



# FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación y Periodismo

“CONTENIDO SENSACIONALISTA DE LOS DIARIOS  
‘CHICHA’ Y LA ÉTICA PERIODÍSTICA, LIMA 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Comunicación y Periodismo

Autora:

Flor de María Soto Francia

Asesor:

Mg. Troy Requena Portella

Lima - Perú

2021

## ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

El asesor, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Comunicaciones, Carrera profesional de Comunicación y Periodismo, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la tesis de la estudiante:

FLOR DE MARÍA SOTO FRANCIA.

Por cuanto, **CONSIDERA** que la tesis titulada: “Contenido sensacionalista de los diarios ‘chicha’ y la ética periodística, Lima 2020” para aspirar al título profesional de: Licenciada en Comunicación y Periodismo por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al o a los interesados para su presentación.

---

Mg. Troy Requena Portella  
Asesor

## ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Los miembros del jurado evaluador asignados han procedido a realizar la evaluación de la tesis de la estudiante: Flor de María Soto Francia para aspirar al título profesional con la tesis denominada: “Contenido sensacionalista de los diarios ‘chicha’ y la ética periodística, Lima 2020”.

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, los miembros del jurado concuerdan:

**Aprobación por unanimidad**

**Aprobación por mayoría**

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Desaprobado

Firman en señal de conformidad:

---

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y  
Apellidos  
Jurado  
Presidente

---

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y  
Apellidos  
Jurado

---

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y  
Apellidos  
Jurado

## **DEDICATORIA**

Dedicado a Dios Todopoderoso  
y a mi familia,  
por haberme apoyado en el difícil  
pero fructífero camino seguido  
para alcanzar el desarrollo  
personal como profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Privada del Norte y en especial  
a mis profesores por enseñarme a amar esta carrera.

## Tabla de contenidos

<b>ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS</b>	2
<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
<b>CAPITULO I: INTRODUCCIÓN</b>	11
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA</b>	30
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS</b>	37
<b>CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES</b>	47
REFERENCIAS	55
ANEXOS	58

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Algunos diarios “chicha” en el Perú (Periodo 1995-2005)</i>	12
Tabla 2. <i>Contenidos de los diarios “chicha”</i>	16
Tabla 3. <i>Rango de edad y género de los periodistas entrevistados</i>	32
Tabla 4. <i>Lugares de trabajo de los periodistas entrevistados</i>	32
Tabla 5. <i>Estadística de fiabilidad del instrumento</i>	35

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Portada del diario “El chato” (28 de marzo del 2000)	13
<i>Figura 2:</i> Varias portadas de los diarios “chicha” con las que se difundieron	14
<i>Figura 3:</i> Portada del diario “El chino” (7 de mayo de 1996)	16
<i>Figura 4:</i> Portada del diario “Ajá” (7 de octubre 2000)	23
<i>Figura 5:</i> Portada del diario “El chato” (28 de marzo del 2000)	26
<i>Figura 6:</i> Portada del diario “Chuchi”	25
<i>Figura 7.</i> Dimensión Medio en los que trabajan los entrevistados	37
<i>Figura 8.</i> Dimensión Exageración de hechos o sucesos	38
<i>Figura 9.</i> Dimensión Manipulación intencional de la conciencia del lector	38
<i>Figura 10.</i> Dimensión Se resalta escándalos de personajes públicos	39
<i>Figura 11.</i> Dimensión Se encubre la verdad con recursos formales vedados	39
<i>Figura 12.</i> Dimensión Se distorsiona la realidad con uso de recursos subliminales	40
<i>Figura 13.</i> Dimensión Se cosifica a la mujer al asociarlo a las publicidades	40
<i>Figura 14.</i> Dimensión Se presenta al hombre como prototipo de sexo fuerte	41
<i>Figura 15.</i> Dimensión Se limitan a escándalos personales o de grupos pequeños	41
<i>Figura 16.</i> Dimensión Se presentan con crudeza las muertes violentas	42
<i>Figura 17.</i> Dimensión Hay preferencia por exhibir a la mujer semidesnuda	42
<i>Figura 18.</i> Dimensión Usan recursos extralingüísticos para encubrir la verdad	43
<i>Figura 19.</i> Dimensión Se distorsiona la verdad intencionalmente	43
<i>Figura 20.</i> Dimensión Los temas tratados son triviales	44
<i>Figura 21.</i> Dimensión Se induce a la discriminación generalizada	44
<i>Figura 22.</i> Dimensión Se considera al inmigrante andino como un lastre social	45
<i>Figura 23.</i> Dimensión No se preocupan por respetar el derecho del niño	45



## RESUMEN

El objetivo principal de la presente tesis fue analizar el contenido sensacionalista de los diarios “chicha” y la ética periodística según percepción de los periodistas de Lima. Para este efecto, se asumió como supuesto teórico del estudio, los aportes de las investigaciones previas realizadas a nivel nacional e internacional, con el objeto de organizar el contenido y estructura global de la tesis. Por metodología y tratamiento de información correspondió al enfoque cualitativo; y por su nivel, a descriptivo básico. El diseño fue descriptivo - transaccional, en tanto que la recogida de información se hizo en un solo acto. La selección de la muestra se efectuó por procedimiento no probabilístico, es decir intencional en razón que la muestra entrevistada fue de cantidad pequeña. No se pudo accederse a mayor número de periodistas por inmovilidad social decretada por Covid 19. Los resultados demostraron que el contenido sensacionalista de los diarios “chicha” y la vulneración de la ética periodística son categorías predominantes en su formalización, particularmente en sus portadas. Esto fue para llamar la atención de los lectores, atraerlos y “desviar” de la realidad a través de presentación superficial de la misma. Su propósito fue posesionar al gobierno fujimorista, de ahí su denominación de prensa “fujimorista”.

**Palabras clave:** Diarios chicha, tabloide, sensacionalismo, ética, periodismo.

### ABSTRACT

The main objective of this thesis was to analyze the sensational content of the Chicha Diaries and the violation of journalistic ethics according to the perception of journalists from Lima. For this purpose, the contributions of previous research carried out at the national and international level were assumed as the theoretical assumption of the study, in order to organize the content and global structure of the work. Methodologically and by treatment of the information it corresponded to the qualitative approach; and by its level, a basic descriptive. The design was descriptive - transactional, because the information was collected in a single act. The selection of the sample was carried out by a non-probabilistic procedure, which is why it was intentional in that the interviewed census sample was a small number, since it was not possible to access a greater number of journalists due to social immobility restrictions due to Covid 19. The results showed that the sensational content of the “chicha newspapers” and the violation of journalistic ethics are predominant categories in their formalization, particularly on their covers, in order to attract the attention of their readers and attract, entertain or “divert them.” With a superficial presentation of the facts. Its purpose was to take possession of the Fujimori government, hence its “Fujimori” press.

Keywords: Chicha newspapers, tabloid, sensationalism, ethics, journalism.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

En el Perú desde finales de la década de los 90 del pasado siglo hasta la fecha, se ha generalizado la creación de empresas periodísticas de naturaleza tabloide, conocidas también como diarios “chicha”. Son de circulación matutina, es decir se exhiben desde las primeras horas del día en los quioscos de los diarios de Lima, incluso antes que salgan al mercado otros diarios llamados tradicionales. Además, su adquisición no es costosa, está al alcance de cualquier lector aun de condición económica llamada baja. Actualmente, por ejemplo, su costo bordea 0.50 céntimos de sol; por lo que a diferencia de los periódicos tradicionales se caracteriza particularmente por su condición de periódico popular. Formalmente es de estructura pequeña y de poco número de páginas, por lo que su manipulación y lectura resultan de fácil acceso. Esto es lo que se observa revisando rápidamente sus primeras páginas. Lo reafirma Torres, M. (2015) en los términos siguientes: “los diarios son puestos en venta en kioscos o en la misma calle en los distritos de la ciudad. En los diversos kioscos (formales o informales) las portadas de los diarios son expuestas unas junto a las otras, formando una suerte de mosaico informativo” ( p. 3). Su origen se remontaría, según Acuña (1999) y citado por Chávez, M. et al. (2015) al siglo XX, en donde después de la Guerra Civil Americana se produce una especie de “guerra entre los periódicos The New York World, propiedad de Joseph Pulitzer (1847-1911), y el The New York Journal, propiedad de William Randolph Hearst (1863-1951). [...] por establecer e instaurar sus imperios de prensa” (p. 7). Este producto periodístico habría recibido la denominación cómica de “Piluelo Amarillo”, el mismo que con el correr del tiempo, habría devenido en la denominación de “prensa amarilla” o “sensacionalista”, para convertirse después en “prensa chicha” o “diario chicha”.

En el país, dicha producción ha asumido también la denominación de “prensa amarilla” o “prensa chicha”, con la diferencia que según Vargas, G. (2012), tiene “sus raíces en la cultura chicha, es decir, es una prensa informal que tiene sus propias reglas (...) toma el estilo sensacionalista y lo fusiona con su formato informal, donde lo falso es mucho más que exagerado (...) desinformaban a la población. En 1998, estos tabloides mezclaron su línea informativa con ataques dirigidos a determinados personajes, ya sea por intereses propios o ajenos, a quienes difamaban, injuriaban, insultaban, amenazaban, entre otros ataques con total impunidad” (p.4).

A estos diarios se consolidaron como “chicha”, según Vargas, G (2012), a partir de la década de los 80, es decir desde el primer y segundo gobierno de Alberto Fujimori (1990-2000), razón por lo que se la denominó incluso como “fujiprensa”; impulsados, entre otros, por grupos o empresas que muchos de ellos ahora ya no existen. Algunas de las empresas que auspiciaron dichos diarios fueron las que se indican en la tabla que sigue.

**Tabla N° 01**

**Diarios “chicha” en el Perú: 1995-2020**

<b>DIARIO</b>	<b>GRUPO DE PRENSA</b>
La Chuchi	Periódicos de América
El Chino	Grupo La razón
Ajá	Grupo EPENSA
El Tío	Bresani y Olaya (Director)
El Mañanero	Periódicos de América
El Men	Grupo La Razón

Sin embargo, estos diarios llamado “chicha” no eran una novedad en el país. Tenían un precedente inmediato desde los años 50 con la creación del diario Última hora, según Montealegre, D. (2019), “había encontrado las condiciones ideales para su nacimiento como diario de gran venta, esto debido a que una incesante migración andina había convertido a Lima en una ciudad donde la vieja ‘cultura criolla’ era arrinconada por la fuerte presencia provinciana. Así se sentó las bases de una nueva mentalidad limeña popular, siendo su principal ingrediente el uso de la jerga y la replana” (p. 4).

Una de las características formales que presentaron dichos diarios, se concentró en la selectividad particular de su nombre o denominación. Se hicieron sin preservar la relación que debían mantener con los propósitos de comunicación, como puede observarse en los ejemplos que se insertan.



Figura 1: Portadas de los diarios “chicha” Fuente: Montealegre, D. (2019, p.6)

Sin embargo, es necesario aclarar, los indicados diarios aparecidos particularmente desde 1995 (año de reelección de Alberto Fujimori), orientaron y manipularon su contenido o mensaje con fines predominantemente políticos.

