

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

ESCUELA DE POSGRADO



TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN PERIODISMO

**“La fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite
y su influencia en las reacciones emotivas de los lectores”**

Área de Investigación:
Periodismo

Autor:

Br. Flores Balarezo, Carlos Edwin

Jurado Evaluador:

Presidente: Bardales Vásquez, María Isabel

Secretario: Vásquez Acosta, Edgar Leonardo

Vocal: Gonzáles Moreno, Carlos Martín

Asesor:

Matos Deza, Lorenzo Eduardo

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9490-9324>

**TRUJILLO – PERÚ
2022**

Fecha de sustentación: 2022/05/24



UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

ESCUELA DE POSGRADO

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres y a mi familia, por enseñarme que lo más importante en un profesional es la calidad humana y servicio a los demás.



UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

ESCUELA DE POSGRADO

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo va dedicado al doctor Lorenzo Matos Deza, intelectual y académico universitario de gran nivel, cuya misión inagotable de formar, ética y profesionalmente, a las nuevas generaciones de profesionales que el Perú necesita, lo hace digno de admiración y elogios.



TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
TABLA DE CONTENIDO.....	V
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS	VII
RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	8
I. INTRODUCCIÓN	9
II. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	10
2.1. Planteamiento del problema	10
2.2. Enunciado del problema.....	11
2.3. Justificación.....	11
2.4. Objetivos	13
2.4.1. General:.....	13
2.4.2. Específicos:	13
III. MARCO TEÓRICO.....	14
3.1. Marco de referencia o Antecedentes	15
3.2. Marco conceptual	17
3.2.1. Definición de emociones.....	17
3.2.2. Definición de la fotografía en el Informe Especial	18
3.2.3. Definición de periodismo	20
3.3. Hipótesis.....	23
3.4. Variables.....	23



3.5.	Operacionalización de Variables.....	24
3.6.	Metodología	27
3.6.1.	Población.....	27
3.6.2.	Muestra.....	27
3.6.3.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
3.6.4.	Procedimiento.....	28
3.6.5.	Diseño de contrastación	29
3.6.6.	Procesamiento y análisis de datos	29
3.6.7.	Consideraciones éticas	29
IV.	RESULTADOS.....	30
V.	DISCUSIÓN	32
VI.	CONCLUSIONES	37
VII.	RECOMENDACIONES	38
VIII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	39
IX.	ANEXOS.....	41



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Reacciones emotivas de los lectores a las fotografías de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, según sexo.....	299
Figura 2: Reacciones emotivas de los lectores a las fotografías de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, según edad.....	29
Figura 3: Prueba de la hipótesis con el X^2	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población y muestra de lectores de la fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, entre 25 y 50 años, según urbanizaciones.....	27
Tabla 2: Población y muestra de lectores de la fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, entre 25 y 50 años, según nivel de influencia.....	28
Tabla 3: Reacciones emocionales más relevantes de los lectores a las fotografías de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, según el sexo.....	30
Tabla 4: Reacciones emocionales más relevantes de los lectores a las fotografías de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, según edad	31
Tabla 5: Frecuencia de reacciones emocionales más relevantes a las fotografías de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, según el sexo de los lectores.....	36

RESUMEN

En el presente trabajo se abordó el problema sobre la fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite y su influencia en las reacciones emotivas de sus lectores. Para ello, se planteó como objetivo determinar el nivel de influencia de las mismas en las reacciones emotivas del lector y se determinó como población a los lectores de tres jurisdicciones territoriales del distrito de Trujillo: La Noria, barrio Chicago y Rázuri. Asimismo, se obtuvo una muestra de 380 personas y los datos fueron recogidos con una encuesta, en la que se presentaron fotografías de accidentes, homicidios y situaciones de muerte que habitualmente se publican en la sección Informe Especial del citado medio de comunicación.

En el trabajo se concluyó que el nivel de influencia de la fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, en las emociones de sus lectores, es significativo. Esto fue verificado con la prueba del Chi-Cuadrado.

Palabras claves: *reacciones emotivas, fotografía del Vespertino Satélite, lectores, influencia.*



ABSTRACT

In the present work the problem about the photography of the Special Report section of the Satellite Evening and its influence on the emotional reactions of its readers was approached. For this, the objective was to determine the level of influence of the same in the emotional reactions of the reader and the readers of three territorial jurisdictions of the Trujillo district were determined as population: La Noria, Chicago neighborhood and Rázuri. Likewise, a sample of 380 people was obtained and the data was collected with a survey, in which photographs of accidents, homicides and death situations were presented that are usually published in the Special Report section of the aforementioned media.

In the work, it was concluded that the level of influence of the photography of the Special Report section of the Satellite Evening, on the emotions of its readers, is significant. The result was verified with the Chi-Square test.

Keywords: emotional reactions, photography of the Satellite Evening, readers, influence.



I. INTRODUCCIÓN

Una de las funciones de los diarios, según Rodríguez (2008) es servir a la sociedad, presentando noticias de interés social y humano con el propósito de conmover y motivar a sus lectores a realizar acciones. Para ello, han ido creando una serie de recursos tecnológicos como estrategia, por ejemplo: el color, tamaño de letras, fotografía, crucigramas, tiras cómicas, entre otras.

La fotografía merece atención especial porque una imagen fotográfica, como lo afirma Mallol (2012), contiene una carga psicológica emocional, que es manejada por el autor de la misma a la hora de registrar y escoger la temática a retratar. Esto quiere decir que con la fotografía se puede influir y manipular las emociones.

Existen cinco maneras de crear impacto emocional a través del empleo de una fotografía: por el brillo (para inducir al peligro), por el tamaño (para sugerir cercanía), por el movimiento (para sugerir amenazas), por el color (para sugerir contraste) y por la textura (que imprime un sentido táctil a la foto) (Revista Virtual Gadget, 2012). Estos recursos son empleados por los diarios y, de manera más frecuente, aquellos llamados “sensacionalistas” como, por ejemplo, el Vespertino Satélite, que usan la fotografía para generar mayor impacto en la población y manejarla con fines económicos. El propósito del presente estudio fue medir el nivel de este impacto y advertir el riesgo probable en las emociones del lector. Asimismo, para indicar la importancia que tiene la fotografía, ya que permitió descubrir qué emociones son más vulnerables en los lectores, según el sexo y la edad y, así, llamarnos la atención respecto del uso responsable de la fotografía en los diarios.



II. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Planteamiento del problema

Según Pérez y Merino (2012), el periodismo es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad. Para obtener dicha información, el periodista debe recurrir, obligatoriamente a fuentes verificables, dignas de crédito e, incluso, a su propio testimonio.

Estas ideas son reforzadas por Miró Quesada (1991, p.72) cuando afirma, citando a Bernard Voyenne, del Centro de Formación de Periodistas de Francia, que las funciones que cumple la prensa en una sociedad democrática son: informar, expresar y cristalizar opiniones y distraer.

El periodismo es un medio masivo de comunicación y, como tal, está donde uno se encuentre. Al respecto, Biagi (2009), expresa que hoy en día la población adulta está en contacto con los medios más de la mitad del tiempo que permanece despierta... y que los medios inciden en casi todos los aspectos de la vida de la gente. Afectan la política, sociedad y cultura (p.24).

Durante los primeros 30 años del siglo XX, el periodismo dominaba la información de los medios y, como en toda competencia por ganar, se generó el sensacionalismo con Hearst y Pulitzer. Se empezó a resaltar el crimen, sexo y la violencia, y la fotografía empezó a usarse para impactar en las emociones y proporcionar informaciones imprecisas. La competencia entre Hearst y Pulitzer demostró que los periódicos podían tener una gran influencia en la actitud de las personas con respecto a la política (Biagi, 2009, p.61).

