDICIÓN Y LA PERCEPCIÓN CRÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DEL DÉCIMO CICLO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS, MIRAFLORES, EN EL AÑO 2018  
**Dirigido a:** EVALUADOR  
**Apellidos y nombres del evaluador:** CHÁVEZ RAMOS, LUIS ALBERTO  
**Grado académico del evaluador:** MAGISTER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN POR LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS  
**Especialidad del evaluador:** COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO  
**Autor del instrumento:** LUIS ORTEGA PALACIOS

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Excelente 100% - 81%	Bueno 80% - 61%	Regular 60% - 41%	Bajo 40% - 21%	Deficiente 20% - 00%
X				

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado (X)
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado ( )

  
 .....  
 Firma del evaluador  
 DNI: 10644237

Lima, 18 de junio de 2018

LEY N° 15630

**Reconociendo en todo el País, la  
profesión de Periodista**

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA.

POR CUANTO:

El Congreso ha dado la ley siguiente:

EL CONGRESO DE LA REPUBLICA PERUANA.

Ha dado la ley siguiente:

ARTICULO 1°—Reconócese en todo el País la profesión de Periodista.

ARTICULO 2°—Las Universidades Nacionales y Particulares, a través de sus facultades o escuelas de periodismo, extenderán los títulos correspondientes a los periodistas, que a la fecha de la dación de la presente ley, tengan por lo menos seis años en la función periodística, y acompañen el Carnet de miembro activo de alguna de las instituciones que agremia a los hombres de prensa.

ARTICULO 3°—El Poder Ejecutivo designará en el plazo máximo de treinta días, una Comisión, que dentro de un término no mayor de sesenta días, elabore un reglamento de la presente ley. La Comisión presidida por un representante del Poder Ejecutivo, estará integrada, por un representante de la Federación de Periodistas del Perú, y otro de la Asociación de Periodistas del Perú.

ARTICULO ADICIONAL.— Los periodistas sin título profesional, que al promulgarse la presente ley no tengan seis años en el ejercicio del periodismo, seguirán trabajando hasta cumplir el período de tiempo antes señalado, para su profesionalización por esta vez.

Comuníquese al Poder Ejecutivo para su promulgación.

Casa del Congreso, en Lima, a los veinte días del mes de Setiembre de mil novecientos sesenticinco.

DAVID AGUILAR CORNEJO, Presidente del Senado.

ENRIQUE RIVERO VELEZ, Presidente de la Cámara de Diputados.

MANUEL BURGA PUELLES, Senador Secretario.

NICEFORO ESPINOZA LLANOS, Diputado Secretario.

Al señor Presidente Constitucional de la República.

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintiocho días del mes de Setiembre de mil novecientos sesenticinco.

**FERNANDO BELAUNDE TERRY**

**José Navarro Grau.**

# Texto Ley de Colegiación

## LEY Nº 23221

EL PRESIDENTE DE LA  
REPUBLICA

POR CUANTO:

El Congreso ha dado la Ley siguiente:

El Congreso de la República del Perú;

Ha dado la Ley siguiente:

Artículo Primero.— Créase el Colegio de Periodistas del Perú, como entidad autónoma de derecho público interno, representativa de la profesión periodística en todo el territorio de la República, sin perjuicio de las otras entidades gremiales o sindicales de periodistas amparadas por el inciso 11, del Artículo 2º, de la Constitución. Sus fines son éticos, culturales y sociales.

Artículo Segundo.— La Colegiación es requisito indispensable para el ejercicio de la profesión periodística, de conformidad con el Artículo 33º de la Constitución del Estado, esta norma no limita lo dispuesto por el inciso 4), del Artículo 2º de la Constitución.

Artículo Tercero.— Para la inscripción de los periodistas en el Colegio, es esencial la

presentación del Título Profesional correspondiente, otorgado por cualquiera de las Universidades del País, conforme a las leyes respectivas. También tendrán derecho a colegiarse, las personas que acrediten el ejercicio periodístico en forma permanente y/o estable.