Lo confirma así Hurtado, D. (20013) cuando dice que el presidente Fujimori y su asesor Vladimiro Montesinos, “decidieron hacer uso del poder que ejercían los medios de comunicación sobre las masas para manipularlas hábilmente a favor de no manifestar las irregularidades cometidas en su gobierno; prensa escrita, radial y televisiva, intentan controlar la información, corrompiendo a los directivos de los medios para mantener entretenida a la opinión pública, y tener garantizados los espacios para desprestigiar a sus enemigos políticos, con el fin de perpetuarse en el poder” (p. 2).



*Figura 2: Portada de los diarios “chicha” con fines políticos Fuente: Internet Google*

Otro rasgo distintivo se concentró en relación a su estructura formal, así como al uso particular del lenguaje. Estos rasgos puede decirse que persiguieron los mismos propósitos, es decir generar impacto o señal de poder ante la población. Dicho en otras palabras, el lenguaje que utilizaron ha sido y sigue siendo muy pobre, limitativo a una construcción sintáctica elemental.

A ello se suman el uso de sociolectos como la replana, la jerga, términos de uso poco común, contraviniendo así al manejo cultivado del lenguaje. Lo reafirma con más contundencia Casas, R. (2009) cuando dice: “El empleo de registros basilectales o variedad básica (...) es muy funcional por cuanto se trata de captar la atención de la «gente del

pueblo» (...) exhibe eficacia comunicativa. Ello explicaría los grandes tirajes de estos medios periodísticos y que, cada cierto tiempo, surja un nuevo periódico para competir en el mercado (...) facilita la comprensión lectora (...) dado que los destinatarios de este tipo de publicación suelen practicar la lectura ocasional, casi ‘al vuelo’” (p. 65).

Por otro lado, este carácter inmediatesta y, además, según Cappellini, M. (2004) tipificada como sensacionalista, se caracteriza por “el estilo vulgar (...) de explotación tendenciosa al sexo femenino, ataques y adjetivos hirientes a personajes públicos, ancianos, discapacitados y todo aquello que pueda ser novedad, utilidad, impacto o de interés humano” (p. 34).

Siendo así, el diario “chicha” se orienta pues a la búsqueda de la proximidad o de “cercanía con la audiencia”, especialmente del sector social llamado popular. Sobre la base de esta propuesta deviene entonces, agrega Cappellini, M. (2004, p. 36), su “tendencia a lo chabacano y vulgar”, construido con frases o titulares efectivistas para generar impacto en el lector. Prueba concreta son los casos de construcción verbal que se recogen a modo de ejemplo en la siguiente tabla:

Tabla N° 02

**Las construcciones léxicas comunes de los diarios “chicha”**

DIARIO	FECHA	TITULAR
El Men	22 marzo 2002	<i>Prosti hizo macho a Beto</i>
El Chino	13 de junio 2002	<i>Fanny tasa su cucú en 300 dólares</i>
El Chino	12 octubre 2004:	<i>Saca su lado machazo y dice que nadie le gana en el catre</i>
El Tío	22 julio de 2002	<i>Hoy poses salvajes de Kama Sutra</i>
Extra	7 junio de 2003	<i>Bataclanas machonas (...) Potoncitas Adaro, Tula, Paola</i>

Fuente: Elaboración en base a propuestas de Capellini, M. (2004, pp. 36-37).

Otro ejemplo ilustrativo para visualizar de modo acaso más convincente es el lenguaje utilizado en los diarios “chicha”, como la que se inserta una de las portadas del diario “El Chino” (Olaya, P., 1996, p. 1), en donde se mezclan la iconografía y frases basilectales ya aludidas en el párrafo precedente:



Figura 3: Portada de diario “El chino” (7 de mayo de 1996) Fuente: Internet Google



## 1.2. Antecedentes

Los antecedentes de investigación deben entenderse, según Hernández, et al. (2010, p. 29), como las averiguaciones teóricas que deben hacerse (de otras investigaciones) relacionadas al tema que se pretende investigar, con el objeto de encausar el estudio con suficiente información. En este sentido, para el presente trabajo dichos datos o antecedentes se han reportado teniendo en cuenta los procedimientos técnicos prefijados por la norma APA (*American Psychology Association*); en la que se señala que, dicho proceso de registro, debe ajustarse básicamente a los siguientes aspectos puntuales: autor, año, título, objetivo principal o general, metodología y resumen de las conclusiones. De ahí que para registrar los referentes teóricos requeridos, se ha seguido el orden aludido, tal como puede observarse a continuación.

### 1.2.1. Nacionales

Casas, R. (2009), en su estudio: *La prensa chicha: un análisis cognitivo*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, se propuso como objetivo fue analizar el “comportamiento de las formas verbales que aparecen en los denominados periódicos «chicha» de la ciudad de Lima”, (p. 63). La metodología utilizada correspondió al análisis de contenido, partiendo de la formalización lingüística predominante. Se trabajó con una muestra de 10 diarios “chicha”, seleccionadas al azar. De sus conclusiones, se resume que en la conformación “del sentido de las formas verbales operan diversos efectos retóricos (como la metáfora, la metonimia, la sinécdoque, la antífrasis y la hipérbole) proyectados por mecanismos cognitivos de naturaleza subyacente” (p. 83).

En relación al mismo tema aludido, es decir de los diarios “chicha”, Vargas, G. (2012), ha efectuado investigación con el título de *Fuji-prensa: la información de la prensa amarilla en el Perú (1998 – 2000)*. Lima: UPCP. Se plantea como objetivo general: analizar “la injerencia social que tuvo la prensa amarilla escrita en la población limeña durante los años

1998 – 2000 para favorecer al régimen fujimorista” (p. 3). Metodología usada correspondió al análisis de contenido; el diseño fue de alcance longitudinal y la muestra de estudio correspondió a la producción periodística a nivel nacional. De sus conclusiones, se resume que durante el gobierno de Fujimori, “hubo injerencia de la prensa amarilla escrita en la población limeña (sectores C, D y E, principalmente) para favorecer (su) gobierno” (p. 28). Por otro lado, Guevara, E. y Osorio, L. (2016) elaboraron la tesis intitulada *Influencia de la prensa sensacionalista escrita en la construcción de la agenda ciudadana en los lectores de Arequipa Metropolitana del 2016*. Su objetivo principal fue determinar la influencia de la prensa sensacionalista en la construcción de la agenda ciudadana. Metodología utilizada fue la deducción hipotética y el comparativo; y la técnica para la recogida y análisis de datos, fue cuantitativo. La muestra encuestada fue de 400 lectores verificados de los diarios “chicha”.

De sus conclusiones, se resume que se halló una correlación positiva moderada entre las variables; lo cual demostró que existe influencia de la prensa sensacionalista en la conversación del día, es decir generar interés para los lectores (p. 122).

En cambio con respecto al tema de ética (segunda variable del presente estudio), Vásquez, A. (2010) elaboró la tesis *La ética periodística y los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú*. Su objeto principal fue “Explicar la evolución de la ética periodística en el Perú y su aplicación contemporánea mediante mecanismos de autocontrol de la prensa” (p. 16). El método de estudio fue descriptivo y comparativo, y diseño fue longitudinal. La población de estudio comprendió a la producción periodística del siglo XX. De sus conclusiones se rescata: “La historia del periodismo en el Perú está caracterizada por el escaso cumplimiento de los principios universales de la ética periodística (...) En períodos de vigencia constitucional la prensa ha desbordado los límites naturales de la libertad de expresión, en perjuicio de los derechos al honor y la intimidad, mientras en dictadura ha

moderado esos excesos, al mismo tiempo que ha sacrificado la libertad de expresión, sin encontrar un punto en que se equilibren ambas perspectivas” (p. 480).

Sobre este mismo tema, Ames, S. (2016) en su tesis: *El ejercicio periodístico y la deontología profesional de los periodistas comisionados al Congreso de la República del Perú, en el año 2014*, se planteó como objeto principal determinar la relación existente entre el ejercicio periodístico y la deontológica profesional de los periodistas comisionados al Congreso de la República del Perú aludido. El tipo de estudio fue teórico básico y correlacional. Se trabajó con una muestra compuesta por treinta periodistas de diferentes medios de comunicación como radial, televisivo y escrito. La población y muestra de estudio estuvo conformada por los periodistas comisionados a cubrir información dentro del Congreso de la República del Perú. De sus conclusiones, se resume que el ejercicio periodístico está relacionado directa y significativamente con la práctica deontológica profesional de los periodistas comisionados al Congreso de la República del Perú.

### **1.2.2. Internacionales**

Dentro de este grupo de estudios internacionales se rescata el de Santiago, M. (2015), ha elaborado la tesis: *La verdad y la falsedad de la información: una propuesta desde la filosofía iusinformativa* en la Universidad Complutense de Madrid. Como objetivo principal, pretendió aportar al análisis de los conceptos de verdad y falsedad de la información, así como echar luz sobre la posibilidad de establecer un concepto claro de verdad informativa para el quehacer de los profesionales de la información, así como abrir nuevos debates académicos en torno al tema. La metodología adoptada fue la del análisis cualitativo de las fuentes teóricas recopiladas, con predominancia del método de análisis de contenido; además, se utilizó la entrevista dirigida como complemento para reforzar la información.

De sus conclusiones, se resume que la deontología informativa no puede versar sobre el “deber ser” entendido como un imperativo categórico, sino como “lo deseable” o “lo conveniente”, en tanto que lo jurídico se compone de normas cuyo cumplimiento es obligatorio; ya que, lo dice el mismo autor, “No es lo mismo afirmar ‘yo quiero lo que debo’ que ‘yo quiero lo que me conviene’. Se trata de un matiz, si se quiere enderezar la crítica en ese sentido, pero de un matiz significativo. (pp. 307-308).

El siguiente investigador que ha trabajado sobre temas similares es Sáez (2015), quien ha realizado la investigación titulada: *Una mirada sobre medios, violencia y escuela* en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Buenos Aires. Su objetivo principal consistió en estudiar “la cuestión de las investigaciones que abordan la mediatización del fenómeno de violencia en las escuelas, desde mediados de los setenta hasta la actualidad” (p. 136).

En lo que corresponde a la metodología se adoptó las estrategias siguientes: la primera, búsqueda de información en los catálogos de revistas científicas, repositorios de tesis de referencia y producciones de organismos gubernamentales especializados; segundo, la “clasificación de los trabajos a partir de tres ejes: contenidos y las formas de violencia en los discursos de la información de los medios; tercero, la cobertura informativa sobre los jóvenes y su vinculación con la violencia; y cuarto, la escuela como escenario privilegiado para la mediatización de la violencia” (p. 136).

De sus conclusiones, se resume que desde la vuelta a la democracia en las distintas sociedades latinoamericanas, el acceso a los medios de comunicación adquiere una centralidad inédita, motivo por el cual cobra relevancia esta sistematización. En los trabajos, tanto las tesis de posgrado, informes de investigación y producciones de organismos.

Otra propuesta sobre el tema de deontología es también el estudio de Biderman, J. (2019), quien ha elaborado la tesis doctoral con la denominación: *Una propuesta de código deontológico para la Argentina*. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. Su objetivo principal fue elaborar un código periodístico para la Argentina, que responda tanto a las problemáticas tradicionales como las originadas en las transformaciones sociales y tecnológicas que hoy se les presentan a los profesionales en la praxis cotidiana. En lo metodológico se combina: el documental-analítica, empírica y aplicada; diseño es conceptual, es decir análisis de la codificación latinoamericana en perspectiva comparada; y la población de estudio la conformó 19 países de la región.