En el distrito Trujillo existe en circulación diarios denominados 'serios' y 'sensacionalistas'. Entre los primeros se menciona a El Comercio, La República, La



Industria, entre otros; mientras que en los ‘sensacionalistas’, están, entre otros: Trome, Correo, El Men y el Vespertino Satélite.

Este último es un diario en cuyo contenido periodístico se encuentran las tres “S”: sangre, sexo y snob. Por eso, el Vespertino Satélite hace periodismo amarillista y utiliza la fotografía para este propósito porque, como dice Mallol (2012), una imagen fotográfica contiene una gran carga psicológica-emocional como visual. Por eso, el objetivo del trabajo es demostrar la influencia de la fotografía en las reacciones emocionales de los lectores.

2.2. Enunciado del problema

¿En qué medida la fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite influye en las reacciones emotivas de los lectores del distrito de Trujillo?

2.3. Justificación

El presente trabajo se justifica porque recoge un hecho de importancia social, que es la influencia de la fotografía de un diario en las reacciones emocionales de sus lectores y que puede, incluso, hasta distorsionar la información leída. La importancia central radica en demostrar los tipos de reacciones emotivas más frecuentes en los lectores del Vespertino Satélite y cómo enfrentar a estas peculiaridades de la prensa sensacionalista.

La justificación social de este trabajo radica en que se busca concienciar a los lectores del Vespertino Satélite, así como a los estudiantes y docentes de Periodismo, sobre el riesgo al que están expuestos al consumir este diario, lo que puede llegar a endurecer sus reacciones emocionales.



UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

ESCUELA DE POSGRADO

La justificación teórica radica en que el presente trabajo constituye un aporte más a las investigaciones realizadas en el Perú y el extranjero sobre el riesgo negativo que las fotografías de algunos diarios sensacionalistas tienen en las reacciones emotivas de sus lectores y comportamiento de las personas.



2.4. Objetivos

2.4.1. General:

- Determinar el nivel de influencia de la fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite en las reacciones emocionales de los lectores, del distrito de Trujillo.

2.4.2. Específicos:

- Identificar los tipos de reacciones emocionales más frecuentes que se presentan en los lectores del Vespertino Satélite.
- Identificar el tipo de reacciones emocionales de los lectores del Vespertino Satélite, según sexo.
- Identificar el tipo de reacciones emocionales de los lectores del Vespertino Satélite, según edad.



III. MARCO TEÓRICO

Según Rodríguez, M. (2012), haciendo referencia a Robert Plutchick, los animales han adoptado conductas diferentes como parte de su instinto de supervivencia, cada una de las cuales es provocada por una emoción. En tal sentido, las ocho emociones básicas postuladas por Plutchick favorecen a su adaptación a los cambios, de parte de los individuos respecto a su entorno. Estas emociones básicas son: alegría, confianza, miedo, sorpresa, tristeza, disgusto, enojo y anticipación.

Este investigador también señala que cada emoción presenta un determinado propósito: protección (miedo), destrucción (enojo), reproducción (alegría), reintegración (tristeza), afiliación (confianza), rechazo (disgusto), exploración (anticipación) y orientación (sorpresa). Un claro caso en el miedo, verbigracia, tiene como finalidad la protección, es decir, preparar a un individuo para huir y retirarse. Las emociones deben ser estudiadas, objetivamente, como reacciones conductuales, mas no como estados subjetivos de afectividad. Por ello, al poseer una finalidad de adaptación, podemos concluir que las emociones ayudan a los individuos a prepararse para reaccionar a circunstancias específicas (Coon y Mitterer, 2010, p. 341).

El sensacionalismo periodístico en un principio fue censurado, pero, con el correr del tiempo, fue tolerado y, finalmente, impactó hasta en los llamados “diarios serios”; aumentaron el tamaño de las letras de sus titulares; cambiaron el color de sus primeras páginas; mostraron fotografías de violencia y publicaron artículos intrascendentes.

Una prensa así difundía información imprecisa y engañosa; buscaba impactar los sentimientos de las personas y atacaba sistemáticamente a una persona o institución, buscando su desprestigio.



Este comportamiento muy bien puede ser explicado por la Teoría Interpersonal del Engaño, de David Buller y Judee Burgoon (1996), que sostiene entre sus ideas centrales:

- En esencia, el engaño va acompañado de información manipulada.
- Los emisores mentirosos hacen más movimientos estratégicos y revelan más señales no verbales que quienes dicen la verdad.
- La credibilidad percibida por el receptor se encuentra positivamente relacionada con la expectativa de honestidad que este tiene sobre el contexto y desviaciones del emisor de los patrones esperados.
- Algunos de los modos característicos que reflejan los intentos estratégicos del engaño son: la incertidumbre y divagación del discurso, usando la voz pasiva y la disociación de los hechos con su causa real. Ejemplo: “Yo no busqué salir con su exnovio, las cosas se dieron por sí solas”; “a todos se nos hizo tarde”.

3.1. Marco de referencia o Antecedentes

En su artículo digital denominado *El impacto de los medios en la sociedad. Blasting News. Suiza* (Mujica, 2015) señala que los medios de comunicación tienen una marcada influencia sobre las personas y, además, añade que muchas veces la mayoría de cambios emocionales obtenidos son negativos. En su investigación presenta las siguientes conclusiones:

- Un gran número de personas opina que los massmedia no contribuyen a formar pensamientos propios, sino que, por el contrario, coacta al individuo para que no razone por sí mismo y termine opinando lo que capta de los medios masivos.
- Los medios de comunicación masivos influyen en los modos de hablar, pensar, actuar, sentir y razonar de los seres humanos.



- Los *mass media* impactan significativamente en la cotidianeidad de los receptores, de tal manera que sería impensable prescindir de estos.

En la misma línea, el estudio *Impacto de la 'televisión basura' en la mente y la conducta de niños y adolescentes*. Universidad Femenina del Sagrado Corazón. (Lima), elaborado por Arboccó y O'Brien (2012), determina:

- La mayoría de massmedia difunden información que provoque secuelas negativas en la población.
- Está probado que la información difundida por los medios de comunicación masiva constituye una herramienta de manipulación de los consumidores modernos, pues se contentan fácilmente con lo anodino, inculto, corriente y vulgar.

Dhalia (2013) presenta un interesante ensayo denominado *Comunicación sensacionalista, impacto perjudicial*, la cual determina que la información sensacionalista no solo provoca un impacto considerable entre los consumidores, sino que también influye para que estas se vuelvan manipulables. La investigadora concluye así:

- Hoy en día el incremento de los massmedia con altas dosis de sensacionalismo va cada vez en franco ascenso, ya que impactan significativamente en los consumidores, ejerciendo una importante influencia en sus opiniones.
- El sensacionalismo convierte a los receptores en una especie de entes ansiosos de buscar información escalofriante, cargada de morbo, con altas dosis de dramatismo, pavorosa y desmedida.



3.2. Marco conceptual

3.2.1. Definición de emociones

Para Meca, R. (2022), citando a Levenson (1994), las emociones no son más que respuestas psicofisiológicas, las mismas que reflejan distintas formas que un individuo tiene para adaptarse a determinados estímulos como, por ejemplo: lugares, sucesos, recuerdos o personas. Dichas emociones modifican las conductas y niveles de atención y activan la capacidad de asociación que posee la memoria de un ser humano.

En la misma línea, Goleman, D. (2000), las emociones son reacciones psicofisiológicas, vinculadas a sentimientos, pensamientos y ciertas formas de actuar (p. 331).

Para Feldman, R.S. (2006, p. 324) las emociones tienen como funciones: prepararnos para la acción, moldear nuestros comportamientos futuros y ayudarnos a interactuar mejor con los demás. En tanto, en su página 325 indica que las emociones pueden ser positivas y negativas. Las positivas, como el amor, se expresa con cariño y encaprichamiento; mientras tanto, el gozo se expresa con: dicha, satisfacción y orgullo. En cambio, las emociones negativas como la ira (enojo) se manifiesta con: irritación, hostilidad, desprecio y celos. La tristeza se expresa en agonía, pesadumbre, culpa y soledad. Por último, el temor se manifiesta con el horror (miedo intenso) y preocupación).