Artículo Cuarto.— Son recursos del Colegio de Periodistas del Perú:

- a) Las cotizaciones de sus asociados;
- b) Las multas que sus organismos directivos impongan a sus miembros;
- c) Las donaciones que reciba; y,
- d) El uno por ciento del valor de los avisos que publiquen los medios de comunicación masiva.

Artículo Quinto.— El Poder Ejecutivo, dictará las disposiciones reglamentarias para el mejor cumplimiento de la presente Ley.

Artículo Sexto.— La presente Ley entra en vigencia al día siguiente de su promulgación y publicación.

Comuníquese al Presidente

de la República para su promulgación.

Casa del Congreso, en Lima, a los veinticuatro días del mes de setiembre de mil novecientos ochenta.

OSCAR TRELLES MONTES,  
Presidente del Senado.

FRANCISCO BELAUNDE TERRY,  
Presidente de la Cámara de Diputados.

EDUARDO YASHIMURA  
MONTENEGRO, Senador Secretario.

RÓDOLFO ZAMALLOA  
LOAIZA, Diputado-Secretario.

Al Señor Presidente Constitucional de la República:

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno en Lima, a los Un días del mes de Octubre de mil novecientos ochenta.

FERNANDO BELAUNDE TERRY,  
Presidente Constitucional de la República.

ALFONSO GRADOS BERTORINI,  
Ministro de Estado en el Despacho de Trabajo. Encargado de la Cartera de Educación.

MIGUEL ALVA GRANDINI,  
Jefe del Sistema Nacional de Información.

## Determinan la Autofinanciación de los Colegios Profesionales

DECRETO LEY N° 26032

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

POR CUANTO:

El Gobierno de Emergencia y Reconstrucción Nacional;

Con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros;  
Ha dado el Decreto Ley siguiente:

**Artículo 1°.-** Determinase, dentro del marco de racionalización de la tributación nacional y de eliminación de privilegios y sobrecostos, la necesidad de que los Colegios Profesionales se autofinancien y no recaiga en terceros ajenos a dichas entidades el peso económico de su financiamiento, ni en el Estado la responsabilidad de recaudar tales recursos. Los estatutos de los Colegios Profesionales deberán normar el régimen de las aportaciones que corresponda efectuar a sus asociados para el logro de sus objetivos.

**Artículo 2°.-** Conforme a lo establecido en el Artículo anterior, deróganse las siguientes disposiciones:

- a) La Ley N° 23323, y la Octava Disposición Complementaria del Decreto Legislativo N° 757, referidos a la Boleta Unica del Litigante y al Fondo Mutua del Abogado.
- b) El Artículo 3° de la Ley N° 15812, y los Artículos 1° y 4° de la Ley N° 23392, referidos al Certificado Médico, que constituye ingreso del Colegio Médico del Perú.
- c) La Ley N° 24045, referida a la Papeleta del Contador Público Colegiado, que constituye ingreso del Colegio de Contadores Públicos y del Fondo Mutua del Contador Público Colegiado.
- d) El inciso d) del Artículo 4° de la Ley N° 23221, referido al gravamen que constituye ingreso del Colegio de Periodistas del Perú.
- e) El literal b) del inciso B) del Artículo 11° de la Ley N° 15488, y los Artículos 5° y 6° de la Ley N° 24531, referidos a la Boleta del Economista.
- f) El literal d) del inciso B) del Artículo 11° de la Ley N° 15488, y el Artículo 5° de la Ley N° 24531, referidos al gravamen que constituye ingreso del Colegio de Economistas.
- g) Los Artículos 4° y 5° de la Ley N° 14085, y el Artículo 1° del Decreto Ley N° 23187, referidos al Formulario de Pago Directo, que constituye ingreso del Colegio de Arquitectos del Perú.
- h) Los incisos a), b) y c) del Artículo 4° y el Artículo 5° de la Ley N° 24648, y el segundo párrafo del Artículo 28° de la Ley N° 25160, referidos a los gravámenes que constituyen ingresos del Colegio de Ingenieros del Perú.
- i) El inciso c) del Artículo 8° de la Ley N° 16607, referido al gravamen que constituye ingreso del Fondo de Jubilación y Mutualidad de los Notarios.
- j) El Decreto Ley N° 22706, que establece que el Banco de la Nación es la entidad recaudadora de los tributos destinados a los Colegios Profesionales, y,
- k) Las disposiciones modificatorias, ampliatorias, complementarias y reglamentarias de las normas a que se refieren los incisos anteriores del presente artículo.