De sus conclusiones se resume: la necesidad que “el periodismo profesional abrace las ideas de autorregulación como una herramienta para mejorar sus prácticas profesionales; y la deontológica e ética opere como una estructura de defensa de la libertad de expresión y de la independencia de los periodistas” (p. 416).

### **1.3. Formulación del problema**

#### **1.3.1. General**

¿En qué consiste el contenido sensacionalista de los diarios “chicha” y la vulneración de la ética periodística, según percepción de los periodistas de Lima Metropolitana, en el año 2020?

#### **1.3.2. Específicos**

1) ¿Cómo es la exageración de los hechos en los diarios “chicha” y el cultivo de la morbosidad, según percepción de los periodistas de Lima Metropolitana en el año 2020?

2) ¿Cómo es la construcción verbal en doble sentido en los diarios “chicha” y la presentación superficial de la verdad según percepción de los periodistas de Lima Metropolitana, en el año 2020?

3) ¿Cómo es el uso de estereotipos en los diarios “chicha” y la discriminación social, según percepción de los periodistas de Lima Metropolitana, en el año 2020?

#### **1. 4. BASES TEÓRICAS**

##### 1.4.1. EL CONTENIDO SENSACIONALISTA DE LOS DIARIOS “CHICHA”:

El contenido sensacionalista de los diarios “chicha” (primera variable del presente estudio) ha sido motivo de múltiples definiciones, en especial a partir de su difusión en el país desde las décadas de los noventa. Sin embargo, desde el punto de vista general, se debe entender según Casas, R. (2013), como la llamada de “atención del lector recurriendo a métodos muy llamativos o atractivos, exagerando de manera desproporcionada aspectos de un acontecimiento o suceso” (p 27).

En otras palabras, sensacionalismo es, siguiendo al mismo autor, una conducta destinada a producir un tipo de “sensación” o “mantener al público en una constante emoción causada por noticias que aparentemente son de gran importancia o trascendencia” (Casas, R. 2013, p. 28).

Para este efecto, según Quiroz, E. (200), los diarios “chicha” utilizan “letras de mayor cuerpo que los estándares para los titulares de primera página (...) aplican en la impresión colores fuertes o planos: amarillo, azul y rojo, con diferentes matices harto llamativos. Naturalmente (...) para llamar la atención del lector, ante la pobreza de su contenido” (p.4).

En suma, el sensacionalismo se resume pues en el uso de recursos de exageración de los hechos, al extremo de convertirlos en irreales o falsos aquello que para los lectores podrían tener importancia.

Dentro de esta variable las categorías o dimensiones que se han asumido para desarrollar su consistencia teórica, son las que se explicitan a continuación:

#### 1.4.1.1. Exageración de los hechos

Se entiende como la deformación intencional del mensaje o contenido de los hechos, llegando incluso al extremo de la exacerbación. Lo que implica que el lector recibe pues información limitada o parcializada. Por eso dicen Casas y Osorio (2017) que los diarios “chicha” son “una prensa que actúa disimuladamente, escondiéndose bajo las excusas del saber y la cultura (...) que olvida todo decoro para lograr fama y dinero, sin tener en cuenta la influencia que ejerce en sus lectores” (p. 121). De lo que se deduce que se trata pues de una prensa que tergiversa la verdad por razones de interés personal o de grupo.

Por otro lado, como ya se ha adelantado en los párrafos precedentes, el propósito de esta forma de exagerar los hechos, se da cuando se informa particularmente sucesos de carácter político, policiales o de violencia generalizada justamente para llamar la atención del lector y de ese modo conseguir más seguidores o adeptos.

Un caso ilustrativo son las las construcciones verbales que se leen en el siguiente gráfico que se inserta, portada del tabloide “Ajá” (7 de octubre, 2000):



Figura 4: Exageración verbal de los hechos Fuente: Internet Google

#### **1.4.1.2. Uso de construcción verbal de doble sentido:**

Esta categoría se debe considerar no solo como una característica formal de la construcción verbal de los diarios “chicha” sino, más bien, como un recurso de difusión de mensajes que implican dos modos de entenderlo: literal y el sentido metafórico con el propósito de resaltar generalmente fines políticos o temas para atacar a los opositores del mismo. El uso de este recurso se suma a otros rasgos de similar naturaleza, como lo describe también Montealegre, D. (2019), en términos siguientes:

“En extrañas ocasiones los diarios usan la prensa amarilla para tratar temas relacionados con la política. Suelen usar el doble sentido de otros medios internacionales para tratar temas relevantes” (p. 6).

Es ilustrativo insertar a continuación, acaso a manera de ejemplo, una frase de doble sentido que puede servir de referencia para cualquier atento observador: *Toledo se levantó cinco palos de Clae* (La portada del diario Chuchi, mayo 2003). Aquí la construcción léxica sirve para expresar el mensaje siguiente: “Toledo se llevó varios miles de soles de Clae”(p. 1).

#### **1.4.1.3. Uso de estereotipos:**

Es otra de las dimensiones o categorías con la que se expresa también el sensacionalismo. Si bien es cierto que los términos estereotipo, prejuicio y discriminación son realidades que se entremezclan mutuamente, sin embargo, en el caso de los estereotipos que se utilizan en los diarios “chicha” deben entenderse como: “aquellas creencias populares sobre los atributos que caracterizan a un grupo social (...) sobre las que hay un acuerdo básico” (González, B. (p. 79). Siendo así, como dice Gargurevjch, J. (2002), son casos reales exagerados intencionalmente; y según Goffman (2006) citado por Muñoz, U. (2013), son sujetos estigmatizados que tienen un atributo personal que los descalifica como “normal” entre los demás, que son considerados como diferentes (...) La raza, el fenotipo, la religión,



la nacionalidad: el cholo, el negro, el chino, el selvático, la cucufata, el gitano, etc.” (p. 4).

Hechos y realidades, agregaría Gargurevich, J. (2002), son estereotipados.

#### **1.4.2. Vulneración de la ética periodística:**

Esta segunda variable de estudio se define como una falta al cumplimiento de los principios éticos fundamentales que todo periodista debe practicar cuando ejerce la profesión; es decir la “ética periodística, entendida como ética de la responsabilidad” (Chillón, J. 2011, p.172). Lo que significa que la producción de los diarios “chicha” no se respetan, por ejemplo, el derecho a la intimidad individual, a la educación de la población especialmente marginada, a la difusión de la verdad, al respeto de las buenas costumbres, la preservación de la tradición local y nacional, la igualdad y la democracia, etc. Estos derechos son entonces los que se vulneran en la construcción formal de los diarios “chicha”; es decir, a decir de Terrones, E. (2009) no se estaría cumpliendo la siguiente normativa: “Respetar la vida privada de las personas, el honor, la buena reputación y su imagen, así como su intimidad familiar” (p. 2).

##### **1.4.2.1. El cultivo de la morbosidad.**

Para entender esta categoría se ha optado por hacer referencia a manera de ejemplo las ilustraciones conceptuales de Ramchal, C (2004), quien afirma que la morbosidad sería acaso resultante de la sensación de miedo. Literalmente dice:

“El miedo fue el primer grado de espiritualidad del hombre, el que nos alejó de la órbita de los conejos. El miedo, como abstracción del dolor, resulta más repulsivo para nuestra especie que el propio dolor. La astucia del ser humano le impulsó a inventar el morbo, que se demostró una manera muy eficaz para domesticar el miedo” (p. 2).

Lo que quiere decir, en otras palabras, que la fuente de la morbosidad es el miedo que se siente por el dolor ajeno. Esto lo convierte al individuo a adoptar actitudes de morbosidad.

En el caso de los diarios “chicha” la presentación de hechos fatales es uno de los recursos más repetitivos como, por ejemplo, el haber difundido con crudeza “la muerte de los hermanitos Bracamonte Fefer o el horroso crimen de Myriam Fefer” (Perú 21, 2009, p. 1), generando en la población sentimientos de rechazo o aceptación obligadas.

Pero el tema de la morbosidad en los diarios “chicha” se expresa también en otros casos y circunstancias, como en el de la exhibición de la violencia familiar, de los accidentes de tránsito, así como también en la pornografía descontrolada.



Figura 5: *Morbosidad sexual descontrolada* Fuente: Internet Google

#### 1.4.2.2. Tratamiento superficial de la verdad.

Es otro de los rasgos con los que se vulnera la ética periodística, es decir cuando intencionalmente la verdad es alterada o presentada con superficialidad. Esto ocurre cuando se quiere publicitar, por ejemplo, la figura de algunos políticos llamado opositores, de algún alto funcionarios del Estado que ha cometido algún hecho ilegal y por lo tanto se quiere aparecer como legal o verdadero. En este caso también, según Terrones, E. (2009), se estaría incumpliendo la ética periodística de defender “la libertad de información y los derechos que ésta implica; la libertad del comentario y de la crítica, la independencia y la dignidad de la profesión. Publicar informaciones y documentos cuyo origen haya sido plenamente verificado, sin suprimir, desnaturalizar, ni añadir hechos que puedan tergiversar la información” (p. 3).

### **1.4.2.3. La discriminación social.**

Es otro tema común que repite en los diarios “chicha”, puesto que no se tienen límites para utilizar imágenes y textos que en el fondo reflejan la discriminación generalizada particularmente en la ciudad de Lima. En este sentido, se formalizan especialmente en las propagandas comerciales, en las que se exhibe las diferencias sociales manifestadas en el color, el sexo, origen o según la capacidad económica que poseen, afectando así la sensibilidad de quienes no tienen el recurso necesario ni siquiera para subsistir humanamente, que son los más en el país.

## **1.5. Justificación**

- **Interés personal y profesional**

La ejecución de la presente investigación está enmarcada dentro del interés de alcanzar el desarrollo profesional en la práctica del periodismo escrito; así mismo, desentrañar una de las etapas más detestables de la práctica de dicho periodismo escrito en el país, por haber sido manipulada por intereses políticos partidaristas, como lo fue en los finales de la décadas de los años 90 e inicios del 2000, por un grupo de civiles y militares en el afán enquistarse en el poder político de entonces, igualmente, con el presente estudio se ha consolidado dejar constancia de cómo, un periodista con suficiente solvencia ética, no debe dejarse absorber por principios reñidos con dicha ética, aun cuando las prebendas personalistas sean atractivas.

- **Teórica**

Desde este punto de vista su ejecución se justifica porque existen suficientes propuestas teóricas previas, desarrolladas por estudios nacionales e internacionales, que han servido de base o sustento para presuponer dicha ejecución. Entre ellas es necesario destacar, por ejemplo, el estudio de Berti (2010) publicado bajo el título

*Sensacionalismo y amarillismo en los medios de comunicación*, quien aceptando que el sensacionalismo es la tendencia a presentar los hechos y las noticias de modo que produzcan sensación, emoción o impresión. En relación a la televisión, por ejemplo, lo resume: “actualmente, con numerosos programas televisivos se está dando aún más importancia a asuntos de escasa trascendencia como la vida privada de personas famosas, que despiertan un gran interés entre el público. La prensa amarilla falsea la información, resalta el morbo, incentiva la violencia y banaliza la vida social” (p.2).