Los autores Cotrufo y Ureña Bares (2018, pp. 72-98) indican que en el caso de las emociones de gran impacto en la personalidad, como el miedo, no se le puede asociar a valores positivos. Esta emoción genera ansiedad o estrés postraumático, además de síntomas que impiden disfrutar la vida como: recuerdos angustiosos, malestares psicológicos, tendencias autodestructivas, pérdida de control y preocupación.



Asimismo, afirman que la ira o enojo provoca: frustración, amenaza o daño y también tiene una gran capacidad destructiva o autodestructiva. Para el caso de la tristeza, los autores señalan que esta emoción genera: desánimo, abatimiento, melancolía y pérdida de la energía, lo cual conduce a una depresión que, incluso, puede ser severa o crónica.

3.2.2. Definición de la fotografía en el Informe Especial

En primer lugar, se entiende por Informe Especial a una investigación detallada, respecto de un hecho de interés que atañe a la colectividad o comunidad. Por lo tanto, para enriquecer la misma, esta debe consultar con la mayor cantidad de fuentes posibles, respetando las cinco fases de su estructura: descripción del suceso, características del contexto, protagonistas, datos estadísticos y finalización del informe.

El escritor Mallol (2012), en su artículo digital de la Revista Gadget ¿Cómo provocar impacto visual con la fotografía?, determina que una imagen fotográfica contiene una gran carga psicológica de parte del autor de la misma, a la hora de registrar y escoger la temática a retratar, como del receptor que decodifica y analiza la misma.

Grijelmo (2008, p. 602), respecto a la ética de las fotografías, afirma que los diarios sensacionalistas distorsionan el uso de las fotos, poniendo mayor énfasis en la realidad creada en el soporte de papel, antes que a la registrada originalmente. Incluso, existe un sector de la prensa que tiene la idea de ofrecer a sus lectores, antes que hechos verídicos y reales, una suerte de shows espectaculares análogos a los efectos especiales vistos en la pantalla grande. De este modo, se aprovecha de la buena fe del consumidor, que no advierte en analizar las fotografías al detalle para captar los engaños.

Según la Revista Virtual Gadget (2012), existen cinco pilares del impacto emocional que una fotografía puede ejercer en las personas. El primero es el brillo (se



vincula al calor y nivel de peligro); tamaño (cercanía física); movimiento (posibles amenazas); color (contrastación cromática); y texturas (imprimen un sentido táctil a la foto). Así, con todos estos elementos colocados en el orden adecuado de relevancia, queda garantizado el nivel de impacto emotivo que una fotografía puede transmitir a los consumidores finales y contribuirá a contar la historia concebida por el autor al momento de capturar la imagen.

En un artículo de Pérez (2010) afirma que hacia 1820 era solo un símbolo de nobleza y prestigio social; posteriormente, sufrió transformaciones que la concibieron como arte y técnica, en especial, con la influencia del positivismo. Con el Modernismo, se buscó en la fotografía la dimensión social de sociedad: sus costumbres y valores. Se buscó el realismo crítico. Actualmente, se hace énfasis en la semiótica de la fotografía.

Una significación compartida de la fotografía es la que relaciona a la noción de Huella. Como lo afirma Dubois, “la foto es, ante todo, un índice... que puede adquirir sentido simbólico”, idea que se desarrolla Kraus (2002) *Lo fotográfico* Barcelona: Gustavo Gil. Dentro de esta orientación en la fotografía, se busca descubrir en su composición visual:

- Su impacto visual: Su impacto emocional (atracción o rechazo), su impacto cognitivo (disonancia cognitiva: contraste de lo real con lo imaginario o absurdo).
- La profundidad (qué significado permite captar en base a nuestra experiencia).
- La estética fotográfica (ofrece belleza, induce a la contemplación, a la paz interior).

Entre algunos trucos fotográficos a señalar, se precisa que las áreas oscuras o escasas de iluminación transmiten misterio (potenciales peligros escondidos), lo cual enfoca la atención hacia las áreas más brillantes a la vez que contribuyen a focalizar la



atención sobre otras zonas más brillantes, lo cual puede ayudar a discernir el nivel de importancia de estos elementos.

Todo esto demuestra que el fotógrafo cuenta con los elementos suficientes necesarios para jugar con las emociones de los consumidores, sin importar su nivel cultural, intereses, experiencias vividas, entre otros. Cabe indicar que el grado de complejidad de la temática escogida se incrementará siempre y cuando se consideren retratos de personas en contextos informales, sociales, cotidianos o formales.

Por otro lado, se sabe que las expresiones faciales son más eficaces para llegar con mayor facilidad y directamente a las emociones de los receptores, sobre todo, cuando se trata de gestos de alegría, tristeza, felicidad o dolor. Ello debido a que se establecen vínculos más estrechos con las reacciones emocionales.

3.2.3. Definición de periodismo

Según el artículo virtual *Repasando las funciones elementales del periodismo*, publicado por el comunicador peruano Richard Rodríguez Revollar, en el Observatorio de Medios Fucatel (2008), las funciones básicas del periodismo son:

Educar: El periodismo es el mejor instrumento para transmitir conocimientos, ya que al tener presentaciones variadas en quioscos callejeros (diarios, periódicos), noticiarios (plataformas de televisión), radioemisoras y portales web, está al alcance de las mayorías.

Fiscalizar: La prensa es una tribuna fundamental para denunciar hechos de corrupción, injusticias o situaciones que vulneren, afecten o atenten contra los derechos de la ciudadanía. Aquí, la independencia e investigación periodística juegan un rol fundamental.



Servir a la sociedad: Se puede observar en la publicación de noticias de interés social y humano, cuya finalidad es conmover a los lectores y motivarlos a realizar acciones, conductas o comportamientos de solidaridad colectiva. Un claro ejemplo de ellos se ve en las noticias vinculadas a desastres naturales y exposición de la dramática situación de los damnificados.

Entretener: Lamentablemente, un sector del periodismo escrito ha sucumbido al fenómeno de espectacularización de la información, pues apela al facilismo temático del sexo y violencia como fórmulas infalibles para mantener a un público cautivo. Sin embargo, existe otro bloque del periodismo escrito que difunde cultura y entretenimiento sano en sus publicaciones (crucigramas, juegos educativos, retos de conocimiento, etc.).

De acuerdo a un artículo difundido por Pérez, M. (2014), en el blog Yellow Kiducm (2014), el periodismo sensacionalista se ha convertido en tendencia global en las plataformas orales, escritas y digitales con fines netamente económicos. Para ello, magnifican o sobredimensionan la forma de presentar la información para generar mayor impacto en la población.

Asimismo, señala que el origen del periodismo sensacionalista o prensa amarilla se remonta a fines del siglo XIX, cuando Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst, ambos magnates del periodismo (el primero, propietario del New York World y, el otro, de New York Journal), entre 1895 y 1898, fueron acusados por los diarios serios de la época de comprar noticias y exagerarlas con la intención de generar más ventas.

Es así que, haciendo historia, el New York Press definió el término de “amarillo” para referirse al tipo de periodismo realizado por los diarios de Pulitzer y Hearst, calificativo que no fue explicado hasta 1898, en el artículo “We called them Yellow because they are yellow” (“Los llamamos ‘amarillos’ porque son ‘amarillos’”). Cabe indicar



que la palabra yellow en inglés está referida a los términos cruel y cobarde. Otra publicación que contribuyó a acuñar este término fue la tira cómica The Yellow Kid, cuyo personaje principal era un niño vestido con camión amarillo, socialmente marginado.