**Artículo 3°.-** El presente Decreto Ley entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veinticuatro días del mes de diciembre de mil novecientos noventa y dos.

**Alberto Fujimori Fujimori**, Presidente Constitucional de la República; **Oscar de la Puente Raygada**, Presidente del Consejo de Ministros y Ministro de Relaciones Exteriores; **Víctor Malca Villanueva**, Ministro de Defensa; **Carlos Boloña Behr**, Ministro de Economía y Finanzas; **Juan Briones Dávila**, Ministro del Interior; **Fernando Vega Santa Gadea**, Ministro de Justicia; **Víctor Paredes Guerra**, Ministro de Salud; **Absalón Vásquez Villanueva**, Ministro de Agricultura; **Jorge Camet Dickmann**, Ministro de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales; **Daniel Hokama Tokashiki**, Ministro de Energía y Minas; **Augusto Antonioli Vásquez**, Ministro de Trabajo y Promoción Social; **Alfredo Ross Antezana**, Ministro de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción; **Jaime Sobero Taira**, Ministro de Pesquería; **Alberto Varillas Montenegro**, Ministro de Educación; **Manuel Vara Ochoa**, Ministro de la Presidencia

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Lima, 26 de diciembre de 1992

ALBERTO FUJIMORI FUJIMORI

Presidente Constitucional de la República

OSCAR DE LA PUENTE RAYGADA

Presidente del Consejo de Ministros y Ministro de

Relaciones Exteriores

CARLOS BOLONA BEHR

Ministro de Economía y Finanzas

## LEY QUE CONTEMPLA EL LIBRE EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD PERIODISTICA

### Ley N° 26937

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA  
POR CUANTO:  
El Congreso de la República ha dado la Ley siguiente:

EL CONGRESO DE LA REPUBLICA;  
Ha dado la Ley siguiente:  
LEY QUE CONTEMPLA EL LIBRE EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD PERIODISTICA

Artículo 1o.- Vigencia del derecho de libre expresión.  
El inciso 4), del artículo 2o de la Constitución, garantiza la plena vigencia del derecho de libre expresión del pensamiento, con sujeción a las normas constitucionales vigentes.

Artículo 2o.- Ejercicio del derecho de libre expresión.

El derecho reconocido según la Constitución, en el artículo precedente, puede ser ejercido libremente por toda persona.

Artículo 3o.- No obligatoriedad de la colegiación.  
La colegiación para el ejercicio de la profesión de periodista no es obligatoria.

Artículo 4o.- Exclusividad de la colegiación.  
El derecho de colegiación establecido por la Ley No. 23221 está reservado exclusivamente a los periodistas con título profesional, para los fines y beneficios gremiales y profesionales que son inherentes a su profesión.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los doce días del mes de marzo de mil novecientos noventa y ocho.

CARLOS TORRES Y TORRES LARA  
Presidente del Congreso de la República

EDITH MELLADO CESPEDES  
Primera Vicepresidenta del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA

POR TANTO:  
Mando se publique y cumpla.  
Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los treinta días del mes de marzo de mil novecientos noventa y ocho.  
ALBERTO FUJIMORI FUJIMORI  
Presidente Constitucional de la República  
ALBERTO PANDOLFI ARBULU  
Presidente del Consejo de Ministros  
ALFREDO QUISPE CORREA  
Ministro de Justicia