Otra propuesta teórica acaso de este mismo nivel es la de Portocarrero (2007), quien haciendo una somera revisión histórica del sensacionalismo en el Perú, manifiesta en su trabajo *Notas sobre el «sensacionalismo» en la prensa televisiva peruana*, lo siguiente: “Durante el régimen de Fujimori, el sensacionalismo estaba dirigido al mundo popular y tenía una clarísima intencionalidad: despolitizar a la población (...) Lo que el régimen de Fujimori aporta en la historia de este fenómeno es una radicalización de su propuesta. No en vano el Perú se convierte en un exportador de la llamada «cultura chatarra». Programas como los de Laura Bozzo o Magaly Medina surgen en ese período, y aunque puedan estar inspirados en modelos internacionales su particularidad es su extremismo” (p. 152).

A estas propuestas teóricas se suma en el país y quizá con más importancia que otras, la de Gargurevich (2000) con su trabajo intitulado *La prensa sensacionalista en el Perú*.

Dicho estudio ha sido considerado por la crítica especializada no solo como fundacional sino también acaso como el más completo en su género.

Biderman, J. (2019) con su trabajo *Una propuesta de Código deontológico periodístico en Argentina*, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de Universidad Autónoma de Barcelona; puede ser considerada como otras de las fuentes teóricas básicas, especialmente para entender el tema de la deontología.

En este sentido, de sus propuestas teóricas se puede resumir que en el campo de la deontología no se está observando su aplicación acertada no solo a nivel nacional sino también a nivel latinoamericano.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. General**

Describir el contenido sensacionalista de los diarios “chicha” y la vulneración de la ética periodística, según la percepción de los periodistas de Lima Metropolitana en el año 2020.

### **1.6.2. Específicos**

- 1). Describir el discurso paramétrico de los diarios “chicha” y la generación de la morbosidad, según la percepción de los periodistas de Lima Metropolitana en el año 2020.
- 2). Describir la construcción verbal de doble sentido de los diarios “chicha” y la presentación superficial de la verdad según la percepción de los periodistas de Lima Metropolitana en el año 2020.
- 3). Describir el uso de estereotipos en los diarios “chicha” y la discriminación social según la percepción de los periodistas de Lima Metropolitana en el año 2020.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

La investigación es de tipo aplicada; y por el procesamiento de datos, según propuesta de Hernández, et al. (2010), corresponde al enfoque cualitativo. Y es aplicada, porque su ejecución se ha sustentado en teorías o paradigmas de diversos estudios realizados en investigaciones previas, concerniente al tema del sensacionalismo de los diarios “chicha” y la vulneración de la ética periodística; y es cualitativo, porque la recolección de la información para verificar la interrelación de las variables, se ha hecho por medio de la técnica de la entrevista en su modalidad estructurada, en tanto que ella, según Torres (2000), “permite obtener información sobre las propiedades de un problema (...) y ayudan a cuantificar las características y la naturaleza del objeto de estudio” (p. 165).

**El nivel de estudio:** Es descriptivo conceptual en tanto que para explicar los rasgos característicos de las variables de estudio, se ha utilizado las fuentes teórico científicas seleccionadas críticamente.

**El diseño de investigación:** Corresponde a diseño “transversal descriptivo” (Valderrama, S. 2013, p. 179); hecho que implica que no se ha manipulado intencionalmente las variables de estudio y, además, se ha recolectado la información en un solo acto a través del procedimiento de entrevista estructurada. Cuyo diagrama es el siguiente:

$$M = OX \text{ -----} OY$$

**Donde:**

**M:** Muestra de estudio

**OX:** Observación de V. Independiente

**OY:** Observación de V. dependiente

## 2.2 Población y muestra de estudio

**La población:** para fijar la población de estudio se ha tomado en cuenta la definición que propone sobre este tema Valderrama, S. (2013), cuando dice: “la población (...) es el conjunto finito o infinito de elementos, seres o cosas que tienen atributos o características comunes, susceptibles de ser observados” (p. 182). En este sentido, para la calificación y selección de la población del presente estudio, se ha cumplido con el siguiente proceso:

- *Unidad de análisis:* los periodistas que prestan servicios profesionales en los medios de comunicación de la ciudad de Lima.
- *Unidad de muestreo:* integrado por 10 periodistas que trabajaban en las empresas o instituciones que se indican en la correspondiente tabla, los mismos que fueron seleccionados por el procedimiento no probabilístico, ante la imposibilidad de acceder a mayor número de periodistas por estar cerrada las instalaciones del Colegio de Periodistas de Lima por disposición del Gobierno para evitar la propagación de la pandemia de Codiv- 19.
- *Criterios de inclusión:* los periodistas que aceptaron responder la entrevista vía internet, por expresa apoyo y coordinación de nuestro asesor de tesis de entonces.
- *Criterios de exclusión:* otros colaboradores de las empresas periodísticas que cumplían labores administrativas y que no eran periodistas en servicio.

Tabla N° 03

*Rango de edad y género de los periodistas entrevistados*

<b>Cantidad</b>	<b>Género</b>	<b>Rango de edad promedio</b>
2	Femenino	20-30
2	Masculino	20-30
3	Masculino	40-50
3	Masculino	50-60

Tabla N° 04

*Empresas de trabajo de los periodistas entrevistados*

<b>Número</b>	<b>Medio en el que trabajan</b>
1	De Todo Agencia Web Informativa
1	G&A Agencia de noticias
1	Best Cable
1	Univ. Jaime Bausate y Meza
1	Ministerio del Interior
5	Federación de Periodistas del Perú

**La muestra y muestreo:** la selección de la muestra se ha hecho de manera intencional y en tanto que los elementos entrevistados han sido solo diez (10) periodistas que trabajaban en diversos medios de comunicación aludidos en la tabla N° 04 precedente.



El proceso técnico seguido para efectuar la entrevista aludida ha sido vía Internet. Para este efecto, se envió a los entrevistados la hoja de preguntas correspondientes, con cinco (5) opciones de respuesta, la misma que fue devuelta en un plazo fijado no mayor de seis (6) días calendarios. Los resultados han sido procesados y tabulados en Excel y en una hoja aparte, tal como puede observarse en el capítulo III del presente estudio, correspondiente a la denominación de resultados.

## **2.2 Los métodos, técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

**1. Los métodos:** son entendidos “como el camino a seguir mediante una serie de operaciones, reglas y procedimientos fijados de antemano” (Ander-Egg, 1995, p. 41). Entonces, siendo así, en la ejecución de la presente investigación se ha tomado en cuenta, siguiendo a Príncipe (2018, pp. 88-91), los siguientes métodos:

\* **Deductivo-hipotético:** ha permitido encontrar a través del proceso de deducción lógica los elementos conceptuales específicos de las variables de estudio.

\* **Comparativo:** ha sido útil para comparar los rasgos característicos de los problemas estudiados, concentrados básicamente en la explicación de la naturaleza particular de las variables respectivas.

\* **Análisis de contenido:** ha facilitado analizar sistemáticamente el contenido de la fuente bibliográfica seleccionada, teniendo en cuenta su importancia y necesidad para organizar el contenido o soporte teórico de las variables estudiadas.

**2. Las técnicas:** han sido los procedimientos seguidos para la recogida y tratamiento de información. En este sentido, las técnicas utilizadas han sido las siguientes:

\* **La bibliográfica:** para recopilar información teórica con el objeto de desarrollar básicamente el marco teórico de la investigación.

\* **La entrevista:** para la recogida de información de campo sobre la base del cuestionario de preguntas estructuradas y validadas previamente.

\***La estadística:** para procesar los datos recolectados y presentar los resultados de la investigación.

**3. Instrumento:** correspondió a la hoja de preguntas de la entrevista estructurada, elaboradas sobre la base de cinco opciones de respuesta (adaptación de la escala de Likert). Dicho instrumento antes de ser aplicado a los entrevistados fue sometido a la medición de su confiabilidad y validez de contenido. Para la primera, es decir para la confiabilidad, se aplicó el coeficiente de correlación de Alfa de Cronbach, cuya fórmula según fuente recogida de Príncipe, G (2018, p. 155), se grafica de la manera siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Donde:  $K = N^{\circ}$  de ítems

$V_i =$  Varianza de ítems

$V_t =$  Varianza total

Previamente para cumplir con las exigencias de rigurosidad científica se cumplió con los siguientes procesos puntuales:

\* Aplicar la prueba piloto a un total de 10 periodistas que trabajan en la ciudad de Lima en los diferentes medios de producción y difusión periodística.

\* Procesar la información recogida con el programa estadístico SPSS 2.4, cuyo resultado demostró que el instrumento posee 0.827 de confiabilidad; hecho que se ubica dentro del rango de alta confiabilidad, tal como se puede observar en la tabla siguiente:

Tabla N° 05

*Estadística de fiabilidad del instrumento*

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

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

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,827	16

- La validez de contenido: se midió con juicio de un experto, cuyos resultados demostraron alta validez del instrumento, tal como se demuestra en los anexos.
- Procesamiento de datos: se efectuó con el apoyo del programa Excel, el mismo que ha permitido medir la concentración de los resultados sobre la base de cinco (5) opciones de respuesta, según la escala de medición correspondiente. Cuyos resultados se describen en los gráficos que se exhiben en la primera parte del capítulo III, es decir los resultados.

### **2.3 Aspectos éticos**

La presente investigación se ha ejecutado teniendo en cuenta el respetado irrestricto de los principios de ética de investigación científica, fundamentalmente en lo que respecta a los siguientes hechos: el respeto irrestricto al derecho del autor en cuanto se refiere al manejo de las fuentes teóricas de información, las mismas que se han manejado teniendo en cuenta los criterios técnicos de la norma APA.

Asimismo, el uso de los métodos y técnicas de investigación se ha hecho teniendo en cuenta su validez científica demostradas a través de sucesivos paradigmas de investigación realizadas en el tiempo; y sobre la población y la muestra, se ha trabajado con el consentimiento e información previa respecto a la utilidad del estudio que se estaba realizando.

Finalmente, los resultados alcanzados en la presentación investigación formarán parte del repositorio de la universidad, como evidencia del trabajo científico que se realiza en ella.

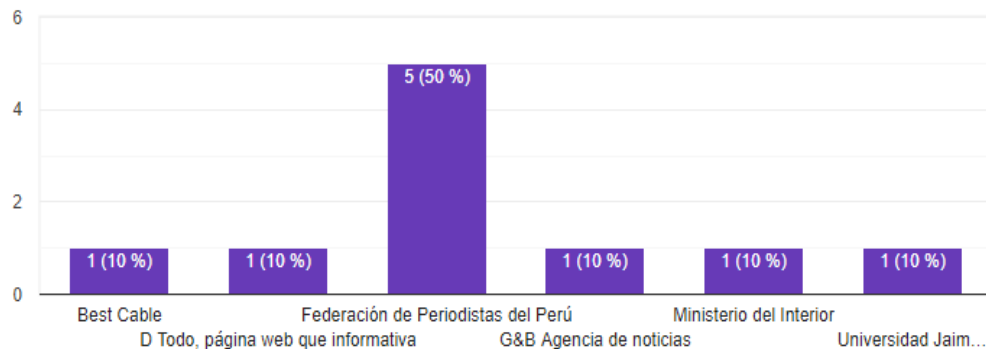
## CAPÍTULO III. RESULTADOS

### 3.1 Descripción de los resultados de la encuesta

#### ¿En qué medio trabaja usted?

Medio en el que trabaja

10 respuestas



*Figura 7: Medio en los que trabajan los entrevistados. Fuente: Google Forms*

*Interpretación:* De la figura en referencia se observa que el 50% de los periodistas entrevistados son de la Federación de Periodistas del Perú; 10 % de Best Cable, De Todo página web que informativa, de G&B Agencias de noticias, del Ministerio del Interior y de la Universidad Jaime Bausate y Meza, respectivamente; haciendo un total de 10 (50%).