También ayudó a asentar el concepto ‘amarillismo’ un tipo de publicación, una serie de viñetas llamadas The Yellow Kid, publicadas en el New York World a partir de 1895. El protagonista de estas viñetas era un niño que vestía un camión amarillo y vivía de manera marginal junto con otros personajes similares a él. A partir de allí, en diferentes naciones se usa las palabras “amarillo” o “amarillismo” para referirse al periodismo con ribetes sensacionalistas, vinculado siempre a temas escandalosos o faranduleros que, sin lugar a dudas, contribuían a incrementar las ventas.

Por otro lado, el mismo artículo establece una serie de diferencias entre el periodismo serio y el amarillista, ya que mientras el primero presenta las noticias de modo serio, fidedigno, sin caer en excesos y respetando la dignidad humana, el segundo no investiga las circunstancias de los hechos ocurridos, se enfocan en al aspecto morboso y escandaloso de la noticia, además de difundir, en algunas oportunidades, información espeluznante y no verídica para llamar la atención de los lectores.

Pero estas disimilitudes no solo se refieren a la información manipulada, sino, a la forma de presentarla. Mientras la prensa llamada “seria” apela a modelos clásicos, carece de colores llamativos en sus titulares y expone un tipo de letra moderado, el periodismo sensacionalista resalta abusivamente fotografías cruentas sobre muertes, accidentes o crímenes, gamas cromáticas llamativas, hechos catastróficos y gran tipografía en sus titulares.




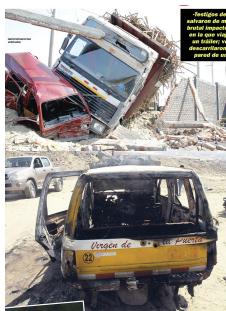
3.3. Hipótesis





La fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite influye significativamente en las reacciones emotivas de los lectores del distrito de Trujillo.

3.4. Variables

- **Dependiente:** Reacciones emotivas de los lectores del distrito de Trujillo.
- **Independiente:** Fotografía del Informe Especial del Vespertino Satélite.

3.5. Operacionalización de Variables

Hipótesis	Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional
<p>V.I.</p> <p>El elemento fotográfico de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite</p> <p>(influye significativamente en las)</p>	<p>Independiente</p> <p>El elemento fotográfico de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite</p>	<p>Son las fotografías que acompañan al informe especial. Contiene una fuerte carga psicológica, tanto del autor a la hora de elegir y componer el tema, como por parte del espectador al momento de analizar e interpretar la imagen correspondiente.</p> <p>La estructura del Informe Especial contiene cinco pasos o partes para desarrollar el informe especial: descripción y características del hecho; las características del contexto que rodean al hecho; cifras y estadísticas; protagonistas del hecho; salida o finalización del informe.</p>	<p>1. Fotografías que acompañan el Informe Especial con fuerte carga psicológica. La estructura del Informe Especial contiene cinco pasos:</p> <p>1.1. Descripción y características del suceso y objeto.</p>	<p>1.1. Fotografías que acompañan a la descripción del SUCESO y OBJETO.</p>   <p>1.2. Fotografías que acompañan a las características del CONTEXTO o LUGAR:</p>

			<p>1.2. Las características del contexto o lugar.</p> <p>1.3. Cifras y estadísticas.</p> <p>1.4. Protagonistas del hecho.</p> <p>(Las fotografías acompañan a las partes pertinentes del Informe Especial: 2.1, 2.2 y 2.4).</p> <p>1. Reacciones psicofisiológicas que representan modos de adaptación a ciertos estímulos del individuo cuando percibe un objeto, persona, lugar, suceso, o recuerdo.</p>	  <p>1.4 Fotografías que acompañan al PROTAGONISTA O PERSONA:</p>  
--	--	--	--	--

<p>V.D.</p> <p>reacciones emotivas de los lectores del distrito de Trujillo, de enero a setiembre del año 2016.</p>	<p>Dependiente</p> <p>Reacciones emotivas de los lectores del distrito de Trujillo.</p>	<p>Reacciones psicofisiológicas que representan modos de adaptación frente a ciertos estímulos del individuo cuando percibe un objeto, persona, lugar, suceso, o recuerdo importante. Psicológicamente, las emociones alteran la atención y la percepción (Goleman, D. 1975). Se expresan físicamente mediante alguna función fisiológica e incluye reacciones de conducta.</p>		<p>Las ocho emociones básicas que describe la rueda de Plutchick son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alegría • Confianza • Miedo • Sorpresa • Tristeza • Disgusto • Enojo • Anticipación
--	--	---	--	--



3.6. Metodología

3.6.1. Población

Tabla 1

Población y muestra de lectores de la fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, entre 25 y 50 años, según urbanizaciones

Urbanización	Cantidad	Muestra
La Noria	13 000	150
Chicago	12 000	138
Rázuri	8 000	92
	33 000	380

Nota. Tomado de la base de datos de la Asociación Municipal de Alcaldes Vecinales de Trujillo.

3.6.2. Muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1)E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50) \cdot (33\,000)}{(33\,000 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(0.96) \cdot (33\,000)}{82.49 + 0.96}$$

$$n = \frac{31\,680}{83.45} = 379.62$$

Muestra estratificada

$$n_h = \frac{N_h}{N} \times n_c$$

$$n_h = \frac{13\,000}{33\,000} \times 380 \quad \text{La Noria} = 149.6$$



$$n_h = \frac{12\ 000}{33\ 000} \times 380 \quad \text{Chicago} = 138.1$$

$$n_h = \frac{8\ 000}{33\ 000} \times 380 \quad \text{Rázuri} = 92.1$$

379.8

3.6.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Los datos fueron recogidos en una encuesta con 10 preguntas cerradas basadas en las ocho emociones básicas propuestas en la rueda de Plutchik.

El objetivo de la encuesta fue determinar el tipo de reacción emotiva que presentaron las personas frente a 10 ítems. En cada ítem se presentó fotografías periodísticas exhibidas en publicaciones anteriores, con su respectiva descripción referencial.

3.6.4. Procedimiento

El encuestado seleccionó una de las emociones presentadas, encerrando en un círculo o marcando la respuesta que estimó conveniente. A la muestra seleccionada se le aplicó la encuesta. Los datos recogidos se expresaron en cuadros ordinales:

Tabla 2

Población y muestra de lectores de la fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, entre 25 y 50 años, según nivel de influencia

Nivel	Puntaje	%
Muy alto	305-380	81-100
Alto	229-304	61-80
Moderado	153-228	41-60
Bajo	77-152	21-40
Muy bajo	0-76	0-20



Figura 1

Reacciones emotivas de los lectores a las fotografías de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, según sexo

Emociones	Masculino		Femenino		Total Parcial	Total
	F	%	F	%		

Figura 2

Reacciones emotivas de los lectores a las fotografías de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, según edad

Emociones	25-38 años		39-50 años		Total Parcial	Total
	F	%	F	%		

3.6.5. Diseño de contrastación

Para contrastar la hipótesis, se seleccionó el diseño descriptivo / causal:

M ----- O

Donde:

M= Influencia en las emociones de los lectores

O = La fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite

3.6.6. Procesamiento y análisis de datos

Los datos fueron procesados por el programa SPSS. A estos resultados se añadieron los gráficos correspondientes y se hizo el análisis respectivo de los mismos.

3.6.7. Consideraciones éticas

En la recolección de datos se omitió, por respeto a la dignidad de la persona, los nombres de los encuestados.

**IV. RESULTADOS**

El presente trabajo se propuso demostrar que la fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite tuvo un nivel significativo de influencia en las reacciones emocionales de sus lectores, del distrito de Trujillo.

Los resultados estuvieron orientados a mostrar las reacciones emocionales más frecuentes en los lectores, de acuerdo al sexo y edad de los mismos. En la primera tabla se mostró las reacciones emocionales de sus lectores, según el sexo.