#### **Variable independiente: contenido sensacionalista**

*Dimensión 01. Exageración de los hechos reales*

#### **Pregunta 1: ¿Se exageran los hechos o sucesos en los diarios “chicha”?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 70% están muy de acuerdo, que los diarios “chicha” exageran los hechos o sucesos que transmiten, y solo el 30%, están de acuerdo; quedando sin respuesta las otras tres alternativas.



Figura 8: Exageración de hechos o sucesos. Fuente: Google Forms

**Pregunta 2: ¿Se manipula intencionalmente la conciencia del lector?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 40% están muy de acuerdo en que los diarios “chicha” manipulan intencionalmente la conciencia del lector; y también el 40%, están de acuerdo; quedando sin respuesta las otras tres alternativas

2. Se manipula intencionalmente la conciencia del lector

10 respuestas

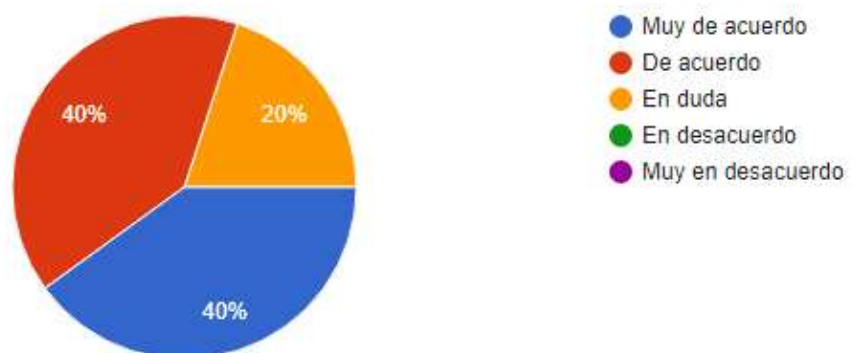


Figura 9: Manipulación intencional de la conciencia del lector. Fuente: Google Forms

**Pregunta 3: ¿Se resaltan escándalo de los personajes públicos?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 60% están muy de acuerdo, que los diarios “chicha” resaltan los escándalos de los personajes públicos; y solo el 30%, están de acuerdo; quedando sin respuesta las otras tres alternativas.

3. Se resaltan los escándalos de los personajes públicos

10 respuestas

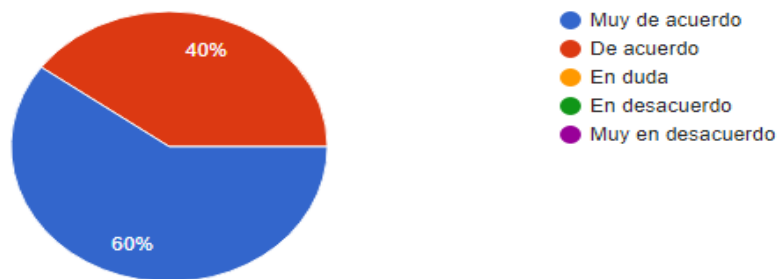


Figura 10: Se resalta escándalos de personajes públicos. Fuente: Google Forms

*Dimensión 02: Construcción verbal de doble sentido*

**Pregunta 4. ¿Se encubre la verdad con recursos formales vedados?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 40% están de acuerdo que los diarios “chicha” encubren la verdad con recursos formales vedados; 30%, muy de acuerdo; y también 30%, en duda; quedando sin respuesta solo dos alternativas.

4. Se encubre la verdad con recursos formales vedados

10 respuestas

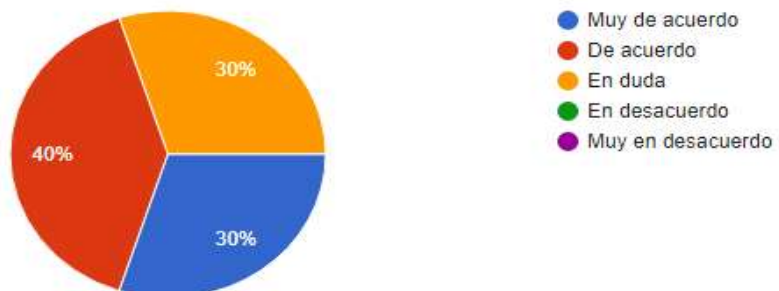


Figura 11: Se encubre la verdad con recursos formales vedados. Fuente: Google Forms

**Pregunta 5: ¿Se distorsiona la realidad con uso de recursos subliminales?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 70% están de acuerdo que los diarios “chicha” distorsionan la realidad con uso de recursos subliminales; 20%, están muy de acuerdo; y solo 10%, en duda; quedando sin respuesta solo dos alternativas.

5. Se distorsiona la realidad con uso de recursos subliminales

10 respuestas

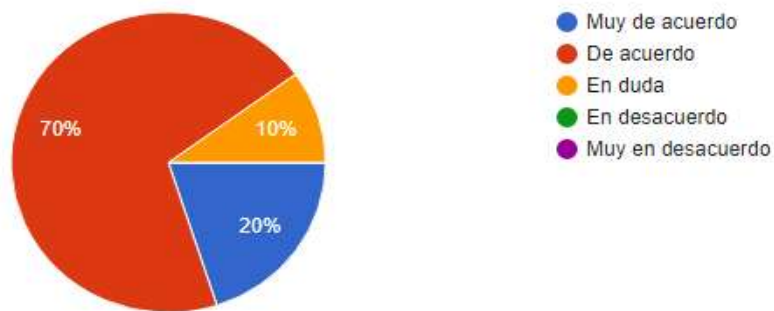


Figura 12: Distorsión realidad con uso recursos subliminales. Fuente: Google Form

**Pregunta 6. ¿Se cosifica a la mujer al asociarlo a las publicidades?**

e la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 50% están de acuerdo que los diarios “chicha” cosifica a la mujer al asociarlo a las publicidades; 40%, están muy de acuerdo; y solo 10%, en duda; quedando sin respuesta solo dos alternativas.

6. Se cosifica a la mujer al asociarlo a las publicidades

10 respuestas

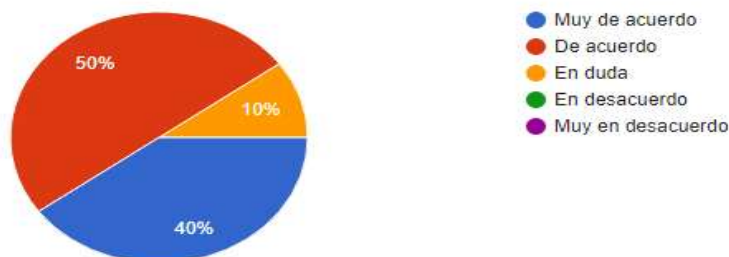


Figura 13: Cosificación de la mujer al asociar a publicidades. Fuente: Google Forms



*Dimensión 03. Uso de estereotipos*

**Pregunta 7. ¿Se presenta al hombre como prototipo de sexo fuerte?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 50%, están en duda en que los diarios “chicha” presentan al hombre como prototipo de sexo fuerte; el 40%, están de acuerdo; y solo 10%, muy de acuerdo; quedando sin respuesta solo dos alternativas.

7. Se presenta al hombre como prototipo de sexo fuerte  
10 respuestas

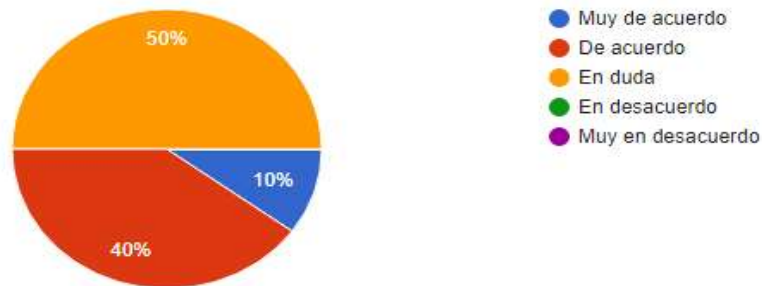


Figura 14: Presenta al hombre como prototipo de sexo fuerte. Fuente: Google Forms

**Pregunta 8: ¿Se limitan a escándalos personales o de grupos pequeños?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 50% están muy de acuerdo, que los diarios “chicha” se limitan a escándalos personales o grupos pequeños y otro 50%, están de acuerdo.



Figura 15: Limitación a escándalos personales o grupos pequeños. Fuente: Google F.

**Variable dependiente: vulneración de ética periodística**

*Dimensión 01. Cultivo de la morbosidad*

**Pregunta 9: ¿Se presentan con crudeza las muertes violentas?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 50% están de acuerdo que los diarios “chicha” presentan con crudeza las muertes violentas; 30%, están muy de acuerdo; y solo 20%, en duda; quedando sin respuesta solo dos alternativas.

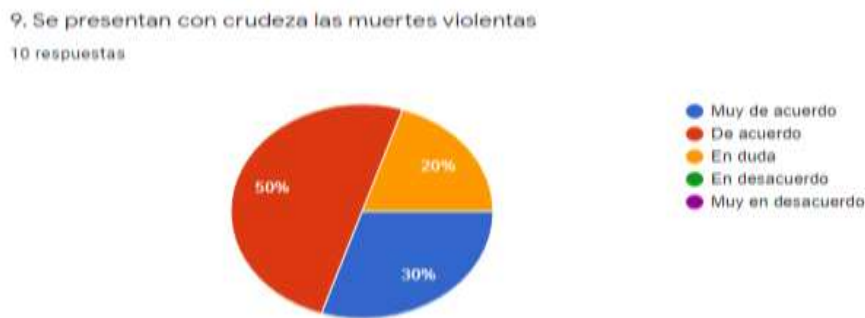


Figura 16: Se presentan con crudeza las muertes violentas. Fuente: Google Forms

**Pregunta 10: ¿Hay preferencia por exhibir a la mujer semidesnuda?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 70% están de acuerdo que los diarios “chicha” tienen preferencia por exhibir a la mujer semidesnuda; y 20%, están muy de acuerdo; y solo 10%, en duda; quedando sin respuesta solo dos alternativas.

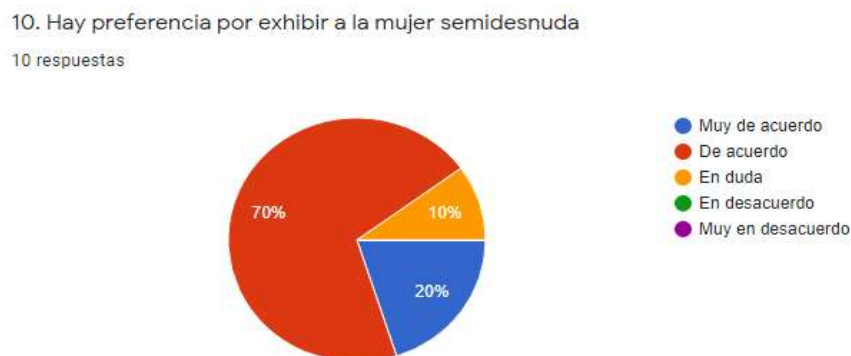


Figura 17: Hay preferencia por exhibir a la mujer semidesnuda. Fuente: Google Forms

*Dimensión 02. Presentación superficial de la verdad*

**Pregunta 11: ¿Usan recursos extralingüísticos para encubrir la verdad?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 40% están de acuerdo que los diarios “chicha” usan recursos extra lingüísticos para encubrir la verdad; y 40%, están en duda; y solo 20%, están muy de acuerdo; quedando sin respuesta solo dos alternativas.

11. Usan recursos extra lingüísticos para encubrir la verdad

10 respuestas

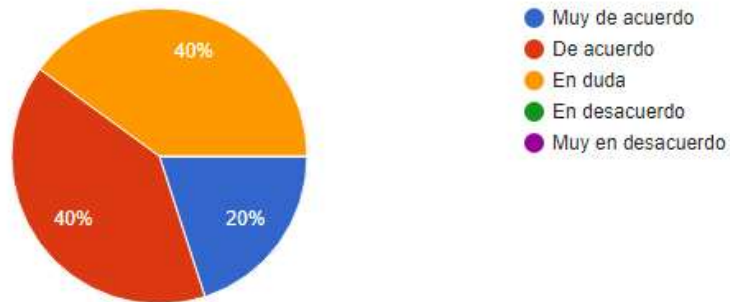


Figura 18: Usan recursos extralingüísticos para encubrir la verdad. Fuente: Google Forms

**Pregunta 12: ¿Se distorsiona la verdad intencionalmente?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 50% están de acuerdo que los diarios “chicha” distorsionan la verdad intencionalmente; y 40%, están en duda; y solo 10%, están muy de acuerdo; quedando sin respuesta solo dos alternativas.

12. Se distorsiona la verdad intencionalmente

10 respuestas

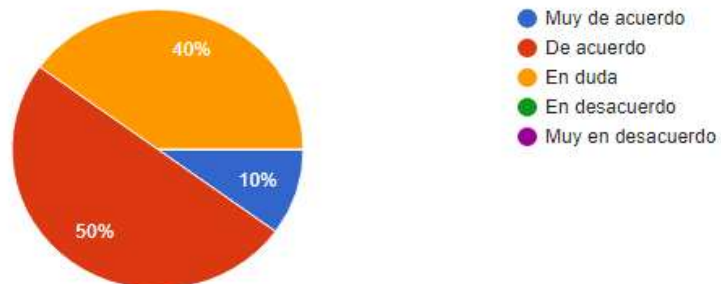


Figura 19: Se distorsiona la verdad intencionalmente. Fuente: Google Forms

**Pregunta 13: ¿Los temas tratados son triviales?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 90% están muy de acuerdo que los diarios “chicha” distorsionan la verdad intencionalmente; y 40%, están en duda; y solo 10%, están muy de acuerdo; quedando sin respuesta solo dos alternativas.

13. Los temas tratados son triviales

10 respuestas

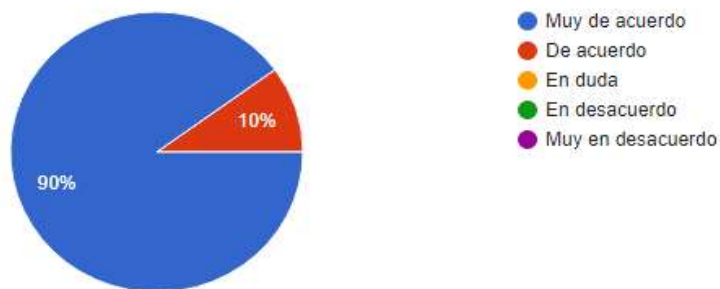


Figura 20: Los temas tratados son triviales. Fuente: Google Forms

*Dimensión 03: discriminación social*

**Pregunta 14: ¿Se induce a la discriminación generalizada?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 60% están de acuerdo, que los diarios “chicha” inducen a la discriminación social generalizada; y 40%, están en duda; quedando sin respuesta las tres alternativas.

14. Se induce a la discriminación social generalizada

10 respuestas

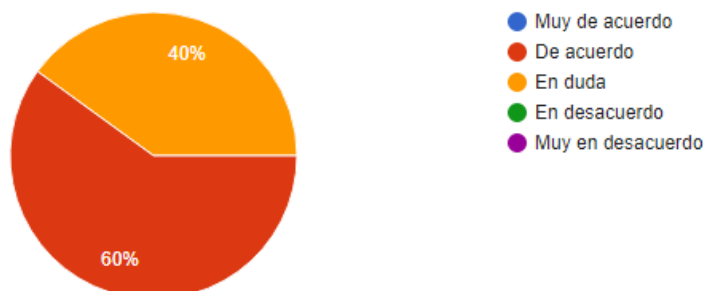


Figura 21: Se induce a la discriminación generalizada. Fuente: Google Forms

**Pregunta 15: ¿Se considera al inmigrante andino como un lastre social?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 50% están en duda que en los diarios “chicha” se considera la inmigrante andino como un lastre social; 30%, están de acuerdo; y 10%, en muy de acuerdo; y otro 10% en desacuerdo; quedando sin respuesta solo una alternativa.

15. Se considera al inmigrante andino como un lastre social

10 respuestas

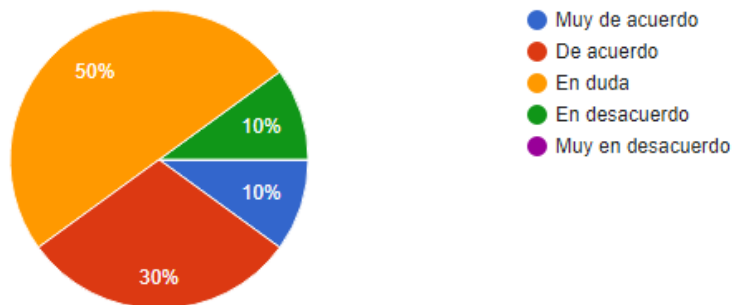


Figura 22: Se considera al inmigrante andino como un lastre social. Fuente: Google Forms

**Pregunta 16: ¿No se preocupan por respetar el derecho del niño?**

De la figura en referencia se observa que los entrevistados han manifestados que, el 50% están de acuerdo que en los diarios “chicha” no se preocupan por respetar el derecho del niño; y 30%, están en duda; y solo 20%, están muy de acuerdo; quedando sin respuesta dos alternativas.

16. No se preocupan por respetar el derecho del niño

10 respuestas

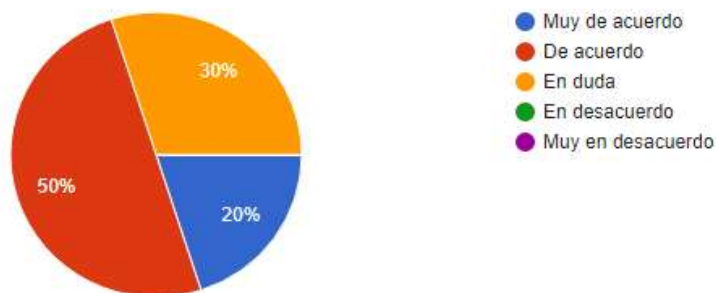


Figura 23: No se preocupan por respetar el derecho del niño. Fuente: Google Forms

### **3.2. Resultados inferenciales**

No ha sido necesario aplicar el proceso estadístico inferencial (estadística aplicada) en tanto que el estudio es solo de nivel descriptivo básico; además, no se posee hipótesis formalizada, motivo por el cual tampoco es necesario aplicar la prueba de normalidad: primero, porque las variables de estudio han sido cualitativas (constructos conceptuales); segundo, la población y la muestra de estudio han sido pequeñas e incluso personalizadas, es decir, se ha entrevistado uno por uno; y tercero, la escala de medición utilizada para recolectar información ha sido nominal, polinómica u ordinal. Por lo tanto, según Valderrama, S. (2013), la prueba de normalidad se aplica solo cuando las variables de estudio son cuantitativas y la población de estudio es muy numerosa o extensa.

## CAPITULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1. DISCUSIÓN

La discusión como fase final de todo estudio científico debe entenderse, lo dice Príncipe (2018), como “la autoevaluación global del proceso mismo de la investigación”. Lo entienden y lo reafirman así también Hernández, R. et al. (2015) o Valderrama (2013), entre otros. Entonces, la “discusión” debe entenderse pues como la evaluación global del comportamiento de los diversos elementos o agentes que participaron en el proceso de ejecución de la investigación. Por eso se constituye, especialmente desde el punto de vista del trabajo del investigador, como la medición de su conocimiento y la capacidad intelectual respecto al manejo de procedimientos ejecutados.

Siendo así, se debe decir sin temor a equívoco, que los resultados alcanzados han satisfecho plenamente las expectativas que se plantearon al formular el proyecto; los mismos que se describen de manera resumida en los términos siguientes. Primero, en relación a la tabulación de la información recolectada de los entrevistados, se ha demostrado que los contenidos o variables predispuestos son consistentes, los mismos que se presentan en 16 figuras respectivas, como podrá verificarse en el capítulo III; y segundo, los resultados han sido variados en tanto que las dimensiones correspondientes han tenido porcentajes convincentes. En este sentido, en lo que respecta a la primera variable, es decir al contenido sensacionalista de los diarios “chicha”, los entrevistados han confirmado que efectivamente dichos temas son los más recurrentes, cuya trasmisión a la población o a los lectores de dichos diarios, se ubican en porcentaje de aprobación por encima del 50%. En lo que respecta al uso de frases paramétricas o repetitivas, por ejemplo, se ha dicho: que se exageran los hechos en el 70%, que se resaltan los escándalos en 60%, que se encubre la verdad con recursos formales vedados 50%, que se distorsiona la realidad con uso de

recursos subliminales 70%, que se cosifica a la mujer al asociarlo a publicidades 50%, y que el hombre presentado como prototipo de sexo fuerte en 50%.

Y en lo que respecta a la variable violación de la ética periodística, variable dependiente, los entrevistados han manifestado en el orden siguiente: que existe preferencia en los diarios “chicha” por exhibir a la mujer semidesnuda 70%, se limitan a escándalos personales o de grupos pequeños 50%, se distorsiona la verdad intencionalmente 50%, los temas tratados son triviales 90%, se induce a la discriminación social generalizada 60%, se considera al inmigrante andino como carga social 50% y, no se respetan los derechos del niño 50%.

El concepto de los diarios “chicha” ha sido y sigue siendo todavía un déficit de estudio muy grande dentro del mundo periodístico, sobre todo debido a la pérdida de toda práctica irrestricta de la ética periodística. Claro que se trata solo de un sector de profesionales que han dejado de cumplir esa noble misión de informar a la población con la verdad.