Tabla 3

Reacciones emocionales más relevantes de los lectores a las fotografías de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, según el sexo

Emociones	Masculino		Femenino		Total	
	F	%	F	%	F	%
Enojo	39	19,6	36	19,9	75	19,7
Miedo	21	10,6	51	28,2	72	18,9
Disgusto	55	27,6	23	12,7	78	20,5
Confianza	0	0	0	0	0	0
Tristeza	52	26,1	56	30,9	108	28,4
Sorpresa	29	14,6	15	8,3	44	11,5
Alegría	3	1,5	0	0	3	0,7
Anticipación	0	0	0	0	0	0
TOTAL	199	100	181	100	380	99,7

Nota. La segunda tabla mostró las reacciones emocionales de los lectores del Vespertino Satélite, según edad:



Tabla 4

Reacciones emocionales más relevantes de los lectores a las fotografías de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, según edad

Emociones	25-38 años		39-50 años		Total Parcial	Total
	F	%	F	%		
Enojo	43	28,4	32	13,9	75	19,7
Miedo	28	18,5	44	19,2	72	18,9
Disgusto	21	13,9	57	24,8	78	20,5
Confianza	0		0		0	0
Tristeza	32	21,1	76	33,1	108	28,4
Sorpresa	25	16,5	19	8,2	44	11,5
Alegría	2	1,3	1	0,4	3	0,7
Anticipación	0		0		0	0
TOTAL	151	100	229	100	380	99,7



V. DISCUSIÓN

Para la tabla 3, en ambos grupos, el mayor porcentaje de reacción emocional fueron: tristeza (28,4 %), disgusto (20,5 %), enojo (19,7 %) y miedo (18,9 %). En tal sentido, comparando las reacciones emocionales de cada grupo, según el sexo, se determinó que las mayores reacciones emocionales en los varones fueron: disgusto (27,6 %), tristeza (26,1 %) y enojo (19,6 %). Mientras tanto, en las mujeres estas reacciones se dieron de la siguiente manera: tristeza (30,9 %), miedo (28,2 %) y enojo (19,9 %).

Para la tabla 4, el resultado total muestra que el mayor porcentaje de emociones de sus lectores está relacionado con la tristeza (28,4 %), disgusto (20,5 %), enojo (19,7 %) y miedo (18,9 %).

Al comparar estos grupos de edad, las emociones más relevantes fueron:

Entre 25 y 38 años: enojo (28,4 %), tristeza (21,1 %), miedo (18,5 %) y sorpresa (16,5 %). Entre 39 y 50 años: tristeza (33,1 %), disgusto (24,8 %), miedo (19,2 %) y enojo (13,9 %).

Dichas respuestas emocionales no sorprenden porque, como señala Weiten (2006, p. 405), las “experiencias profundas e importantes de la vida están llenas de emociones”. Asimismo, afirma también que las emociones están constituidas por tres componentes esenciales:

- a. Es una experiencia subjetiva consciente (lo cognoscitivo)
- b. Una excitación corporal (comportamiento fisiológico)
- c. Las expresiones externas típicas (el comportamiento conductual)



A ello hay que agregar la afirmación de Morris y Maisto (2005, p. 353), haciendo referencia a la teoría de las emociones de James-Lange: “que los estímulos ambientales causan cambios fisiológicos en nuestro cuerpo, los cuales interpretamos como ‘emociones’”.

En la misma línea, los autores completan sus palabras, diciendo: “el objeto simplemente percibido se convierte en objeto emocionalmente sentido”. Así, en el caso de la presente investigación, el objeto percibido es la fotografía que se muestra al lector del Vespertino Satélite.

De igual forma, las investigaciones realizadas apoyan estos resultados. El artículo publicado en Suiza por Mujica, titulado “*El impacto de los medios en la sociedad*”, en una de sus conclusiones afirma que los medios de comunicación masiva influyen en los modos de hablar, pensar, sentir y razonar de los seres humanos. Incluso, afirma que hasta en la cotidianeidad nos impactan de manera significativa.

En otro trabajo, Dhalía (2013), en su ensayo “*Comunicación sensacionalista, impacto perjudicial*”, concluye que el sensacionalismo convierte a sus receptores en una especie de “entes ansiosos de buscar información escalofriante”.

En la misma línea, reforzaremos con más opiniones. Levenson (1994) afirma que las emociones son respuestas psicofisiológicas que reflejan las diversas formas de un individuo para adaptarse a lugares, sucesos, recuerdos o personas. También Goleman (2000) sostiene que las emociones son reacciones psicofisiológicas vinculadas a sentimientos, pensamientos y ciertas formas de actuar. Finalmente, Biagi (2009) afirma que la población adulta, hoy en día, está en contacto con los medios más de la mitad del tiempo que permanece despierta. Es por ello que los medios inciden en casi todos los aspectos de su vida. Esta situación hace que la población adulta muestre endurecimiento



en sus emociones, como ocurre con los cirujanos y enfermeras respecto al dolor y atención de personas accidentadas que acuden a los hospitales.

Para Feldman, R. S. (2006, p. 324-326), el vivenciar emociones negativas como: ira (enojo), tristeza y miedo conducen a desajustes en la personalidad. La ira (o enojo) ocasiona irritación, hostilidad, desprecio, celos. La tristeza provoca: agonía, pesadumbre, culpa y soledad. Además, el temor produce: miedo intenso y preocupación.

En la misma línea, Cotrufo y Ureña Bares (2018, pp. 72-98) afirman que el miedo es una emoción desagradable que genera: malestar, preocupación y sensación de pérdida de control. La ira o enojo produce: frustración, amenaza o daño y presenta una gran destructiva o autodestructiva. Asimismo, la tristeza tiene efectos dolorosos y negativos que conducen a la depresión. Además, quienes la padecen pueden presentar estados de desánimo, melancolía y pérdida de energía, que pueden conllevar a una atención médica.

Figura 3

Prueba de la hipótesis con el X^2

Encontrar f_c :

$$E_{11} = \frac{(167)(75)}{333} = 37.6 \quad E_{12} = \frac{(166)(75)}{333} = 37.38$$

$$E_{21} = \frac{(167)(72)}{333} = 36.1 \quad E_{22} = \frac{(166)(72)}{333} = 35.89$$

$$E_{31} = \frac{(167)(78)}{333} = 39.1 \quad E_{32} = \frac{(166)(78)}{333} = 38.88$$



$$E_{41} = \frac{(167)(108)}{333} = 54.16 \quad E_{42} = \frac{(166)(108)}{333} = 53.83$$

Calcular valor χ^2

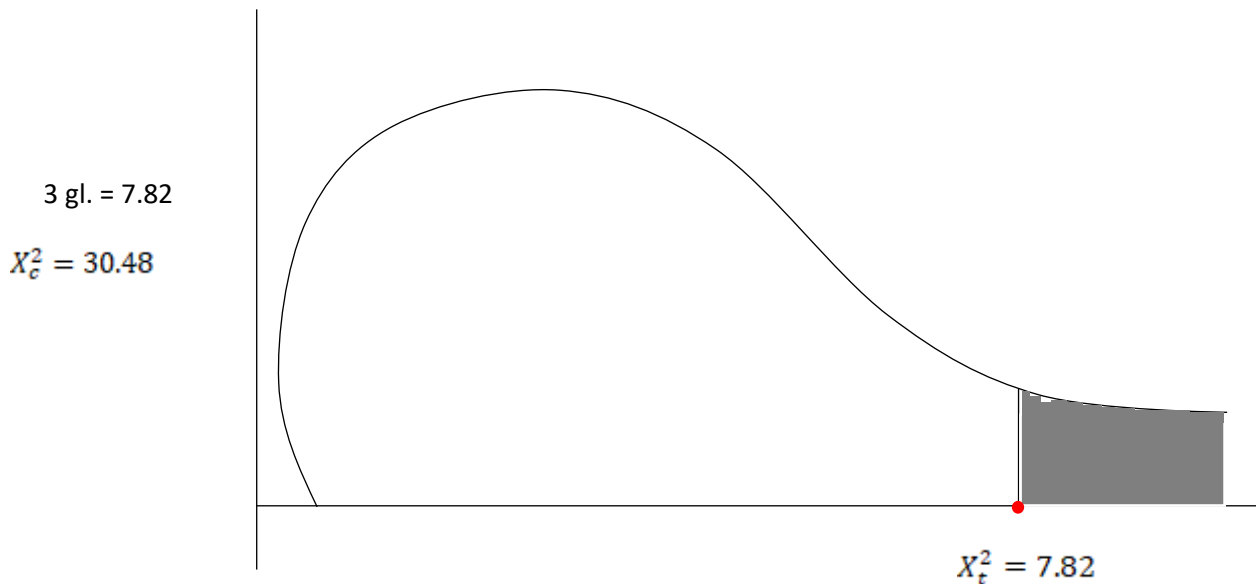
$$\chi^2 =$$

$$\sum \left(\frac{39-37.6}{37.6} \right)^2 + \left(\frac{21-36.1}{36.1} \right)^2 + \left(\frac{55-39.11}{39.11} \right)^2 + \left(\frac{52-54.16}{54.16} \right)^2 + \left(\frac{37-37.38}{37.38} \right)^2 +$$

$$\left(\frac{51-35.89}{35.89} \right)^2 + \left(\frac{23-38.88}{38.88} \right)^2 + \left(\frac{56-53.83}{53.83} \right)^2$$

$$\sum (0.05 + 6.31 + 6.45 + 0.086 + 0.05 + 6.36 + 6.48 + 4.70)$$

$$\chi^2_c = \sum (30.48)$$



Si $\chi^2_c > \chi^2_T$ ----- r Ho

30.48 7.82

**Tabla 5**

Frecuencia de reacciones emocionales más relevantes a las fotografías de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, según el sexo de los lectores

EMOCIONES	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
	F	F	F
Enojo	39	36	75
Miedo	21	51	72
Disgusto	55	23	78
Tristeza	52	56	108
	167	166	333



VI. CONCLUSIONES

En la presente investigación se ha llegado a las conclusiones siguientes:

1. Las reacciones emocionales más frecuentes en los lectores del Vespertino Satélite, al ver las fotografías publicadas en la sección Informe Especial, son tristeza y disgusto.
2. Las reacciones emocionales más recurrentes en los lectores del Vespertino Satélite, al ver las fotografías publicadas en la sección Informe Especial, de acuerdo a su sexo son: en los varones (disgusto, tristeza y enojo); en las mujeres (tristeza, miedo y enojo).
3. Las reacciones emocionales más recurrentes en los lectores del Vespertino Satélite, al ver las fotografías publicadas en la sección Informe Especial, de acuerdo a su edad son: entre 25 y 38 años (enojo, tristeza, miedo y sorpresa); entre 39 y 50 años (tristeza, disgusto, miedo y enojo).
4. El nivel de influencia de la fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, en las emociones de sus lectores, es significativa. La prueba del Chi cuadrado aplicado dio como resultado un chi cuadrado calculado mayor que el Chi cuadrado tabular (30.48 y 7.82, respectivamente). En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada en el trabajo.



VII. RECOMENDACIONES

1. Sugerir a los docentes que enseñan asignaturas de Periodismo que conciencien a sus estudiantes sobre el impacto negativo que las fotografías de violencia generan en las reacciones emotivas de los lectores de diarios. Ello para evitar el abuso de imágenes fotográficas sensacionalistas, reducir el tratamiento sensacionalista de las mismas y no contribuir al endurecimiento ético-emocional de los estudiantes y la población lectora.
2. Alcanzar los resultados del presente trabajo a los responsables periodísticos del Vespertino Satélite. Ello con la finalidad de poner en práctica el ejercicio de la autorregulación, en el sentido de no abusar con la publicación de fotografías que reflejen distintas formas de violencia emocional o hechos relacionados con la misma. Se debe evitar el saturar a los lectores con imágenes sensacionalistas de violencia, que afecten su aspecto emocional.



VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arboccó, M. y O'Brien, J. (2012). *Impacto de la 'televisión basura' en la mente y la conducta de niños y adolescentes*. Universidad Femenina del Sagrado Corazón (Lima). Tomado de:

https://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2012/3/avances_arbocco_o_5.pdf

Biagi, Sh. (2009), *Impacto de los medios de comunicación* (8ª. ed.). Cengage-Learning.

Buller, D. y Burgoon, J. (1996). *Teoría del engaño interpersonal*. Tomado de: https://hmong.es/wiki/Interpersonal_deception_theory

Coon, D. y Mitterer, John O., *Introducción a la Psicología. El acceso a la mente y la conducta* (12ª. ed.). Cengage- Learning.

Cotrufo, T. y Ureña Bares, J.M. (2018), *El cerebro y las emociones. Sentir, pensar y decidir*. Bonalletra Alcompas, S.L.

Cotrufo, T. y Ureña, J. (2018), *El cerebro y las emociones. Sentir, pensar, decidir*. (12ª. ed.). Pearson.

Feldman, R.S. (2006), *Psicología con aplicaciones en países de habla hispana* (6ª. ed.). Mc Graw Hill.

Fernández, C. y Galguera, L. (2009), *Teorías de la Comunicación*. McGraw Hill.

Goleman, D. (2000), *La inteligencia emocional*. Verlap S.A. Tomado de: <http://www.revista-gadget.es/reportaje/provocar-impacto-emocional-fotografia/https://definicion.de/periodismo/>, con fecha mayo de 2019.

Grijelmo, A. (2008), *El estilo del periodista*, (1ª. edición). España: Bonalletra Alcompas, S. L.



Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2008. *Definición de periodismo*.

Tomado de: <https://definicion.de/periodismo/>, con fecha mayo de 2019.

Levenson, R. (1994). *La búsqueda de la especificidad autonómica*. Tomado de: <https://bpl.berkeley.edu/docs/72-Autonomic%20Specificity03.pdf>

Mallol, B. (2012). *¿Cómo provocar impacto emocional con la fotografía?* Tomado de: <http://www.revista-gadget.es/reportaje/provocar-impacto-emocional-fotografia/>

Margarita Rodríguez Suárez. Publicado: 2012. *La rueda de las emociones de R.*

Plutchick. Tomado de: <http://soberanamente.com/la-rueda-de-las-emociones-de-r-plutchik/>, con fecha enero 2019.

Meca, R. (2022). *Expresión emocional: su importancia e intervención con los más pequeños*. Tomado de: <https://www.fundacioncadah.org/web/printPDF.php?idweb=1&account=j289eghf d7511986&contenido=expresion-emocional-su-importancia-e-intervencion-con-los-mas-pequenos->

Miró Quesada G., Alejandro (1991), *El periodismo*. El Amauta S.A.

Milagros Pérez Oliva. Publicado: 2014. *Dicotomía difusa entre periodismo serio y el sensacionalista*. Tomado de:

<http://yellowkiducm.blogspot.com/2014/12/origen-del-periodismo-sensacionalista.html>, con fecha enero 2019.

Morris, Ch. G. y Maisto, A. A. (2005), *Psicología* (12ª. ed.). Pearson.

Mujica, C. (2015). *El impacto de los medios en la sociedad*. Tomado de: <https://ar.blastingnews.com/opinion/2015/05/el-impacto-de-los-medios-en-la-sociedad-00388169.html>

Rodríguez, R. (2008). *Repasando las funciones elementales del periodismo*. Tomado de: <https://www.observatorioducatel.cl/repasando-las-funciones-elementales-del-periodismo-richard-rodriguez-revollar/>

Weiten, Wayne (2006), *Psicología, temas y variaciones* (6ª. ed.). Thomson.



IX. ANEXOS

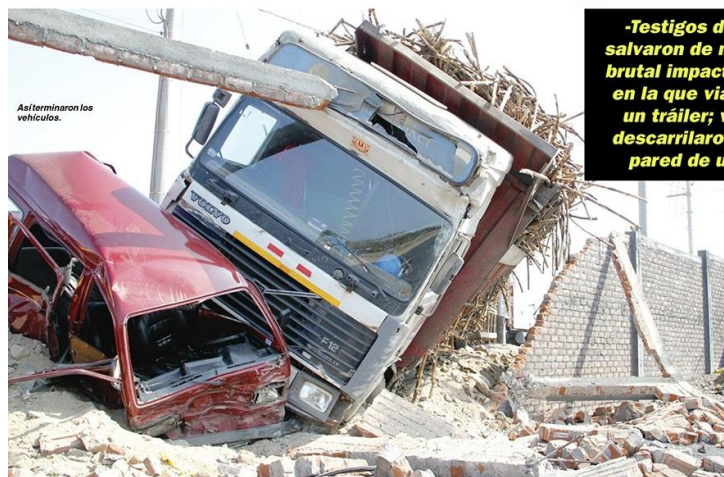
Sexo: _____

Edad: _____

ENCUESTA

INSTRUCCIONES: A continuación, lea las preguntas y encierre en un círculo la respuesta que estime conveniente.

1. La siguiente fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, referida al choque de un tráiler y una camioneta rural (OBJETO), ¿qué reacción emocional produce en usted?



- | | | | |
|-------------|-------------|-------------|-----------------|
| a) Enojo | b) Miedo | c) Disgusto | d) Confianza |
| e) Tristeza | f) Sorpresa | g) Alegría | h) Anticipación |



2. La siguiente fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, referida a un taxi quemado porque su dueño se negó a pagar cupos de extorsión (OBJETO), ¿qué reacción emocional produce en usted?



- a) Enojo b) Miedo c) Disgusto d) Confianza
e) Tristeza f) Sorpresa g) Alegría h) Anticipación

3. La siguiente fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, referida a una adolescente de 17 años ultrajada sexualmente, asesinada y quemada (SUCESO), ¿qué reacción emocional produce en usted?



- a) Enojo b) Miedo c) Disgusto d) Confianza
e) Tristeza f) Sorpresa g) Alegría h) Anticipación

4. La siguiente fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, referida a un triple feminicidio ocurrido en El Porvenir (SUCESO), ¿qué reacción emocional produce en usted?



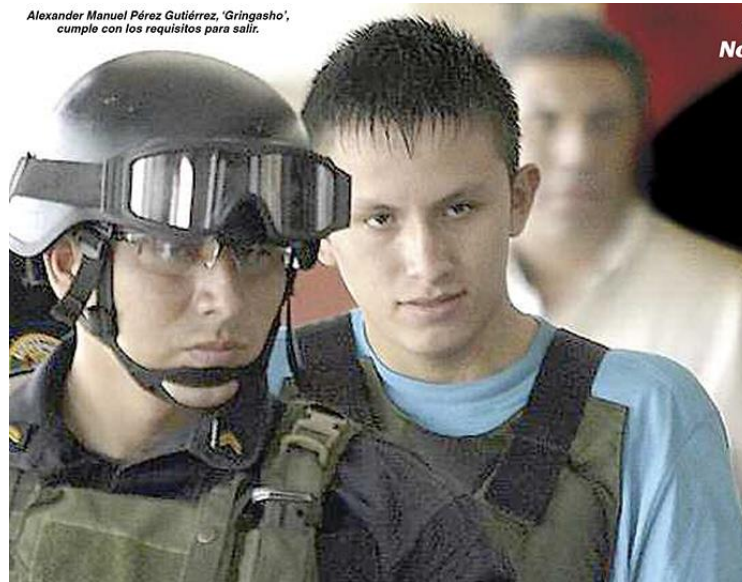
- a) Enojo b) Miedo c) Disgusto d) Confianza
e) Tristeza f) Sorpresa g) Alegría h) Anticipación

5. La siguiente fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, referida a un líder de la banda 'La Jauría', asesinado a balazos (PERSONA), ¿qué reacción emocional produce en usted?



- a) Enojo b) Miedo c) Disgusto d) Confianza
e) Tristeza f) Sorpresa g) Alegría h) Anticipación

6. La siguiente fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, referida al sicario juvenil alias 'Gringasho' (PERSONA), ¿qué reacción emocional produce en usted?



- a) Enojo b) Miedo c) Disgusto d) Confianza
e) Tristeza f) Sorpresa g) Alegría h) Anticipación

7. La siguiente fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, referida al velatorio de una mujer policía asesinada (LUGAR), ¿qué reacción emocional produce en usted?



- a) Enojo b) Miedo c) Disgusto d) Confianza
e) Tristeza f) Sorpresa g) Alegría h) Anticipación



8. La siguiente fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, referida a la escena del crimen de un delincuente apodado 'Chichanga' (LUGAR), ¿qué reacción emocional produce en usted?



- a) Enojo b) Miedo c) Disgusto d) Confianza
e) Tristeza f) Sorpresa g) Alegría h) Anticipación
9. La siguiente fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, referida al incendio ocurrido en el emporio de calzado Apiat (RECUERDO), ¿qué reacción emocional produce en usted?



- a) Enojo b) Miedo c) Disgusto d) Confianza
e) Tristeza f) Sorpresa g) Alegría h) Anticipación



10. La siguiente fotografía de la sección Informe Especial del Vespertino Satélite, referida al accidente de la empresa Línea, ocurrido en Virú, en el cual fallecieron nueve personas (RECUERDO), ¿qué reacción emocional produce en usted?



a) Enojo
e) Tristeza

b) Miedo
f) Sorpresa

c) Disgusto
g) Alegría

d) Confianza
h) Anticipación



INFORME DE LA VALIDACION A JUICIO DE EXPERTO

Yo, **PEPE ALEXANDER HIDALGO JIMÉNEZ**, identificado con **DNI N° 40720614**, de profesión Comunicador Social, declaro haber revisado, en condición de experto el instrumento (cuestionario) correspondiente a la investigación titulada **‘LA FOTOGRAFÍA DE LA DE LA SECCIÓN INFORME ESPECIAL DEL VESPERTINO SATÉLITE Y SU INFLUENCIA EN LAS REACCIONES EMOTIVAS DE LOS LECTORES’**, cuyo autor es el señor, Lic. **CARLOS EDWIN FLORES BALAREZO**.

Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración			
	Muy Buena	Buena	Regular	Deficiente
Los ítems son coherentes con la dimensión que se le está midiendo.	X			
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.	X			
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.	X			

Fecha: **Trujillo 11 de mayo de 2022**

Apellidos y Nombres: **Hidalgo Jiménez, Pepe Alexander**

Grado académico: **Magíster**



INSTRUCCIONES: Coloque en el recuadro de cada criterio de calificación la palabra SI o NO, de acuerdo con las preguntas reúnen los criterios indicados.

Ficha de validación del instrumento

Ítems	Coherencia	Claridad	Relevancia	Observaciones
1	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA, TODO CORRECTO
2	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA, TODO CORRECTO
3	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA, TODO CORRECTO
4	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA, TODO CORRECTO
5	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA, TODO CORRECTO
6	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA, TODO CORRECTO
7	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA, TODO CORRECTO
8	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA, TODO CORRECTO
9	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA, TODO CORRECTO
10	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA, TODO CORRECTO
TOTAL	10 SÍ	10 SÍ	10 SÍ	

Juez experto : Mg. Pepe A. Hidalgo Jiménez

Fecha : 11/ 05/ 2022



INFORME DE LA VALIDACION A JUICIO DE EXPERTO

Yo, **RANDY EDUARDO REYES SÁNCHEZ**, identificado con **DNI N° 46681389**, de profesión **FOTOPERIODISTA**, declaro haber revisado, en condición de experto el instrumento (cuestionario) correspondiente a la investigación titulada **‘LA FOTOGRAFÍA DE LA DE LA SECCIÓN INFORME ESPECIAL DEL VESPERTINO SATÉLITE Y SU INFLUENCIA EN LAS REACCIONES EMOTIVAS DE LOS LECTORES’**, cuyo autor es el señor, Lic. **CARLOS EDWIN FLORES BALAREZO**.

Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración			
	Muy Buena	Buena	Regular	Deficiente
Los ítems son coherentes con la dimensión que se le está midiendo.	X			
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.	X			
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.	X			

Fecha: **Trujillo 11 de mayo de 2022**

Apellidos y Nombres: **Reyes Sánchez, Randy Eduardo**

Grado académico: **Bachiller**



INSTRUCCIONES: Coloque en el recuadro de cada criterio de calificación la palabra SI o NO, de acuerdo con las preguntas reúnen los criterios indicados.

Ficha de validación del instrumento

Ítems	Coherencia	Claridad	Relevancia	Observaciones
1	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA
2	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA
3	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA
4	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA
5	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA
6	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA
7	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA
8	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA
9	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA
10	SÍ	SÍ	SÍ	NINGUNA
TOTAL	10 SÍ	10 SÍ	10 SÍ	

Juez experto : Randy Reyes Sánchez

Fecha : 11/ 05/ 2022



INFORME DE LA VALIDACION A JUICIO DE EXPERTO

Yo, **LILIANA ELIZABETH CUBAS DIAZ**, identificado con **DNI N° 40135322**, de profesión **PSICOTERAPEUTA**, declaro haber revisado, en condición de experto el instrumento (cuestionario) correspondiente a la investigación titulada '**LA FOTOGRAFÍA DE LA DE LA SECCIÓN INFORME ESPECIAL DEL VESPERTINO SATÉLITE Y SU INFLUENCIA EN LAS REACCIONES EMOTIVAS DE LOS LECTORES**', cuyo autor es el señor, Lic. **CARLOS EDWIN FLORES BALAREZO**.

Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración			
	Muy Buena	Buena	Regular	Deficiente
Los ítems son coherentes con la dimensión que se le está midiendo.	X			
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.	X			
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.	X			

Fecha: **Trujillo 11 de mayo de 2022**

Apellidos y Nombres: Cubas Diaz,

Liliana Elizabeth

Grado académico: Licenciada



INSTRUCCIONES: Coloque en el recuadro de cada criterio de calificación la palabra SI o NO, de acuerdo con las preguntas reúnen los criterios indicados.

Ficha de validación del instrumento

Ítems	Coherencia	Claridad	Relevancia	Observaciones
1	SÍ	SÍ	SÍ	SIN NOVEDAD
2	SÍ	SÍ	SÍ	SIN NOVEDAD
3	SÍ	SÍ	SÍ	SIN NOVEDAD
4	SÍ	SÍ	SÍ	SIN NOVEDAD
5	SÍ	SÍ	SÍ	SIN NOVEDAD
6	SÍ	SÍ	SÍ	SIN NOVEDAD
7	SÍ	SÍ	SÍ	SIN NOVEDAD
8	SÍ	SÍ	SÍ	SIN NOVEDAD
9	SÍ	SÍ	SÍ	SIN NOVEDAD
10	SÍ	SÍ	SÍ	SIN NOVEDAD
TOTAL	10 SI	10 SI	10 SI	

Juez experto : Liliana E. Cubas Diaz

Fecha : 11/ 05/ 2022



INFORME DE LA VALIDACION A JUICIO DE EXPERTO

Yo, **HANS ANTONIO LAZARO ASALDE**, identificado con DNI N° **43974135**, de profesión **REPORTERO GRÁFICO**, declaro haber revisado, en condición de experto el instrumento (cuestionario) correspondiente a la investigación titulada '**LA FOTOGRAFÍA DE LA DE LA SECCIÓN INFORME ESPECIAL DEL VESPERTINO SATÉLITE Y SU INFLUENCIA EN LAS REACCIONES EMOTIVAS DE LOS LECTORES**', cuyo autor es el señor, **CARLOS EDWIN FLORES BALAREZO**

Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración			
	Muy Buena	Buena	Regular	Deficiente
Los ítems son coherentes con la dimensión que se le está midiendo.	X			
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.	X			
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.	X			

Fecha: **Trujillo 11 de mayo de 2022**

Apellidos y Nombres: **HANS ANTONIO**

LAZARO ASALDE

Grado académico: **Fotógrafo profesional**



INSTRUCCIONES: Coloque en el recuadro de cada criterio de calificación la palabra SI o NO, de acuerdo con las preguntas reúnen los criterios indicados.

Ficha de validación del instrumento

Ítems	Coherencia	Claridad	Relevancia	Observaciones
1	SÍ	SÍ	SÍ	SIN OBSERVACIONES
2	SÍ	SÍ	SÍ	SIN OBSERVACIONES
3	SÍ	SÍ	SÍ	SIN OBSERVACIONES
4	SÍ	SÍ	SÍ	SIN OBSERVACIONES
5	SÍ	SÍ	SÍ	SIN OBSERVACIONES
6	SÍ	SÍ	SÍ	SIN OBSERVACIONES
7	SÍ	SÍ	SÍ	SIN OBSERVACIONES
8	SÍ	SÍ	SÍ	SIN OBSERVACIONES
9	SÍ	SÍ	SÍ	SIN OBSERVACIONES
10	SÍ	SÍ	SÍ	SIN OBSERVACIONES
TOTAL	10 SI	10 SI	10 SI	

Juez experto : HANS ANTONIO LAZARO ASALDE

Fecha : 11/ 05/ 2022

Firma:



INFORME DE LA VALIDACION A JUICIO DE EXPERTO

Yo, **ALFREDO MANUEL GALINDO PERALTA**, identificado con **DNI N° 17866714**, de profesión Licenciado en Ciencias de la Comunicación, declaro haber revisado, en condición de experto el instrumento (cuestionario) correspondiente a la investigación titulada '**LA FOTOGRAFÍA DE LA SECCIÓN INFORME ESPECIAL DEL VESPERTINO SATÉLITE Y SU INFLUENCIA EN LAS REACCIONES EMOTIVAS DE LOS LECTORES**', cuyo autor es el señor, Lic. **CARLOS EDWIN FLORES BALAREZO**.

Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración			
	Muy Buena	Buena	Regular	Deficiente
Los ítems son coherentes con la dimensión que se le está midiendo.	X			
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.	X			
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.	X			

Fecha: **Trujillo 11 de mayo de 2022**

Apellidos y Nombres: Galindo Peralta,

Alfredo Manuel

Grado académico: Estudios de Maestría



INSTRUCCIONES: Coloque en el recuadro de cada criterio de calificación la palabra SI o NO, de acuerdo a si las preguntas reúnen los criterios indicados.

Ficha de validación del instrumento

Ítems	Coherencia	Claridad	Relevancia	Observaciones
1	SI	SI	SI	NINGUNA
2	SI	SI	SI	NINGUNA
3	SI	SI	SI	NINGUNA
4	SI	SI	SI	NINGUNA
5	SI	SI	SI	SE SUGIERE CONSIGNAR OTRAS ALTERNATIVAS, POR EJEMPLO: "TRANQUILIDAD" O "PREOCUPACIÓN", ETC.
6	SI	SI	SI	NINGUNA
7	SI	SI	SI	NINGUNA
8	SI	SI	SI	NINGUNA
9	SI	SI	SI	NINGUNA
10	SI	SI	SI	NINGUNA
TOTAL	10 SÍ	10 SÍ	10 SÍ	

Juez experto : Lic. Alfredo Manuel Galindo Peralta

Fecha : 11/ 05/ 2022

Firma :