Entonces, ¿cómo analizar y entender dicho resultado? Primero, que los diarios “chicha” han realizado o realizan sus actividades empresariales al margen del compromiso con el principio ético que debe preservarse como primer supuesto básico para emprender la noble y acaso la mejor actividad humana que pudo haber asumido un periodista. Lo consideraba así García Márquez, Gabriel (1927-2014), cuando afirmó que el periodismo es el noble y mejor oficio del mundo, donde “la ética debe acompañar siempre al periodismo, como el zumbido al moscardón”. Ello significa entonces que en toda actividad periodística se debe tomar en cuenta como primer condicionante del trabajo, la ética; sin embargo, en los diarios “chicha” que circulan en Lima Metropolitana, parece que dicha práctica no se está tomado en cuenta o, en todo caso, se estaría omitiendo intencionalmente por razones ajenas a la buena práctica del periodismo independiente.



De ahí entonces la insuficiencia de demostrar si el contenido sensacionalista de los diarios “chicha” influye o no en la ética periodista. En todo caso, su verificación resulta irrelevante porque desde su origen se perdió la práctica de dicho principio; por lo tanto, se convirtió acaso en una rutina porque en su práctica diaria presupone seguidores. Se aceptó así y convive así con otros medios periodísticos con poder influyente, especialmente en los sectores sociales marginales. Este resultado coincide con las propuestas de Guevara y Osorio (2016), quienes manifestaron que se observa “la influencia de la prensa sensacionalista no tanto en la ética periodística, sino más bien, en la conversación del día, es decir genera interés para los lectores” (p. 122).

En segundo lugar, también se debe entender que la existencia de los diarios “chicha” se constituye en una fuente de trabajo, en la medida que los profesionales que prestan sus servicios calificados, acaso por diversos motivos personales, han hipotecado su compromiso en desmedro de la ética que asumieron al momento de recibir la respectiva licencia profesional, cuando egresaron de las instituciones universitarias en las que se formaron. Cumplir o no con dicho principio, acaso les resulta intrascendente, en tanto que exista aceptación y sustento de los recursos necesarios para desarrollar su capacidad profesional. Claro que esto ocurre solo en algunos periodistas profesionales.

Como soporte teórico de lo manifestado hasta aquí, se tiene la confirmación de los resultados alcanzados en las figuras correspondientes a la respuesta de los entrevistados, que van del 1 al 16; en donde teniendo en cuenta el resultado superior al 50%, se ha verificado que los rasgos característicos señalados con respecto a los contenidos sensacionalista y la ética periodística de los diarios “chicha”, sobrepasan el promedio de 65% aproximadamente.

Esta misma propuesta se apoyan también en las afirmaciones de Quiroz, E. (2009), quien manifiesta que los diarios “chicha”: “caen en un sensacionalismo exagerado y aplican en la impresión los colores fuertes o planos: amarillo, azul y rojo, con diferentes matices harto llamativos” (p.4). Esto es así, porque el principal propósito de dichos diarios es generar una actitud de “sensación” (de ahí deviene el término sensacionalista), que no es otra cosa que atraer o llamar la atención del lector, antes que priorizar un contenido o mensaje de interés para la colectividad. Esta es la razón porqué sus redactores se preocupan más en ponderar la organización formal o externa del tabloide, antes que resaltar el contenido o mensaje subyacentes, con claro efecto de afectar el cumplimiento de la ética periodística, motivados acaso por la necesidad de captar el interés del lector. Por esta razón también la práctica y el respeto de la deontología (ética) periodística pierde su objetividad y se convierte, sin lugar a duda, en simple remedo teórico.

Sin embargo, esta percepción limitativa de la ética o deontología periodística no es una novedad reciente, actual, ni mucho menos. La historia periodística del país acaso está teñida de este perjuicio desde muchos años atrás, hecho que lo reafirma Vásquez, A. (2010) en los términos siguientes:

“La historia del periodismo en el Perú está caracterizada por el escaso cumplimiento de los principios universales de la ética periodística (...) En períodos de vigencia constitucional la prensa ha desbordado los límites naturales de la libertad de expresión, en perjuicio de los derechos al honor y la intimidad” (p.480).

Sin embargo, estos resultados aparentemente “adversos”, deben explicarse por el hecho que el alcance conceptual de la “construcción verbal de doble sentido” y la “presentación superficial de la verdad” tienen un campo de referencia amplio, *in extenso*, que muy bien

pueden funcionar a veces como símbolos o metáforas, de acuerdo cómo se plantea en la investigación. De lo que se deduce que pueden funcionar independientemente como problemas o variables de estudio, por ejemplo. Estas afirmaciones coinciden con las propuestas de Casas, R. (2009), quien sostiene que en la “construcción verbal de doble sentido”, se generan diversos efectos retóricos (como la metáfora, la metonimia, la sinécdoque, la antífrasis y la hipérbole) proyectados por mecanismos cognitivos de naturaleza subyacente” (p. 83). Situación que coincide y refuerza el resultado alcanzado en la interrelación de ambas dimensiones de estudio.

Y finalmente, en relación a la influencia del “uso de estereotipos” y la “discriminación social”, no se ha confirmado de manera relevante por el hecho que esta última dimensión tiene también una connotación genérica, amplia, que muy bien pueden servir de variable para otro estudio de similar naturaleza. Sin embargo, es innegable que los diarios “chicha” no hayan sido útiles para agudizar la diferenciación social en el país, por haberse concentrado básicamente en propósitos políticos, ya que como dice Vargas, G. (2012), en el gobierno de Fujimori “hubo injerencia de la prensa amarilla escrita en la población limeña (sectores C, D y E, principalmente) para favorecer (su) gobierno” (p. 28). Este hecho no deja de ser la demostración de que los diarios “chicha” fueron utilizados como herramientas de cultivo de la discriminación social.

#### **4.2. CONCLUSIONES:**

1. Se ratifica que el contenido sensacionalista de los “diarios chicha” influyeron en la vulneración de la ética periodística. Los contenidos gráficos y textuales inducen a quebrantar la ética periodística.
2. La exageración y el cultivo de la morbosidad son elementos básicos y necesarios para la creación y supervivencia de los “diarios chicha”.
3. Queda demostrado que en los denominados “diarios chicha” la organización de sus contenidos está centrada en la necesidad de mantener enlazado a su público objetivo.
4. Queda confirmado que los periodistas que prestaron sus servicios profesionales en los indicados diarios, fueron inducidos a parametrar el contenido de sus trabajos, en desmedro del cumplimiento irrestricto de la ética periodística.
5. Se concluye de acuerdo a las entrevista que la presentación de hechos estereotipados en los “diarios chicha” influyeron sistemáticamente en la discriminación social.

### 4.3. LIMITACIONES

En la ejecución del presente estudio no se puede dejar de mencionarse las condiciones difíciles en las que se ha desarrollado la presente investigación.

El aislamiento social obligatorio en la que se ha vivido y sigue viviéndose hasta la fecha (desde marzo de 2020) para evitar el contagio de la pandemia Covid 19, no ha permitido el acceso necesario a los recursos metodológicos para ejecutar la investigación, motivada por el cierre o clausura de los respectivos espacios y ambientes de la universidad.

La recolección de la información bibliográfica necesaria respecto a las variables de estudio ha sido limitada por los mismos motivos de la pandemia y por el cierre de las bibliotecas públicas y privadas donde debía recopilarse la información requerida. Sin embargo, se pudo superar dicha limitación con el auxilio básicamente de internet y consulta permanente al asesor de la presente tesis.

#### 4.4. RECOMENDACIONES

1. El honorable Colegio de Periodistas del Perú se debe constituir como observador y crítico del trabajo periodístico que se viene realizando en el país, a efecto de cuestionar casos en que se viola la ética de buena práctica del periodismo escrito en el país.

2. Las Facultades de Comunicación y Periodismo de las universidades peruanas, a través de los docentes encargados de conducir la investigación universitaria, deben motivar por la ejecución de la tesis o investigaciones futuras a efecto de profundizar o ampliar las dimensiones o categorías estudiadas en la presente tesis, con el objeto de conocer aún más sobre la naturaleza negativa que tuvieron los periódicos llamados “chicha” para el periodismo en el país.

3. Las universidades y en particular las Facultades de Comunicación y Periodismo, deben propender la organización de actividades académicas con expositores nacionales e internacionales, con el objeto de clarificar los objetivos nefastos que asumieron los diarios llamados tabloides, en desmedro de la práctica correcta del periodismo escrito en el país.

4. Motivar a través de tutorías a los estudiantes de periodismo que están en pleno proceso de desarrollo de sus capacidades formativas para que realicen investigaciones sobre el caso de los diarios “chicha”, a efecto de ampliar conocimientos sobre problemas que han afectado la libre y buena práctica del periodismo en el país.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ames, S. (2016). *El ejercicio periodístico y la deontología profesional de los periodistas comisionados al Congreso de la República del Perú*, en el año 2014. Lima, UByM.

Bisquerra, R. (2004). *Metodología de investigación educativa*. Madrid: La Muralla, S.A.

Biderman, J. (2019). Una propuesta de código deontológico periodístico para la Argentina. Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de:

<https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=EXCcdFyDRT8%3D>

Bunge, M. (2009). *Estrategias de la investigación científica*. Fondo editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

Capellini, M. (2004). La prensa Chicha en el Perú. Revista Latinoamericana de comunicación “Chasqui”. <http://www.redalyc.org/pdf/160/16008806.pdf>

Casas, R. (2009). *La prensa chicha: un análisis cognitivo*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Chillón, J. (2011). La ética periodística como ética aplicada. Revista de Filosofía. Número 44. Universidad de Valladolid. Recuperado de: [.Etica periodisitca.pdf](http://www.etsi.valladolid.es/~filosofia/revista/44/etia_periodistica.pdf)

Gargurevich, J. (2002). *La prensa sensacionalista en el Perú*. Fondo Editorial de la Universidad Católica del Perú. Lima

Guevara, E. y Osorio, L. (2016). *Influencia de la prensa sensacionalista escrita en la construcción de la agenda ciudadana en los lectores de Arequipa Metropolitana del 2016*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín, EP de Ciencias de la Comunicación.

González, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. España: Comunicar, 1999. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801212.pdf>

José, J. y Moreno, M. (2004). *El Consumo y Publicidad*. El País. Recuperado de [https://elpais.com/diario/2004/04/01/ciberpais/1080784947\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2004/04/01/ciberpais/1080784947_850215.html)

Hurtado, D. (2011). El diario chicha, Historia del Periodismo Peruano II. Lima. Recuperado de: <https://historyperiodismodelperu2-daysi.blogspot.com/2011/12/tres-titulares-de-tres-medios-de-la.html>

Montealegre, D: Diario chicha en el Perú. Lima. Noticiosos, 2019. Recuperado de <https://noticias305046911.wordpress.com/2019/05/02/diarios-chicha-en-el-peru/>

Muñoz, U. (2013). El peruano como estereotipo y estigma. Cultura e identidad nacional. Lima. Recuperado de: <http://www.pacarinadelsur.com/dossier-10/915-el-peruano-como-estereotipo-y-estigma-cultura-e-identidad-nacional-en-la-television-peruana>

PERÚ 21 (2009). ¡Morbo, qué rico el morbo!. Lima, 17 de septiembre de 2009. Recuperado de

<http://blogs.peru21.pe/apagalatele/2009/09/morbo-que-rico-el-morbo.html>

Portocarrero, V. (2011). La prensa chicha y los informativos psicosociales. Historia del periodismo en el Perú II, Lima. Recuperado de: <https://historyperiodismoperu.blogspot.com/2011/07/la-prensa-chicha-y-los-informativos.html>

Príncipe, G. (2016). *La investigación científica, teoría y metodología*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad César Vallejo.

Quiroz, E. (2009). *Prensa popular o prensa chicha*. Recuperado [de: http://www.upao.edu.pe/WebArticulosDinamicos/Mantenimiento/DCTOS/ARTICULOS/PRENSA\\_POPULAR\\_O\\_PRENSA\\_CHICHA.pdf](http://www.upao.edu.pe/WebArticulosDinamicos/Mantenimiento/DCTOS/ARTICULOS/PRENSA_POPULAR_O_PRENSA_CHICHA.pdf)

Santiago, M. (2015). La verdad y la falsedad de la información Una propuesta desde la filosofía iusinformática. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/29586/1/T35955.pdf>

Saénz, V. (2015). Una mirada a la investigación sobre medios, violencia y escuela. Universidad de Buenos Aires. Recuperado de: <file:///C:/Downloads/Dialnet-UnaMiradaALaInvestigacionSobreMediosViolenciaYEscu-5473623.pdf>

Ranchal, C. (2004). Miedo y morbosidad. Publicidad. Recuperado de <https://www.diariocordoba.com/opinion/2004/06/28/miedo-morbosidad-38868264.html>

Torres, M. (2015). La prensa popular durante el régimen de Fujimori: a propósito de las formas de una práctica de recepción. UCP. Recuperado de



<http://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/download/205/337?inline=1>

Torres, C. (2020). Orientaciones básicas de metodología de investigación científica (7ª Ed.). Lima: Libros y publicaciones

Terrones, E. (2009). 100 Códigos de ética periodística del mundo. Lima: Escuela de Periodismo, Universidad Jaime Bausate y Meza.

Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos

Vargas, G. (2012). *Fujiprensa: la información de la prensa amarilla en el Perú (1998 – 2000)*. Lima: UPCP

Vasquez, A. (2010). *La ética periodística y los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú*. Recuperado de: <https://comunicacionglo.blogspot.com/2011/02/vasquez-rios-aldo-alejandro-2010-la.html>

## ANEXOS

### Anexo N° 1

#### Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Justificación	Variables	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p><b>General</b> ¿Cómo el contenido sensacionalista de los diarios “chicha” y la vulneración de la ética periodística según la percepción de los periodistas de Lima Metropolitana, en el año 2020?</p> <p><b>Específicos</b> 1. ¿Cómo es la exageración de los sucesos de los diarios “chicha” y la expresión de la morbosidad según la percepción de los periodistas Lima Metropolitana, en el año 2020?</p> <p>2. ¿Cómo es el uso de doble sentido en los diarios “chicha” y la presentación superficial de la verdad, según la percepción de los periodistas de Lima Metropolitana, en el año 2020?</p>	<p><b>General</b> Describir el contenido sensacionalista de los diarios “chicha” y la vulneración de la ética periodística, según la percepción de los periodistas de Lima Metropolitana, en el año 2020.</p> <p><b>Específicos</b> 1. Describir la exageración de diarios “chicha” y el cultivo de la morbosidad según la percepción de los periodistas de Lima Metropolitana, en el año 2020.</p> <p>2. Describir el uso de doble sentido en los diarios “chicha” y la presentación superficial de la verdad según la percepción de los periodistas en Lima, en el año 2020.</p> <p>3. Describir el uso de estereotipos en los diarios “chicha” y la discriminación social según la percepción la según la</p>	<p><b>1. Teórica</b> Existen teorías necesarias y suficientes de libros, tesis, Art. Científicos, disponibles en bibliotecas para construir el soporte teórico de la investigación.</p> <p><b>2. Metodológica</b> Para armar el marco teórico se va utilizar los métodos inductivo-deductivo, comparativo, descriptivo e histórico. Y para recogida de datos, la entrevista estructurada.</p> <p><b>3. Práctica</b> El resultado de la investigación va contribuir a que los estudiantes y jóvenes en general adopten una actitud crítica frente a la vulneración de la ética periodística que los diarios “chicha” están promoviendo con su contenido sensacionalista.</p>	<p>Independiente:</p> <p>Contenido sensacionalista de los diarios “chicha”</p> <p>Dimensión e indicadores:</p> <p>1. Discurso predeterminado</p> <p>2. Doble sentido</p> <p>3. Uso de estereotipos</p> <p>2. Depend.</p> <p>Vulneración de la ética periodística</p> <p><b>Dimensiones</b> :</p> <p>1. Expresión de morbosidad</p> <p>2. Superficialidad de la verdad</p> <p>3. Discriminación social</p>	<p><b>Tipo</b></p> <p>La investigación es de enfoque cualitativo, nivel descriptivo correlacional, en tanto que se va describir los rasgos observados de las variables de estudio</p> <p><b>Diseño</b> Corresponde a descriptivo transaccional. Es lo primero, porque no se va manipular intencionalmente las variables; y es lo segundo, porque se va recolectar la información de campo en un solo acto.</p> <p>OX ----- OY</p> <p>Donde: M= es la muestra OI= Observ. V. Independ. OD= Observ. V. Dependiente</p> <p>Población:</p>	<p><b>1. Técnica</b> Por tratarse de recolección de fuentes cualitativas, se utilizará la entrevista estructurada sobre la base de preguntas orientadas a dicho fin.</p> <p><b>2. Instrumento</b> Será tipo cuestionario de preguntas, organizado sobre la base de las dimensiones e indicadores de las variables de estudio. La confiabilidad y validez de contenido de dicho instrumento se medirá el siguiente orden: Confiabilidad: Con Alfa de Cronbach, cuya fórmula es:</p> $\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$ <p>Donde: α= Alfa Vt= Varianza total Vi= varianza por ítem Validez de contenido:</p>

<p>3. ¿Cómo es el uso de estereotipos en los diarios “chicha” y la discriminación social, según la percepción de los periodistas de Lima Metropolitana, en el año 2020?</p>	<p>percepción de los periodistas de Lima Metropolitana, en el año 2020.</p>			<p>Periodistas de Lima Muestra: 10 periodistas Muestreo: No probabilístico e intencional, por tratarse de una cantidad pequeña</p>	<p>Con juicio de 1 experto  Procesamiento de datos: Programa Excel;</p>
---	---	--	--	--	---

## Anexo N° 2

### Validación del instrumento

**Validación específica de instrumento de investigación**

Título de la investigación	“Análisis sobre el contenido sensacionalista de los ‘diarios chicha’ y la vulneración de la ética periodística- periodo 1995-2005, según la percepción de los periodistas en la región de Lima Metropolitana, en el año 2020”		
Nombre del estudiante	Flor de María Soto Francia		
Instrumento evaluado	Encuesta: en su modalidad de entrevista estructurada		

Escriba un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta’.

Ítem / pregunta	Opciones	N°	Comentario (cuando lo considere necesario)
<b>V. Independiente: el contenido sensacionalista de los diarios Chicha, se da cuando:</b>			
1. Se exageran los hechos o sucesos del día	<input type="radio"/> Muy de acuerdo <input type="radio"/> De acuerdo <input type="radio"/> En duda <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Muy en desacuerdo	1	
2. Se manipula intencionalmente la conciencia del lector	<input type="radio"/> Muy de acuerdo <input type="radio"/> De acuerdo <input type="radio"/> En duda <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Muy en desacuerdo	1	
3. Se resaltan los escándalos de los personajes públicos	<input type="radio"/> Muy de acuerdo <input type="radio"/> De acuerdo <input type="radio"/> En duda <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Muy en desacuerdo	1	En la época analizada, se observa a los denominados “personajes mediáticos”, sugerencia de denominación.
4. Se encubre la verdad con recursos formales vedados.	<input type="radio"/> Muy de acuerdo <input type="radio"/> De acuerdo <input type="radio"/> En duda <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Muy en desacuerdo	1	
5. Se distorsiona la realidad con uso de recursos subliminales	<input type="radio"/> Muy de acuerdo <input type="radio"/> De acuerdo <input type="radio"/> En duda <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Muy en desacuerdo	2	Ser más explícitos en el término subliminales, es muy amplio el término.

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto - Página 1 de 3

6. Se cosifica a la mujer al asociarlo a las publicidades	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En duda <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	1	
7. Se presenta al hombre como prototipo de sexo fuerte	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En duda <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	1	
<b>V. dependiente: Se vulnera la ética periodística, cuando:</b>			
8. Se limitan a escándalos personales o de grupos pequeños	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En duda <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	1	
9. Se presentan con crudeza las muertes violentas	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En duda <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	1	
10. Hay preferencia por exhibir a la mujer semidesnuda	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En duda <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	1	
11. Usan recursos extra lingüísticos para encubrir la verdad	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En duda <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	1	
12. Se distorsiona la verdad intencionalmente	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En duda <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	1	
13. Los temas tratados son triviales	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En duda <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	1	

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto - Página 2 de 3

14. Se induce a la discriminación social generalizada	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En duda <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	1	
15. Se considera al inmigrante andino como un lastre social	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En duda <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	1	Se entiende la afirmación, pero suena peyorativa la frase “lastre social”, podría modificarse a carga, traba, molestia...
16. No se preocupan por respetar el derecho del niño	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En duda <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	1	

Declaro que al firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y los instrumentos entregados por el estudiante, además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis.

Fecha  Firma 

Nombre completo Vanessa Dora Ulloa Córdova

DNI 10524797

<sup>1</sup>Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

### Anexo N° 3

#### Encuesta estructurada

## “ANÁLISIS SOBRE EL CONTENIDO SENSACIONALISTA DE LOS ‘DIARIOS CHICHA’ Y LA VULNERACIÓN DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA- PERIODO 1995- 2005”

Escriba un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta .

\*Obligatorio

NOMBRES Y APELLIDOS \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

Medio en el que trabaja \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

[Siguiente](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Sección 2 de 3

### V. Independiente: el contenido sensacionalista de los diarios Chicha, se da cuando:

Descripción (opcional)

1. Se exageran los hechos o sucesos del día \*

Muy de acuerdo

De acuerdo

En duda

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

2. Se manipula intencionalmente la conciencia del lector \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

3. Se resaltan los escándalos de los personajes públicos \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

4. Se encubre la verdad con recursos formales vedados \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

5. Se distorsiona la realidad con uso de recursos subliminales \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo



6. Se cosifica a la mujer al asociarlo a las publicidades \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

7. Se presenta al hombre como prototipo de sexo fuerte \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

Sección 3 de 3

## V. dependiente: Se vulnera la ética periodística, cuando:

Descripción (opcional)

8. Se limitan a escándalos personales o de grupos pequeños \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

9. Se presentan con crudeza las muertes violentas \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

10. Hay preferencia por exhibir a la mujer semidesnuda \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

11. Usan recursos extra lingüísticos para encubrir la verdad \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

12. Se distorsiona la verdad intencionalmente \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

13. Los temas tratados son triviales \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

14. Se induce a la discriminación social generalizada \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

15. Se considera al inmigrante andino como un lastre social \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

16. No se preocupan por respetar el derecho del niño \*

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En duda
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo