

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
Escuela Profesional de Periodismo



TESIS

*Análisis del contenido sensacionalista del programa
“Andrea”, Lima, 2025*

(Para optar el título profesional de Licenciada en Periodismo)

PRESENTADO POR:

Mariajose Ybaceta Cabezas

ASESOR (A):

César Augusto Smith Corrales

LIMA – PERÚ

2025

INFORME DE SIMILITUD DE LA TESIS DE MARIAJOSE YBACETA CABEZAS

INFORME	
Título del Trabajo de Investigación (Tesis)	Análisis Del Contenido Del Programa "Andrea", Lima, 2025
Autor/a del Trabajo de Investigación (Tesis)	Mariajose Ybaceta Cabezas DNI: 72813713
Asesor/a	Nombres y Apellidos: César Augusto Smith Corrales ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0187-0967 D.N.I: 40090002
Grado/Título para obtener	Título Profesional de Licenciada en Periodismo
Fecha de la aplicación del software Antiplagio	30 de noviembre del 2025
Índice de similitud	6.53 %
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %
Responsable de aplicación software Strike Plagiarism	Prisea Georgina Vilchez Samanez

Nombre de la organización

Universidad Jaime Bausate y Meza

Título

YC_Análisis del contenido sensacionalista del programa "Andrea", Lima, 2025

Autor Promotor

Mariajose YBACETE CABEZASPrisea Vilchez Samanez

Unidades organizativas

Universidad Jaime Bausate y Meza

Registro de similitudes

Los SCs muestran el porcentaje de palabras de tu documento que también aparecen en otros textos. Un valor alto no significa automáticamente plagio. El informe siempre debe revisarlo una persona autorizada.

6.53%

6.53%

CS 1

1.37%

1.37%

CCot

Nota: Ver informe de similitud completo

Lima, 14 de agosto del 2026



Prisea G. Vilchez Samanez
Jefe de Vigilancia de Originalidad del
Instituto de Investigación de la UJBM

DEDICATORIA

Para mi mamá, papá y hermano.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mi familia por haberme apoyado en cada momento de la realización de este trabajo de investigación.

ÍNDICE

INFORME DE SIMILITUD	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE ANEXOS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
 INTRODUCCIÓN	 xii
 CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	 13
1.1 Descripción del problema	16
1.2 Formulación del problema	16
1.2.1 Problema general	16
1.2.2 Problemas específicos	16
1.3 Objetivos de la investigación	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
1.4 Justificación de la investigación	17
1.4.1 Teórica	17
1.4.2 Metodológica	17
1.4.3 Práctica	18
1.5 Delimitación de la investigación	18
1.5.1 Temporal	18
1.5.2 Espacial	18
1.5.3 Social	18
 CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	 19
2.1 Marco histórico	19
2.2 Antecedentes de la investigación	21
2.2.1 Antecedentes internacionales	21

2.2.2	Antecedentes nacionales	24
2.3	Bases teóricas	28
2.3.1	Bases teóricas de la categoría	28
2.3.2	Bases teóricas de las subcategorías	29
2.3.3	Bases teóricas de los indicadores	29
2.4	Definición de términos básicos	33
2.4.1	Talk show	33
2.4.2	Yellow journalism	33
2.4.3	Espectacularización	34
2.4.4	Diarios chichas	34
2.4.5	Transgresión	34
2.4.6	Morbo	34
2.4.7	Emocionalización	34
2.4.8	Show	34
2.4.9	Farándula	34
2.4.10	Drama público	34
	 CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	 35
3.1	Categorías	35
3.1.1	Identificación y definición de las categorías	35
3.1.2	Operacionalización de la categoría y subcategorías	35
3.2	Métodos de investigación	35
3.3	Tipo, nivel y diseño de investigación	35
3.3.1	Tipo	36
3.3.2	Nivel	36
3.3.3	Diseño	36
3.4	Población y muestra	36
3.4.1	Población	37
3.1.1	Muestra	37
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
3.5.1	Técnicas	38
3.5.2	Instrumentos	38
3.6	Técnicas e instrumentos de procesamiento de datos	39
3.7	Validez del instrumento (si corresponde al enfoque)	39

CAPÍTULO IV. RESULTADOS	40
4.1 Descripción de resultados	40
4.1.1 Sobre el Contenido sensacionalista	40
4.1.2 Sobre la Exposición de la intimidad	40
4.1.3 Sobre el Discurso de solución	41
4.1.4 Sobre la Narrativa del conflicto	41
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN	43
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
6.1 Conclusiones	44
6.2 Recomendaciones	44
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
ANEXOS	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Matriz de operacionalización de las categorías	36
Tabla 2	Enlaces de los videos estudiados	38
Tabla 3	Validación de juicio de expertos	39

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Matriz de consistencia	53
Anexo 2.	Instrumento de recolección de datos	55
Anexo 3.	Fichas de validación del instrumento de investigación	77
Anexo 4.	Resultado de contenido sensacionalista	80
Anexo 5.	Resultado de exposición de la intimidad	81
Anexo 6.	Resultado de discurso de solución	82
Anexo 7.	Resultado de narrativa del conflicto	83

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar el contenido sensacionalista del programa “Andrea” durante el año 2025, emitido por ATV en Lima. Se empleó un enfoque cualitativo, de nivel hermenéutico y diseño de estudio de caso, considerando la complejidad simbólica y narrativa del fenómeno. La población estuvo conformada por los capítulos del programa centrados en conflictos privados, y la muestra incluyó once episodios seleccionados emitidos entre 2023 y 2025. Como técnica de recolección de datos se utilizó la observación, aplicando una guía previamente validada por juicio de expertos, y el procesamiento de la información se realizó mediante el *software* ATLAS.ti versión 9.

Los resultados evidencian que el programa “Andrea” construye su narrativa a partir de la exposición de la intimidad de los participantes, el uso de recursos sensacionalistas como el llanto, los enfrentamientos y la recreación de escenas privadas, así como un discurso de solución que ofrece respuestas rápidas y simbólicas. Asimismo, se identificó una narrativa del conflicto estructurada bajo fórmulas melodramáticas, caracterizadas por tensión, confrontaciones y desenlaces emocionalmente cargados.

En conclusión, el programa se configura como un producto televisivo que prioriza el impacto emocional y el rating sobre el rigor periodístico y los principios éticos, contribuyendo a la banalización del sufrimiento humano y a la consolidación del sensacionalismo en la televisión peruana.

Palabras clave: Sensacionalismo televisivo, programas testimoniales, exposición de la intimidad, narrativa del conflicto, discurso de solución, televisión peruana.

ABSTRACT

This research aimed to analyze the sensationalist content of the television program “Andrea” during 2025, broadcast by ATV in Lima. A qualitative approach was applied, with a hermeneutic level and case study design, considering the symbolic and narrative complexity of the phenomenon. The population consisted of episodes focused on private conflicts, and the sample included eleven programs aired between 2023 and 2025. Data collection was carried out through systematic observation using a guide validated by expert judgment, while data processing was conducted with ATLAS.ti version 9 software.

The findings reveal that “Andrea” builds its narrative through the exposure of participants’ intimacy, employing sensationalist resources such as tears, confrontations, dramatizations, and the disclosure of personal information. Likewise, the program incorporates a “discourse of solution” in which the host offers quick and symbolic answers to complex problems, reinforcing traditional values rather than fostering critical reflection. The narrative of conflict is structured under melodramatic formulas characterized by tension, confrontations, unexpected twists, and emotionally charged outcomes.

In conclusion, the program is configured as a television product that prioritizes emotional impact and ratings over journalistic rigor and ethical principles. Consequently, it contributes to the trivialization of human suffering and consolidates sensationalism within Peruvian television.

Keywords: Television sensationalism, testimonial programs, exposure of intimacy, narrative of conflict, discourse of solution, Peruvian television.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación titulado “Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima 2025”, se aborda un fenómeno mediático que ha marcado la televisión peruana contemporánea: la espectacularización de la intimidad y el uso de narrativas emocionales como recurso principal para captar audiencia. Para el desarrollo de investigación se utilizó una estructura organizada en diversos capítulos que se detallan a continuación.

En el capítulo I se expone la descripción de la realidad problemática en torno al sensacionalismo televisivo, formulando el problema general y los problemas específicos de investigación. Asimismo, se presentan los objetivos, tanto general como específicos, junto con la justificación teórica, metodológica y práctica que sustenta la importancia de la investigación, así como su delimitación en los ámbitos temporal, espacial y social.

En el capítulo II se desarrolla el marco teórico, el cual incluye antecedentes internacionales y nacionales, así como las principales bases conceptuales y teóricas relacionadas con el sensacionalismo, la exposición de la intimidad, el discurso de solución y la narrativa del conflicto. También se precisan las definiciones de términos básicos que orientan el estudio.

En el capítulo III se describe la metodología utilizada, detallando el enfoque, tipo, nivel y diseño de la investigación, así como la población, la muestra y los instrumentos de recolección y análisis de datos.

En el capítulo IV se presentan los resultados obtenidos tras la observación de los capítulos seleccionados del programa Andrea, organizados en función de las categorías y subcategorías previamente establecidas.

Finalmente, en el capítulo V se expone la discusión de los hallazgos a la luz del marco teórico y se plantean las conclusiones que evidencian el impacto del sensacionalismo televisivo en la construcción de narrativas mediáticas en el Perú.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

El sensacionalismo es un fenómeno mediático de gran alcance global que se caracteriza por la presentación exagerada, emocional y, en ocasiones, distorsionada de los hechos, con el objetivo principal de captar la atención del público. Esta estrategia comunicativa prioriza el impacto visual y narrativo por encima de la rigurosidad informativa, apelando frecuentemente al morbo, el escándalo, la violencia o la intimidad de los protagonistas. Desde sus orígenes en la prensa amarilla del siglo XIX, el sensacionalismo ha estado presente en diversas formas de comunicación, adaptándose a distintos formatos y tecnologías. En Estados Unidos, figuras como William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer impulsaron este estilo a través de titulares llamativos, ilustraciones dramáticas y un enfoque emocional de los hechos. En Europa, especialmente en el Reino Unido, los tabloides han sido reconocidos por recurrir al tratamiento superficial y escandaloso de la realidad, concentrándose en temas como la farándula, el crimen y los conflictos sociales (Campbell, 2001).

Con la llegada de las plataformas digitales y las redes sociales, el sensacionalismo ha adquirido nuevas formas. El uso de titulares tipo *clickbait*, la viralización de contenidos sin contexto y la priorización de la inmediatez sobre la veracidad han amplificado su alcance, afectando la calidad de la información y contribuyendo a la desinformación. Así, el sensacionalismo se configura como un fenómeno persistente en los medios de comunicación contemporáneos, con consecuencias relevantes tanto a nivel individual como social. Su estudio resulta necesario para comprender cómo ciertos formatos televisivos o digitales modelan la opinión pública, afectan la percepción de la realidad y reproducen narrativas que refuerzan estigmas o jerarquías simbólicas.

Este fenómeno se intensificó durante los años 2000, con la proliferación de *talk shows* y programas de entretenimiento que exponían conflictos personales y familiares ante las cámaras, muchas veces sin un filtro ético ni un análisis profundo de los temas abordados. Un caso paradigmático fue “Laura en América”, conducido por Laura Bozzo, cuyo formato centrado en la resolución pública de conflictos mediante el escándalo, la exageración emocional y la confrontación directa marcó un antes y un después en la historia de la televisión nacional. En otras palabras, sensacionalismo es 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, 2013, p. 28). Aunque fue duramente criticado, este tipo de contenido alcanzó gran popularidad y se integró al imaginario colectivo, moldeando la forma en que se representa el drama humano en la televisión.

Uno de los ejemplos más claros del sensacionalismo televisivo en el Perú fue el tratamiento mediático del asesinato de la cantante Alicia Delgado en 2009. Los medios priorizaron la especulación morbosa sobre su vida personal y las posibles causas del crimen, dejando de lado el respeto por los hechos y por la privacidad de las personas involucradas. A este tipo de cobertura se suman otros casos, como la exposición de detalles escandalosos en el programa “El valor de la verdad”, que no solo reforzó el sensacionalismo, sino que además afectó a las víctimas y a sus familiares, generando revictimización. La cobertura de desastres naturales y tragedias, como las ocurridas durante el fenómeno del Niño Costero en 2017, también ha sido terreno fértil para el sensacionalismo. En su afán por atraer la atención del público, muchos medios recurrieron a imágenes impactantes y titulares alarmistas, frecuentemente descontextualizados, lo que generó confusión y pánico colectivo, socavando la confianza en la información periodística. Según Rincón (2002), el sensacionalismo reduce la complejidad del mundo a historias emocionales, triviales y escandalosas, facilitando así el consumo rápido de información. Estas prácticas vulneran principios fundamentales del periodismo como la objetividad, la veracidad y el respeto por las personas, planteando serias interrogantes sobre el papel de los medios en una sociedad democrática. La ética periodística se ve constantemente desafiada por la necesidad de satisfacer las demandas comerciales y la competencia por la audiencia, lo cual conduce a la banalización de la información y a la distorsión de la realidad.

En este contexto, el programa “Andrea”, actualmente transmitido a nivel nacional, recoge muchos de los elementos sensacionalistas ya descritos: la exposición de la vida privada, el énfasis en los conflictos emocionales y un tratamiento dramatizado de los hechos. Aunque se presenta bajo una narrativa de ayuda social o mediación, el formato reproduce fórmulas similares a las de sus predecesores, lo que genera cuestionamientos sobre sus verdaderas intenciones y sus efectos en la audiencia (Miranda, 2016). Este tipo de contenido responde no solo a criterios de rating, sino que además influye en la percepción pública al banalizar problemáticas sociales y reforzar estereotipos.

El programa “Andrea” fue conducido por Andrea Llosa, quien es periodista en la televisión peruana, y también cumple un papel central dentro del formato. La conductora

participa activamente en el desarrollo de los conflictos, interviniendo como mediadora, orientando emocionalmente con palabras de aliento o dando un juicio crítico a los participantes. Su presencia no es neutral, ya que guía el rumbo de las conversaciones y encamina los casos hacia una aparente solución. De esta manera, la conductora se convierte en una pieza clave del programa, pues expone la vida privada y orienta la forma en que el público interpreta los conflictos mostrados en pantalla.

De hecho, muchos programas incluyen bromas o expresiones con las que el público se familiariza, generando identificación con los personajes invitados quienes, a menudo, reflejan su misma condición socioeconómica. La interpretación de estos personajes está asociada con estereotipos negativos vinculados al estrato social de la audiencia (Danilova, 2014). En este tipo de espacios, “las personas corrientes” pasan de ser anónimas a protagonistas, convirtiéndose en personajes cuya vida privada se transforma en el eje narrativo de los programas (Bueno, 2002). Estos programas presentan características que han sido asociadas con contenidos de baja calidad, dominados por la vulgaridad, lo escabroso y lo obscuro (Bueno, 2002). Sin embargo, gozan de amplia aceptación, y en todos los casos exponen la privacidad de los participantes, mostrando sus emociones y conflictos personales.

En la actualidad, el problema de investigación se encuentra vigente en la televisión peruana, ya que aún existen programas que poseen un formato testimonial como el programa "Andrea" cuyas narrativas corresponden con la exposición de la intimidad, conflicto dramatizado y el discurso de solución, y durante el periodo 2023-2025 se observa que estos recursos se usan de forma constante con el objetivo de captar audiencia; prueba de que el sensacionalismo está vigente y se ha consolidado como una estrategia más dentro de la programación televisiva local.

Hoy en día el panorama de medios en Lima y en canales de señal abierta como ATV, donde la presión de los ratings y la captación de la atención inmediata del público ha incrementado la necesidad de contar con contenidos emotivos, con conflictos en directo y con la exposición de conflictos familiares o personales como el eje central de las narrativas, demostrando de esta forma que el problema investigado no es algo del pasado; es una práctica presente que forma parte de la manera de construir los discursos mediáticos y de la percepción social frente a los conflictos personales.

Asimismo, la investigación evidencia que, en la televisión contemporánea, el sensacionalismo se adapta a nuevas formas de consumo mediático, integrándose con redes

sociales, clips virales y contenidos digitales que amplifican el impacto emocional de los programas. En este sentido, el programa “Andrea” representa un caso actual de cómo la televisión peruana sigue privilegiando el espectáculo sobre el análisis crítico, manteniendo un modelo narrativo que expone la intimidad y dramatiza los conflictos como estrategia de entretenimiento.

Por lo tanto, el problema de investigación no solo describe una situación observada en episodios específicos, sino que refleja una realidad vigente en la televisión peruana actual, donde el sensacionalismo continúa siendo un recurso dominante en la construcción de contenidos mediáticos.

Esta investigación busca analizar el contenido del programa “Andrea” y su influencia en la audiencia limeña actual, con el objetivo de contribuir a la reflexión sobre los límites éticos de la televisión, el rol de los medios en la construcción de la realidad y las implicancias sociales del entretenimiento mediático.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo se presenta el contenido sensacionalista del programa “Andrea”, Lima, 2025?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cómo se manifiesta la exposición de la intimidad en el programa “Andrea”, Lima, 2025?

¿Cómo se manifiesta el discurso de solución en el programa “Andrea”, Lima, 2025?

¿Cómo se manifiesta la narrativa de conflicto en el programa “Andrea”, Lima, 2025?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar el contenido sensacionalista del programa “Andrea” durante el año 2025.

1.3.2 Objetivos específicos

Analizar la exposición de la vida intimidad de los participantes en el programa “Andrea”, Lima, 2025.

Explicar el discurso de solución que construyen una narrativa de reconciliación en el programa “Andrea”, Lima, 2025.

Analizar la narrativa del conflicto entre los participantes en el programa “Andrea”, Lima, 2025.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

La presente investigación titulada “Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025”, se realiza porque permitirá ampliar la información que se tiene sobre el sensacionalismo en los programas de televisión actuales. Este fenómeno se conecta con la teoría de la *agenda-setting*, que indica que los medios tienen un poder significativo de influir en los temas que se consideran importantes. Además, la teoría de la espiral del silencio, propuesta por Noelle-Neumann (1974), puede ser útil para entender cómo el sensacionalismo en programas como “Andrea” contribuye a la construcción de opiniones predominantes, donde los individuos que perciben sus ideas como minoritarias pueden sentirse obligados a conformarse con la visión mediática.

En el contexto específico de Lima, el análisis del sensacionalismo en los medios locales es fundamental, ya que muchos de estos operan bajo lógicas comerciales que priorizan la atracción del público sobre la precisión informativa. Este fenómeno es común en el Perú, donde los medios de comunicación, a menudo sensacionalistas, afecta en la percepción pública sobre temas como la política, la seguridad y la justicia social. Además, programas como “Andrea” no solo buscan informar, sino también entretener, combinando ambos aspectos para captar la atención de los espectadores.

1.4.2 Metodológica

La presente investigación adopta el enfoque cualitativo debido a la naturaleza compleja, simbólica y subjetiva del fenómeno que se busca analizar: el contenido sensacionalista del programa “Andrea”. El sensacionalismo no puede entenderse únicamente como una suma de datos objetivos o cuantificables, sino como una construcción mediática cargada de significados, emociones, valores culturales y formas específicas de narrar la realidad.

A diferencia de los métodos cuantitativos, que buscan medir variables específicas y establecer relaciones estadísticas, el enfoque cualitativo ofrece la posibilidad de explorar la dimensión simbólica y comunicativa del contenido, algo indispensable cuando se analizan productos como los programas de televisión. En este sentido, el análisis cualitativo permite captar matices, contradicciones y sentidos múltiples que emergen de los discursos mediáticos y su recepción social.

1.4.3 Práctica

La investigación desde el punto de vista práctico contribuirá a investigadores, docentes. Asimismo, los productores y guionistas de programas televisivos podrían beneficiarse de este análisis al visibilizar cómo ciertas estrategias narrativas y estéticas pueden caer en el sensacionalismo, lo que podría motivar una revisión crítica de sus prácticas comunicativas y una mejora en la calidad del contenido emitido. De igual forma, docentes e investigadores en ciencias sociales y comunicación encontrarán en este trabajo un aporte empírico sobre cómo se construyen narrativas sensacionalistas en la televisión peruana contemporánea, contribuyendo al debate académico sobre la relación entre medios, espectáculo y representación de lo íntimo. Finalmente, la ciudadanía en general, como audiencia activa, podrá tomar conciencia sobre los mecanismos que utilizan algunos programas para captar su atención, lo que favorecerá un consumo mediático más crítico y responsable.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Temporal

Esta investigación se está realizando en el 2025 y se aplicará el instrumento entrevista.

1.5.2 Espacial

El programa “Andrea” de ATV.

1.5.3 Social

La presente investigación utilizará el instrumento denominado ficha de observación que se aplicará a los contenidos del programa “Andrea”.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

El sensacionalismo es un fenómeno que no comenzó con la televisión; en realidad, sus raíces se encuentran en la prensa escrita del siglo XIX, especialmente en lo que se conocía como prensa amarilla. Este tipo de periodismo, que se caracterizaba por titulares exagerados y un enfoque en crímenes, escándalos y emociones intensas, fue impulsado por figuras como William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer en Estados Unidos. Su objetivo era atraer a un público masivo a través de un impacto emocional, a menudo sacrificando la precisión informativa. En la década de 1950, con la aparición de la televisión, el modelo sensacionalista comenzó a trasladarse a este nuevo medio, aunque al principio la televisión tenía un enfoque más informativo y educativo. Fue en las décadas 1970 y 1980 cuando la televisión empezó a experimentar con formatos que apelaban abiertamente al espectáculo y a lo emocional. Esta tendencia se consolidó en los años 90 con el auge de los *talk shows*, donde personas comunes compartían sus conflictos personales, familiares o amorosos ante las cámaras. Estos programas comenzaron a explotar el drama humano como su principal recurso narrativo, incluyendo lágrimas, peleas y revelaciones impactantes. A nivel internacional, programas como “The Jerry Springer Show” en Estados Unidos se convirtieron en referentes de este tipo de televisión, centrada en el impacto y la confrontación. En América Latina, este modelo también ganó popularidad con programas como “Cristina”, transmitido por Univisión, y “Laura en América”, producido en Perú y conducido por Laura Bozzo, que se convirtió en un caso emblemático del sensacionalismo televisivo en la región.

En el Perú, el sensacionalismo en la televisión ha encontrado un terreno fértil desde la década de 1990. Programas como “Laura en América”, “Magaly TV”, y más tarde “El valor de la verdad”, establecieron un modelo televisivo que se centra en exponer la intimidad de los participantes, buscar el escándalo y priorizar lo emocional por encima de los principios éticos. Estos formatos no solo lograron atraer a grandes audiencias, sino que también transformaron la manera en que se retrata el drama humano en los medios. Un claro ejemplo de esto es el caso del asesinato de la cantante Alicia Delgado en 2009, donde los medios optaron por la especulación y el morbo, dejando de lado el respeto por los hechos y la privacidad, lo que incluso llevó a procesos de revictimización. Programas como “Laura en América” muestran

una puesta en escena de la miseria emocional, donde lo íntimo se convierte en espectáculo y el dolor se mercantiliza para el consumo masivo” (Portocarrero, 2006, p. 112).

A lo largo de la segunda década del presente siglo, el sensacionalismo televisivo no ha desaparecido, sino que ha evolucionado. Programas como “Andrea”, que se transmiten a nivel nacional, incorporan muchos de los elementos tradicionales del sensacionalismo, como la exposición de la vida privada y el enfoque en conflictos emocionales, pero lo hacen bajo una narrativa de ayuda social o mediación. Sin embargo, estos formatos replican estructuras similares a las de sus predecesores, lo que genera dudas sobre sus verdaderas intenciones y efectos. Según Vich (2010), el espectáculo popular televisivo ha aprendido a disfrazar su lógica comercial bajo discursos de ayuda o intervención social, pero continúa reproduciendo relaciones de poder y desigualdad. Además, con el auge de las redes sociales, lo sensacionalista se ha vuelto más inmediato y viral. Muchos contenidos televisivos están diseñados para impactar también en espacios como YouTube, Facebook o TikTok, ampliando su alcance y adaptándose a las dinámicas del entretenimiento digital.

En el contexto actual de cambios en los medios de comunicación, el programa “Andrea”, conducido por Andrea Llosa y emitido por ATV, se presenta como una continuación moderna de este tipo de formatos televisivos. Desde su lanzamiento en 2019, el espacio ha retomado la dinámica del talk show testimonial, centrado en conflictos familiares, problemas legales y situaciones personales expuestas ante el público, donde la conductora participa activamente como mediadora y figura de autoridad. Aunque el programa se plantea como un espacio de orientación y ayuda social, conserva rasgos propios del sensacionalismo, como la dramatización de los casos, las confrontaciones entre invitados y los finales cargados de emoción. Además, en el escenario actual de convergencia digital, el contenido trasciende la televisión tradicional y se difunde en plataformas como YouTube, Facebook y TikTok, donde los momentos más impactantes se viralizan y amplían su alcance. De esta manera, el sensacionalismo no solo se adapta a las nuevas tecnologías, sino que se mantiene como una estrategia vigente dentro de la televisión peruana contemporánea, combinando espectáculo, emoción y narrativa de conflicto en un entorno mediático cada vez más competitivo. Este recorrido histórico permite comprender que el programa ‘Andrea’ no surge de manera aislada, sino como parte de la evolución de los talk shows en la televisión peruana.

En resumen, el sensacionalismo televisivo ha evolucionado junto con los medios, pero su esencia sigue siendo la misma: captar la atención del público a través de la exageración, la emocionalidad y la espectacularización del drama humano. Este fenómeno plantea importantes

desafíos éticos y comunicacionales, especialmente en contextos donde los medios juegan un papel crucial en la construcción de la realidad.

2.2 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Antecedentes internacionales

Según Đokić y Anđelić (2022), en su investigación titulada “Sensationalism as a Model of News Reporting on Violence Against Women – a Case Study of Milena Radulović and Danijela Štajnfeld”, publicada en el *Applied Media Studies Journal*, el objetivo fue analizar la forma en que los medios de comunicación, especialmente los tabloides, abordan los casos de violencia contra las mujeres mediante el uso de estrategias sensacionalistas. Los autores sostienen que la prensa tiende a explotar emocionalmente estos hechos, utilizando titulares exagerados, detalles escabrosos y una narrativa centrada en el morbo antes que en la empatía hacia las víctimas. A través de un enfoque cualitativo, se examinaron diversas publicaciones y su tratamiento discursivo, demostrando que los medios transforman estos casos en espectáculos mediáticos, donde el interés informativo se ve subordinado al entretenimiento y al impacto emocional. Los investigadores advierten que este tipo de cobertura contribuye a reforzar estereotipos de género y a banalizar problemáticas sociales serias. Asimismo, concluyen que el sensacionalismo mediático genera una doble victimización: la primera por el hecho de violencia y la segunda por la exposición pública de las mujeres en los medios, lo cual evidencia la necesidad de promover un periodismo más ético y responsable.

Mujica *et al.* (2020), en su estudio publicado en la revista *Palabra Clave*, tuvieron como objetivo analizar las razones por las cuales el sensacionalismo y los elementos melodramáticos son tan consumidos en los medios audiovisuales, especialmente en la televisión y el cine. Utilizaron una metodología cuantitativa y cualitativa, obteniendo los siguientes resultados: los grupos subalternos recurren al sensacionalismo presente en los medios informativos y en la ficción como una vía para expresar sus demandas simbólicas y hacerse visibles frente a su exclusión del espacio público. No obstante, no todo contenido sensacionalista cumple con este propósito, ya que su impacto está determinado por factores como el tipo de mensaje, la forma en que se presenta la información, el contexto sociocultural en el que circula y la cercanía emocional que logra establecer con los espectadores. Los autores indican que su investigación representa una contribución al estudio de la recepción mediática, al resaltar cómo los públicos populares se relacionan con los discursos sensacionalistas, una dimensión poco explorada en

los estudios sobre medios. A través del análisis de su consumo, es posible obtener una visión más profunda de las formas de vida, pensamiento y comportamiento de las clases populares.

Lara (2023), en su investigación para optar el grado de título profesional en la Universidad Cooperativa de Colombia tuvo como objetivo examinar las implicancias sociales del sensacionalismo en el ámbito informativo, resaltando su capacidad para distorsionar la objetividad y fomentar la polarización en la opinión pública. Asimismo, se abordan las posibles repercusiones que este enfoque puede tener sobre la credibilidad de los medios de comunicación. En respuesta a este panorama, se plantean propuestas orientadas a fomentar un periodismo más equilibrado y responsable, especialmente en un contexto mediático marcado por la competencia constante por captar la atención del público. Para ello, la autora utilizó la metodología cualitativa logrando los siguientes resultados: Diversos autores reconocidos en el campo de la comunicación han advertido que la desconfianza hacia los medios, junto con el énfasis excesivo en apelar a las emociones del público, puede generar consecuencias negativas si la información no se difunde bajo criterios investigativos y se opta por un enfoque sensacionalista. Esta práctica compromete la función esencial de los medios en una sociedad democrática: brindar información veraz y confiable que permita a la ciudadanía tomar decisiones informadas, y no influenciadas por el miedo o la manipulación emocional. El sensacionalismo puede desencadenar un círculo vicioso dentro del ecosistema mediático. La intensa competencia por captar audiencia y asegurar ingresos publicitarios suele llevar a los medios privados a adoptar estrategias sensacionalistas. Aunque estas tácticas ofrecen beneficios inmediatos, a largo plazo pueden afectar negativamente la credibilidad del medio y provocar una eventual disminución de su audiencia y rentabilidad.

Coello (2021), en su investigación para optar el grado de título profesional en la Universidad Técnica de Babahoyo, tuvo como objetivo explorar la perspectiva de los estudiantes de la carrera de Comunicación respecto al periodismo sensacionalista presente en el programa digital Agárrate. Asimismo, busca identificar y analizar el uso adecuado de los contenidos que se difunden en dicho programa, así como reflexionar sobre la responsabilidad social que estos implican, con el fin de contribuir a la formación de una sociedad más crítica frente a sus principios y valores. Para ello utilizó la metodología cuantitativa; obteniendo los siguientes resultados tras la aplicación de la encuesta a los estudiantes: se evidenció un conocimiento limitado sobre el periodismo sensacionalista, así como una percepción generalmente negativa del mismo, sin considerar que este enfoque, en ciertos casos, podría emplearse para abordar temas de relevancia social. En cuanto al programa Agárrate, aunque

genera curiosidad por su estilo escandaloso, los estudiantes concluyeron que su contenido carece de aportes significativos o experiencias enriquecedoras para el espectador. Se observó que el programa centra su atención en exponer aspectos privados de los entrevistados y generar controversias entre los involucrados lo que, según los encuestados, evidencia una falta de ética y profesionalismo periodístico. En resumen, fue percibido como un espacio carente de valor informativo y sin relevancia dentro del panorama mediático, concluyendo que el sensacionalismo presente en el programa Agárrate se manifiesta a través de la exageración de los hechos, el uso de un lenguaje provocador y llamativo, así como la aplicación de estrategias narrativas cargadas de dramatismo para captar la atención del público. En muchas ocasiones, incluso, se recurre a la distorsión o adulteración de la información. Según los resultados obtenidos de los estudiantes, una parte significativa no consume este contenido, e incluso algunos afirmaron no haberlo visto nunca, ya que no consideran que aporte temas de interés o valor quienes sí lo han observado indicaron que, en un 70%, el programa presenta un estilo claramente sensacionalista, vulnerando principios de la ética periodística, manipulando tanto la información como los invitados que participan en sus emisiones.

Sosa (2021), en su investigación para optar el grado de título profesional en la Universidad Veracruzana, tiene como objetivo analizar cómo se configura la lectura del periódico sensacionalista Órale Jarocho, entendiéndola como una práctica inmersa en contextos sociales y culturales específicos. Se reconoce que la lectura es un fenómeno complejo que implica la interacción de diversos factores, desde su producción y distribución hasta las formas en que los lectores se apropian del contenido y le otorgan significado; en este estudio se dará especial atención a estos dos últimos aspectos. El autor utilizó la metodología cualitativa, alcanzando los siguientes resultados: aunque los lectores perciben la violencia como una amenaza constante, continúan prestando atención a eventos triviales, como las noticias sensacionalistas sobre conductores. Uno de los entrevistados, Juan, coincide con Marisela en cuanto al contenido del periódico, al considerar que Órale debe ofrecer entretenimiento y propiciar conversaciones sobre ciertos temas, llegando a la conclusión de que la lectura de un periódico como Órale comparte similitudes con otras formas de lectura, ya que está atravesada por una combinación de intereses personales y experiencias previas, es decir, por percepciones y mediaciones. Además, esta lectura se da en un contexto específico de recepción, lo cual resulta clave para comprenderla como una práctica situada social y culturalmente en su audiencia. Los lectores de Órale Jarocho pueden sentirse tan impactados por la violencia como cualquier otra persona, aunque esto depende de qué tan cercanos se

sientan a los hechos relatados. La violencia se ha vuelto tan común que ya forma parte de ciertas convenciones sociales asociadas con la vida en la ciudad. Desde sus conocimientos y creencias sobre este entorno, los lectores consideran que la violencia mostrada de forma gráfica -con sangre y vísceras- refleja una realidad innegable que no puede ser ignorada o disimulada.

2.2.2 Antecedentes nacionales

Soto (2021), en su investigación para optar el grado de título profesional en la UPN, tiene como objetivo examinar cómo se manifiesta el sensacionalismo en los diarios populares conocidos como “chicha” y cómo los periodistas de Lima perciben su impacto en la ética periodística. Se utilizó la metodología del enfoque cualitativo y, por su nivel, se trató de una investigación de tipo descriptiva básica. Se obtuvieron los siguientes resultados: En relación con la primera variable, correspondiente al contenido sensacionalista de los diarios “chicha”, los entrevistados coincidieron en que estos temas predominan en sus publicaciones y afirmaron que su difusión entre los lectores alcanza niveles de aceptación superiores al 50%, sobre el uso de frases repetitivas o estandarizadas, se indicó que los hechos son exagerados en un 70%, los escándalos son enfatizados en un 60%, se oculta la verdad mediante recursos formales cuestionables en un 50%, y se recurre a elementos subliminales para distorsionar la realidad en un 70%. La mujer es objetivada a través de su vinculación con anuncios publicitarios en un 50%, y que el varón es representado como símbolo de fuerza física también en un 50%. En cuanto a la segunda variable, vinculada a la transgresión de la ética periodística (variable dependiente), los entrevistados destacaron lo siguiente: un 70% de los diarios “chicha” opta por mostrar imágenes de mujeres semidesnudas, un 50% se enfoca en escándalos personales o de grupos reducidos, y otro 50% distorsiona la verdad de manera deliberada. Además, el 90% de los contenidos se considera frívolo o irrelevante, un 60% promueve actitudes de discriminación social, un 50% retrata al inmigrante andino como una carga para la sociedad, y otro 50% no respeta los derechos de la niñez. Así, se confirma que los contenidos sensacionalistas presentes en los diarios “chicha” tuvieron un impacto en el deterioro de la ética periodística. Tanto los elementos visuales como los textos contribuyen a la transgresión de los principios éticos del ejercicio periodístico.

Ramírez Flores (2021), en su investigación para optar el título profesional en la UNMSM, indica que, en los últimos años, el periodismo deportivo en Hispanoamérica ha evidenciado una constante presencia del sensacionalismo, como lo revelan diversos estudios especializados. Dado que los deportes, especialmente el fútbol, despiertan intensas emociones en la audiencia, los medios tienden a priorizar el entretenimiento sobre la información. Por esta

razón, la investigación está centrada en trabajos que vinculan el periodismo deportivo con el fenómeno del sensacionalismo. Para ello, el autor utilizó la metodología cualitativa, dado que se examinó el contenido de las emisiones del programa Saque Largo, transmitidas por el canal Win Sports entre el 23 y el 27 de septiembre. Mediante este análisis, el investigador interpretó las noticias difundidas, así como los criterios de noticiabilidad aplicados en su presentación, obteniendo los siguientes resultados: El 64% del contenido del programa Saque Largo se centra en el fútbol, mientras que el 36% restante se dedica a otras disciplinas deportivas presentes en el país. Se intenta generar una respuesta emocional en la audiencia con el fin de captar su atención. Aunque los periodistas narran los hechos ocurridos en los partidos, incorporan elementos de entusiasmo y vinculación emocional al referirse al equipo preferido, lo que no solo atrae a los televidentes, sino que también fortalece el sentido de identidad y emoción entre los aficionados.

León y Suarez (2023), en su investigación para optar el título profesional en la Universidad Privada del Norte, analizan de qué manera se manifestó el sensacionalismo en los segmentos informativos sobre la COVID-19 en el programa Tengo algo que decirte, durante el periodo comprendido entre junio y agosto del año 2020. Este espacio televisivo, que en un inicio se centraba en el entretenimiento y en la reconciliación de personas con conflictos incluyendo ocasionalmente temas de farándula, modificó su formato con la llegada de la pandemia. A partir de ese momento incorporaron contenido informativo con una marcada carga sensacionalista al abordar noticias relacionadas con la crisis sanitaria provocada por el virus, la autora aplicó la metodología cualitativa, utilizando la observación como instrumento principal. El estudio concluyó que la audiencia busca sentirse identificada e involucrada emocionalmente con los casos presentados en el programa, valorando aquellos contenidos que apelan a sus sentimientos porque resultan atractivos. Asimismo, se evidenció que el sensacionalismo informativo continúa vigente en el siglo XXI, ya que ciertos programas han dejado de priorizar una información veraz y objetiva, enfocándose más bien en resaltar el morbo como elemento central, obteniendo los siguientes resultados: El medio de comunicación analizado en esta investigación, Tengo algo que decirte, logra captar la atención de sus televidentes y apelar a sus emociones mediante el contenido que presenta. En relación con el sensacionalismo, se concluye que el programa, en términos generales, recurre principalmente al uso del morbo y la exageración. No obstante, en dos de los videos analizados se identifican casos de tergiversación, en los que se muestran supuestos especialistas o materiales audiovisuales que afirman prever el futuro. Este tipo de contenidos podrían tener un impacto

negativo en la sociedad, ya que abordan de manera sensacionalista una problemática de alcance global, como lo fue la pandemia por la COVID-19, un evento sin precedentes en décadas recientes. Se concluye que la morbosidad está presente en varias de las imágenes analizadas; sin embargo, algunas de ellas cumplen una función informativa clara, contribuyendo a la comprensión del contenido sin necesariamente apelar al morbo. Aun así, en la mayoría de los casos, las imágenes sí presentan un carácter explícitamente morboso. Además, tanto la musicalización como la narración que acompañan estas secuencias buscan generar una respuesta emocional en la audiencia, apelando principalmente a sentimientos de tristeza, pena o nostalgia. Se evidenció que el programa presenta una constante tendencia a la exageración, especialmente en el rol desempeñado por la conductora Lady Guillén. Su actitud en cámara refleja una postura periodística inapropiada, evidenciando una falta de preparación para liderar un programa de este tipo. En la mayoría de los videos analizados, la conductora muestra un enfoque parcializado y subjetivo, tanto en sus intervenciones verbales como en su expresión corporal, las cuales se caracterizan por ser dramáticas, exageradas y con un tono justiciero, lo que se aleja de las cualidades esperadas en una conducción televisiva profesional. Los reporteros que intervienen en algunas secuencias también presentan gestos y expresiones marcadas por la exageración, especialmente durante los enlaces en vivo. No obstante, en ciertas intervenciones logran desempeñar adecuadamente su rol informativo, mostrando una postura periodística más equilibrada.

Donayre Alcalá (2021), en su investigación para optar el título profesional en la Universidad de San Martín de Porres, tiene como objetivo identificar las principales características del género de nota roja en el diario Trome, dentro del ámbito del periodismo escrito. Para ello, analiza el caso de la niña Jimena, conocido mediáticamente como “El monstruo de la bicicleta”. El estudio incluye un examen detallado del estilo de redacción propio de este tipo de contenido, prestando especial atención a la narración y a la organización de los datos. Además, se busca comprender cómo este género periodístico establece una conexión con el lector, ya sea de forma positiva o negativa, en función de la intencionalidad del medio impreso. Otro de los objetivos de la investigación es explicar la estructura de una noticia convencional y compararla con la de una nota roja, a fin de entender cómo el diario analizado presenta y distribuye gráficamente la información. La autora utilizó la metodología cuantitativa, iniciando con el análisis documental, por lo que se procedió a recopilar y examinar diversos documentos vinculados al tema de estudio, con el fin de contextualizar el fenómeno, fundamentar teóricamente la investigación y establecer una base sólida para el análisis

posterior. Este tipo de análisis permitió revisar material periodístico, estudios previos, teorías comunicacionales y marcos normativos que aportan una visión amplia y crítica sobre el sensacionalismo en los medios, obteniendo los siguientes resultados: Todas las noticias analizadas pertenecían al género informativo, representando un 82% del total; sin embargo, ninguna de ellas respetó la estructura tradicional de la pirámide invertida. Tal como se expuso en la discusión, se identificó el uso de adjetivos calificativos, juicios de valor por parte de los redactores y una postura acusatoria evidente por parte de quienes estuvieron a cargo de la cobertura. Estas prácticas contradicen los principios del periodismo informativo, ya que ningún subgénero permite este tipo de intervenciones subjetivas en la narración de los hechos, concluyendo que el tratamiento informativo del caso analizado se caracterizó por el incumplimiento de los principios fundamentales establecidos en el código de ética periodística, tales como la objetividad, la imparcialidad, el respeto por la identidad y la vida de las personas, así como la defensa de los derechos humanos y la paz social. Se evidenció el uso de recursos sensacionalista, tanto en el contenido textual como en el visual, lo que derivó en una cobertura que no priorizó una exposición clara, precisa y ordenada de los hechos relevantes, sino que optó por destacar frases y fotografías de alto impacto emocional. Asimismo, se constató una falta de imparcialidad en las notas analizadas, ya que se adoptaron posturas subjetivas que incluyeron opiniones y juicios de valor, elementos que no deben estar presentes en ningún tipo de contenido informativo. En consecuencia, no se observó un tratamiento adecuado de la información, afectando la calidad y la ética del producto periodístico.

Muñoz (2024), en su investigación para optar el título profesional en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, el objetivo es analizar y explicar cómo se representa el suicidio a través de los recursos audiovisuales y su tratamiento informativo en las noticias televisivas emitidas por los principales canales peruanos. Para lograrlo, la autora propuso el siguiente objetivo: identificar el tipo de construcción informativa utilizada, las fuentes empleadas, los recursos audiovisuales presentes y el enfoque periodístico aplicado al abordar el tema del suicidio. Para ello utilizó la metodología cuantitativa, y la calidad informativa fue analizada a partir de cuatro dimensiones establecidas en los objetivos específicos: el tipo de construcción informativa utilizada en las noticias, la calidad y diversidad de las fuentes informativas consultadas, los recursos audiovisuales empleados en la presentación del contenido, y el tratamiento periodístico otorgado al fenómeno del suicidio. Estas dimensiones permitieron una evaluación integral del abordaje mediático, considerando tanto los aspectos formales como éticos de la cobertura televisiva, obteniendo los siguientes resultados, los contenidos pueden

percibirse como excesivamente exagerados e incluso violentos para la audiencia y los familiares de las víctimas, lo que refleja una marcada presencia de sensacionalismo o amarillismo. Esta tendencia en el tratamiento informativo puede alterar la percepción de normalidad y responsabilidad que deberían mantener los medios de comunicación, generando un impacto negativo tanto en el público como en los directamente afectados y llegó a la siguiente conclusión, se puede afirmar que la calidad informativa sobre el suicidio en el Perú es limitada, debido a la falta de contenidos coherentes y verdaderamente relevantes para la audiencia. Esta deficiencia sugiere que aún no se han implementado, o no se utilizan de manera efectiva, los recursos informativos y éticos necesarios para una cobertura más transparente y responsable. Desde el ámbito profesional audiovisual, los hallazgos del estudio permiten cuestionar el modo en que se representan visualmente los casos de suicidio, con el objetivo de promover una relación más respetuosa y constructiva entre los medios y las creencias del público. De este modo, una mejora en la calidad de los contenidos noticiosos no solo podría responder de manera más adecuada a las necesidades cognitivas de la sociedad, sino también aportar información valiosa que contribuya a la prevención del suicidio.

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Bases teóricas de la categoría

2.3.1.1 Contenido sensacionalista. El contenido sensacionalista en los medios transforma hechos reales en narrativas espectaculares que priorizan la emoción sobre el análisis, lo que distorsiona la realidad y alimenta una cultura mediática superficial.

Según Ferrés i Prats (2013), el sensacionalismo convierte la realidad en un espectáculo, utilizando el dolor humano, el conflicto y lo extraordinario para atraer a la audiencia, incluso si eso significa distorsionar la verdad.

Galán Fajardo (2022) sostiene que este tipo de contenido refuerza estereotipos y simplifica problemas sociales complejos, lo que afecta la capacidad del público para entender críticamente la información y debilita el papel educativo de los medios.

Por su parte, Aierbe-Barandiaran *et al.* (2010) señalan que el sensacionalismo en televisión se hace patente en formatos como los talk shows, donde la vida privada de las personas se expone como un drama público, generando empatía, juicio o morbo entre los espectadores.

Debord (1967) menciona que la sociedad contemporánea vive bajo el dominio de las imágenes, donde lo real se reemplaza por su presentación. El contenido sensacionalista

responde a esa lógica del espectáculo, al priorizar el impacto visual y emocional sobre la información objetiva.

Además, Vargas (2012) menciona que uno de los rasgos más destacados del contenido sensacionalista es la explotación del sufrimiento humano, presentado como un espectáculo cotidiano, lo que lleva a una banalización de los conflictos reales.

Cebrián Herreros (2006) argumenta que este tipo de contenido ha pasado de los tabloides impresos a la televisión y las plataformas digitales, manteniendo su enfoque en lo emocional, lo morboso y lo impactante, todo como parte de una lógica de mercado.

Casero-Ripollés (2020) señala que la proliferación de contenidos sensacionalistas responde a una competencia mediática, donde los medios buscan captar la atención inmediata, a menudo sacrificando la ética periodística y la veracidad.

Finalmente, Grabe *et al.* (2001) concluyen que el contenido sensacionalista prioriza lo espectacular sobre lo informativo, utilizando títulos exagerados, imágenes impactantes y discursos simplificados que apelan a las emociones de los espectadores.

2.3.2 Bases teóricas de las subcategorías

2.3.2.1 Bases teóricas de la exposición de la intimidad. La exposición de la intimidad que se muestran en la televisión es extremadamente delicada para las personas que sintonizan dichos programas, en los últimos años, en los medios responde a una lógica de espectáculo en la que lo privado se convierte en contenido público para generar interés emocional y mantener la atención de las audiencias. Esta estrategia busca captar el morbo del espectador mediante la emocionalización del relato (Pardo, 1996).

Desde otro punto de vista, (Cáceres, 2010) dice que la llamada “televisión de la intimidad” se caracteriza por visibilizar conflictos personales en espacios públicos, generando una transgresión de los límites entre lo íntimo y lo social, muchas veces sin un tratamiento ético adecuado.

Herzog (2022) señala que la creciente competencia mediática impulsa a los medios a priorizar la inmediatez y el impacto emocional por encima de la veracidad y la responsabilidad ética, lo que favorece la expansión de contenidos sensacionalistas.

2.3.2.2 Bases teóricas de discurso de solución. Según Ferrer Ceresola (2018), el contenido sensacionalista prioriza lo espectacular sobre lo informativo, empleando títulos

exagerados, imágenes impactantes y discursos simplificados que apelan a las emociones de los espectadores.

Torres *et al.* (2016) menciona que la acción comunicativa debe orientarse al entendimiento racional entre los participantes, donde las decisiones surjan del consenso y no de la imposición. El discurso de solución se sustenta en los mismos principios, pues busca resolver conflictos mediante el diálogo libre, la argumentación y la participación equitativa, garantizando que las propuestas sean válidas solo si pueden ser aceptadas por todos los involucrados.

Desde otro enfoque, Franks (2013) indica que el discurso de ayuda o solución en televisión tiende a simplificar conflictos complejos, ofreciendo respuestas emocionales que refuerzan valores tradicionales y estructuras familiares, más que promover un análisis crítico.

Asimismo, Diego y Guerrero.Pérez. (2021) señalan que los programas de tipo “talk show” presentan habitualmente una figura de autoridad —el presentador o conductor— que organiza el debate, legitima la narrativa televisiva y guía la resolución simbólica de los conflictos

2.3.2.3 Bases teóricas de narrativa del conflicto. Según Imbert (2008), la forma en que se narra el conflicto en los medios de entretenimiento sigue una estructura dramática que incluye elementos como la tensión, la confrontación y el desenlace. Esto se asemeja a las fórmulas del melodrama, todo con el fin de mantener al espectador enganchado.

Por otro lado, Tiscareño-García y Miranda-Villanueva (2020) señalan que los relatos televisivos o informativos sobre conflictos personales tienden a simplificar las causas y consecuencias de los problemas, presentándolos en una lógica binaria de víctima versus perpetrador, lo que facilita la comprensión emocional del público.

Munuera (2009), la narrativa de conflicto es el relato que cada parte construye para explicar y justificar su posición dentro de una situación conflictiva. A través de ella, las personas otorgan sentido a los hechos, protegen su identidad y atribuyen responsabilidades al otro, simplificando la complejidad del conflicto para sostener una visión coherente de sí mismas.

Además, Rincón (2006), argumenta que el conflicto, como recurso narrativo en televisión, no solo cumple una función espectacular, sino también moral y pedagógica, pues el drama televisivo enseña al público qué conductas son aceptadas o sancionadas socialmente.

2.3.3 Bases teóricas de los indicadores

2.3.3.1 Información privada. Según Solove (2013) la información privada comprende datos personales, íntimos o sensibles que pertenecen al ámbito individual y cuya divulgación sin consentimiento puede vulnerar la privacidad del sujeto.

2.3.3.2 Vínculos familiares. Según Barg (2003) constituyen en relaciones primarias que expresan y modelan los sentimientos humanos más profundos, influyendo en las dinámicas, funciones y formas de vincularse dentro del grupo familiar.

2.3.3.3 Imágenes privadas. Según Agüero (2021) son aquellas que provienen del ámbito personal, como fotos en redes sociales, y cuya difusión por medios de comunicación puede vulnerar el derecho a la propia imagen si no existe consentimiento del titular.

2.3.3.4 Emociones intensas. Según Ekman (1992) las experiencias afectivas de alta carga energética que se expresan de forma corporal, verbal o gestual, frecuentemente utilizadas en medios para generar impacto.

2.3.3.5 Reacciones viscerales ante la audiencia. Según Plantinga (2009) son respuestas emocionales inmediatas e instintivas que buscan generar empatía, rechazo o conmoción en el público televidente.

2.3.3.6 Tomas de los participantes. Según Cremades (2008) se refieren a los distintos encuadres y planos utilizados por la cámara para resaltar y dramatizar las expresiones, gestos o reacciones de los personajes, reforzando visualmente el sentido narrativo y emocional del discurso televisivo.

2.3.3.7 Momentos privados. Según Lehmann (2012) las emociones y momentos íntimos de los participantes se representan mediante una narrativa que dramatiza su vida cotidiana para generar identificación y entretenimiento en la audiencia.

2.3.3.8 Escenografía. Según Fiske (1987) el conjunto de elementos visuales y decorativos utilizados en el set televisivo que construyen una atmósfera simbólica o emocional para el contenido.

2.3.3.9 Sonido del programa. Según Chion (1993) el diseño sonoro que incluye música, efectos y modulaciones vocales, orientado a guiar la interpretación emocional del espectador.

2.3.3.10 Solución simple y mediática. Según Corner (2000) las resoluciones rápidas y superficiales de conflictos complejos, ofrecidas en televisión para satisfacer la estructura narrativa del programa.

2.3.3.11 Intervención emocional de la conductora. Según Fairclough (1995) La participación de la presentadora en el relato, apelando a la empatía o al juicio moral con el fin de guiar la interpretación del público.

2.3.3.12 Reconciliación en pantalla. Según Oliveros (2018) la representación televisiva de un acuerdo emocional o familiar entre los protagonistas, usualmente con un cierre emocional positivo.

2.3.3.13 Intervención de especialistas. Según Peck (1995) los *talk shows* consisten en la participación de profesionales, como psicólogos o abogados, que orientan o analizan los conflictos expuestos por los participantes, aportando credibilidad y respaldo al programa.

2.3.3.14 Validación emocional. Según Linehan (1993) es un proceso comunicativo en el que se reconocen y legitiman los sentimientos de los participantes frente a una audiencia.

2.3.3.15 Construcción de una trama con giros dramáticos. Según Mittell (2015) la estructura narrativa planificada introduce cambios inesperados o conflictos adicionales para mantener el interés del espectador.

2.3.3.16 Uso de frases impactantes o ganchos. Según Nieto y Otero (2016) el discurso mediático apela constantemente a la emoción y a la espectacularización para captar la atención del público.

2.3.3.17 Múltiples personajes en conflicto. Según Fernández *et al.* (2008), los personajes en televisión que generan conflicto son aquellos diseñados para provocar tensiones o controversias dentro del relato, lo que intensifica el dramatismo y aumenta la atención e interés del público.

2.3.3.18 Escenas dramáticas. Según García *et al.* (2017) son representaciones cargadas de emoción que recrean conflictos, tensiones o experiencias humanas con el fin de provocar una respuesta afectiva en la audiencia, favoreciendo la identificación y la empatía con los personajes o situaciones.

2.3.3.19 Enfrentamientos verbales. Según Livingstone y Lunt (1994), las interacciones orales de tono confrontacional entre los participantes, usadas para incrementar el contenido conflictivo y emocional del programa.

2.4 Definición de términos básicos

2.4.1 *Talk show*

Los *talk shows* construyen una forma particular de conversación pública donde lo íntimo y lo emocional se exponen como espectáculo, convirtiendo las experiencias personales en un recurso de entretenimiento y en una herramienta para generar empatía con la audiencia.

2.4.2 *Yellow journalism*

Es una modalidad de periodismo caracterizada por la exageración, el dramatismo y la apelación a las emociones, con el fin de atraer la atención del público y aumentar el consumo mediático, sacrificando con frecuencia la precisión informativa y la ética profesional.

2.4.3 *Espectacularización*

Según Mori (2010), la espectacularización de la información consiste en la transformación de los hechos noticiosos en espectáculos mediáticos, donde prima la emoción, la imagen y la forma por sobre el contenido informativo.

2.4.4 *Diarios chichas*

La prensa chicha o amarilla se distingue por su formato tabloide, el uso de colores intensos, titulares exagerados y un tratamiento sensacionalista de la información, priorizando el impacto visual sobre la profundidad informativa (Vargas, 2012).

2.4.5 *Transgresión*

La transgresión mediática ocurre cuando un nuevo medio rompe los límites culturales y perceptivos existentes, transformando la forma en que las personas piensan y se relacionan con su entorno (McLuhan, 1964).

2.4.6 *Morbo*

Fernández *et al.* (2020) plantean que el morbo mediático consiste en la explotación de lo violento, lo escandaloso o lo prohibido como recurso para captar la atención del público, transformando la violencia en espectáculo y banalizando el sufrimiento.

2.4.7 *Emocionalización*

Se interpreta como el proceso mediante el cual las emociones adquieren un papel central en la interpretación, toma de decisiones y expresión humana, reconociendo su valor adaptativo y su función en la inteligencia social. (Salovey & Mayer, 1990).

2.4.8 *Televisión*

La televisión es un espacio de poder simbólico donde la búsqueda de audiencia condiciona la producción de contenidos (Bourdieu, 1996).

2.4.9 *Farándula*

Es el ámbito social y mediático donde el individuo se convierte en personaje, y su vida privada en contenido público para el espectáculo (González Requena, 1988).

2.4.10 *Drama público*

El drama público es la visibilidad de los asuntos privados en la esfera mediática, donde se resignifican mediante códigos culturales que apelan a la emoción y al entretenimiento (Thompson, 2000, pp. 39-40).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Categorías

3.1.1 *Identificación y definición de las categorías*

El contenido sensacionalista, según Ferrés i Prats (2003), se caracteriza por priorizar la exageración, el morbo y el impacto visual o emocional, dejando de lado el análisis crítico y la información objetiva. Este estilo busca conectar con las emociones del público, enfocándose más en entretener que en informar, lo que puede perjudicar la calidad del discurso en los medios.

Por otro lado, señalan que la exposición de la intimidad se ha vuelto una práctica común en los medios, especialmente en programas sensacionalistas o de testimonios, donde la vida privada de las personas se convierte en un espectáculo. Este tipo de contenido no solo vulnera la privacidad, sino que también transforma las emociones en un recurso de entretenimiento. (Pardo, 1996)

Además, Torres *et al.* (2016) mencionan que el discurso de solución es una estrategia habitual en los programas de televisión sensacionalistas, donde se presenta una aparente resolución a conflictos familiares o personales. Este enfoque actúa más como parte de la narrativa del show que como un verdadero apoyo o intervención profesional.

Finalmente, Munuera (2009) destaca que la narrativa del conflicto es una técnica común en los medios sensacionalistas, ya que permite estructurar el contenido como un relato dramático. Esta estructura incluye confrontaciones, tensiones emocionales y desenlaces, lo que atrae la atención del público, aunque a menudo simplifica o distorsiona los hechos.

3.1.2 Operacionalización de la categoría y subcategorías

Tabla 1

Matriz de operacionalización de las categorías

VARIABLE: El contenido sensacionalista		
Sub categoría	Indicador	Ítems/criterios
Exposición de la intimidad	Detalles personales revelados	Revela información privada (edad, historial, etc.)
	Emociones expuestas	El/la participante llora o grita al aire
	Contexto dramatizado	Recreaciones o dramatizaciones de la historia
Discurso de solución	Intervención del conductor/a	Emite opiniones o consejos personales
	Participación de terceros	Intervienen especialistas (psicólogo, abogado, etc.)
	Cierre esperanzador	Finaliza con reconciliación, perdón o mensaje positivo
Narrativa del conflicto	Construcción del problema	Describe cronológicamente los hechos
	Enfrentamiento en escena	Los involucrados discuten frente a cámaras
	Estructura narrativa	Se fragmenta la historia para mantener interés

Nota: Elaboración propia 2025.

3.2 Métodos de investigación

El enfoque inductivo es conocido por ser interpretativo y subjetivo, ya que ayuda a comprender la realidad que se aprecia. Hernández Sampieri *et al.* (2014) describen un método que construye las teorías, recopilando y examinando metódicamente la información cualitativa, lo que es crucial para abordar los intrincados problemas sociales.

3.3 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.3.1 Tipo

El tipo de investigación de este estudio es aplicada, según Hernández Sampieri *et al.* (2014) y tiene como finalidad la utilización de los conocimientos en la práctica, para aplicarlos a la solución de problemas concretos. Se orienta hacia la acción y la transformación de la realidad.

3.3.2 Nivel

La presente investigación es de nivel hermenéutico. Taylor y Bogdan (1992) indican que la hermenéutica en investigación cualitativa implica interpretar los significados que las personas atribuyen a sus vidas y experiencias, entendiendo los fenómenos desde la perspectiva de los participantes.

3.3.3 Diseño

La investigación que se presenta aquí se centra en el estudio de casos, una herramienta especialmente valiosa para analizar fenómenos complejos; cuando las fronteras entre el objeto de estudio y su contexto no siempre son claras. Según Yin (2018), el estudio de casos es una investigación empírica que examina un fenómeno contemporáneo en su entorno real.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población de esta investigación son los 11 capítulos del programa “Andrea” que están centrados en segmentos de conversación entre los invitados con la conductora, quien hace el papel de conciliadora en los conflictos privados de los invitados, se eligieron estos capítulos ya que presentaban de manera explícita conflictos privados entre los participantes, así como la intervención directa de la conductora en la construcción de un discurso de solución. El programa está al aire desde el 23 de julio de 2019 en el canal ATV.

3.4.2 Muestra

Se han escogido 11 capítulos del programa “Andrea”, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por criterio, considerando aquellos episodios emitidos entre 2023 y 2025 que presentan conflictos personales, confrontaciones en vivo y el discurso de solución de la conductora, elementos que evidencian con mayor claridad el contenido sensacionalista analizado en la investigación, los capítulos son los siguientes:

Tabla 2*Enlaces de los videos estudiados*

Nombre del capítulo	Fecha	Enlace
Cambiados al nacer	04 de abril del 2025	https://www.youtube.com/watch?v=3GFuLBu5TgM
La novia fugitiva	26 de febrero del 2025	https://www.youtube.com/watch?v=UcPLUW7fa-I
Doble traición	03 de febrero del 2025	https://www.youtube.com/watch?v=CWedYdxumM
Es mi hija	29 de mayo del 2025	https://www.youtube.com/watch?v=5Znw5erJW-g&t=1112s
La pesadilla de Robotín	30 de octubre 2023	https://www.youtube.com/watch?v=b9yFfWrzN1k
La traición de Juan Carlos	02 de abril 2025	https://www.youtube.com/watch?v=9FfyqG2YmbA
Entre la traición y la verdad	17 de marzo 2025	https://www.youtube.com/watch?v=Ph7hwkHho_Y
La duda de Nicolasa	07 de marzo 2025	https://www.youtube.com/watch?v=c6DrBkiZLHY
Marcado por la duda	20 de febrero 2025	https://www.youtube.com/watch?v=QrltJ0mJeSs
Golpes de traición	06 de julio 2023	https://www.youtube.com/watch?v=DMBpDh5vMeQ
Doble mentira	03 de junio 2025	https://www.youtube.com/watch?v=8El3M1wmddk

Nota: Elaboración propia 2025.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnicas

La técnica utilizada en la presente investigación es la observación, ya que permite registrar sistemáticamente el comportamiento, interacciones o contextos de los sujetos de estudio. Según Hernández Sampieri *et al.* (2014), la observación es el examen sistemático, válido y confiable de los comportamientos manifiestos de los sujetos en situaciones naturales o controladas, con el fin de analizarlos posteriormente.

3.5.2 Instrumentos

La herramienta de investigación en cuestión es una guía de observación, diseñada para ayudar a organizar y clasificar metódicamente los elementos que se examinarán durante la fase de observación. Arias (2012), afirma que el investigador prepara esta herramienta de antemano, lo que ayuda a registrar sistemáticamente lo que se puede ver o tomar acciones, alineándose con los objetivos de la investigación.

3.6 Técnicas e instrumentos de procesamiento de datos

Los datos que se extraigan de la realidad a través de los instrumentos se procesarán mediante el programa ATLAS.ti en su versión 9, que permitirá hacer una triangulación de información con la teoría lo que demostrará mapas semánticos que forman parte de los resultados que se requieren para esta investigación.

3.7 Validez del instrumento

Tabla 3

Validación de juicio de expertos

Nº	Apellidos y nombres	Puntaje	Valoración
1	Garay Peña Luis Edilberto	44	Válido, aplicar
2	Aguilar Culquicondor Juan Carlos	50	Válido, aplicar
3	Serrato Sanchez Segundo	44	Válido, aplicar

Nota: Elaboración propia 2025.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Descripción de resultados

3.1.1 *Sobre el Contenido sensacionalista*

Como se aprecia en el anexo 1, en los programas analizados, el contenido sensacionalista se construye como un espectáculo que transforma hechos reales en relatos dramáticos. Ferrés i Prats (2013) sostiene que este tipo de narrativa utiliza el dolor humano y los conflictos familiares para atraer al público, incluso a costa de distorsionar la verdad. Por otro lado, Debord (1967) advierte que la explotación del sufrimiento se convierte en un recurso cotidiano, donde los conflictos se trivializan y se presentan como entretenimiento. Esta práctica, lejos de informar, alimenta una cultura mediática superficial que busca impactar emocionalmente.

Siguiendo lo planteado por Rincón (2006), los episodios observados reproducen el esquema de los *talk shows*, exponiendo la vida privada de los participantes mediante escenas de llanto, gritos y enfrentamientos verbales. En el caso del programa “Andrea” del canal ATV, el uso del dolor y los conflictos personales como recursos narrativos refleja una explotación constante del sufrimiento humano, reduciendo las problemáticas a simples productos de entretenimiento. Además, se recurre a estrategias visuales y narrativas propias de los *talk shows* como mostrar llanto y discusiones para captar la atención inmediata del público. En consecuencia, estos formatos sacrifican la ética y el rigor periodístico en favor del sensacionalismo y la atracción mediática.

4.1.2 *Sobre la Exposición de la intimidad*

Según el anexo 2, en varios episodios del programa se exponen datos sensibles, relaciones familiares e imágenes privadas de los participantes. Las fichas muestran repetidamente la divulgación de información personal y la exhibición de escenas íntimas, incluso con menores de edad (rostros cubiertos).

Según Pardo (1996), la televisión convierte lo privado en espectáculo para despertar interés emocional, una práctica que busca captar el morbo del espectador. Cáceres (2010) explica que esta “televisión de la intimidad” rompe los límites entre lo íntimo y lo social, generando conflictos éticos en la cobertura.

La exposición reiterada de la intimidad refuerza la narrativa sensacionalista del programa y aumenta su capacidad de generar impacto emocional en la audiencia, por lo que se deduce -en base a lo que los autores afirman- que el programa “Andrea” del canal ATV explota la intimidad de los participantes, revelando datos sensibles, relaciones familiares e imágenes privadas, incluso de menores, para despertar el interés del público. Esta exposición de lo privado, tal como advierten diversos autores, convierte el sufrimiento y las experiencias personales en mercancía mediática, diluyendo los límites éticos. La repetición de este patrón refuerza la narrativa sensacionalista y potencia el impacto emocional en la audiencia, priorizando el morbo y la atracción del espectador sobre el respeto a la dignidad y la privacidad.

4.1.3 Sobre el Discurso de solución

En el anexo 3 se presentan los programas analizados, en los que la conductora suele ofrecer soluciones rápidas a conflictos complejos, buscando una salida inmediata en medio del drama televisivo. Las fichas evidencian que frecuentemente interviene en las decisiones de los participantes y valida sus emociones, generando una sensación de resolución instantánea.

Ferrés i Prats (2013) indica que estas respuestas emocionales refuerzan valores tradicionales sin fomentar un análisis profundo. Torres *et al.* (2016) agrega que la figura del presentador se posiciona como autoridad moral que guía hacia un cierre conciliador.

La observación del programa confirma que estas intervenciones buscan mantener la tensión y ofrecer un final simbólicamente satisfactorio, legitimando la narrativa del show más que resolver los problemas de fondo de los participantes; por lo que se deduce -en base a lo que los autores afirman- que el programa “Andrea” del canal ATV muestra que la conductora asume un rol central en la resolución aparente de los conflictos, ofreciendo soluciones rápidas que priorizan el dramatismo televisivo sobre la efectividad real. Su intervención, más que resolver problemas, cumple una función narrativa al validar emociones y reforzar valores tradicionales, posicionándola como una autoridad moral ante la audiencia. Este recurso mantiene la tensión y culmina con cierres simbólicamente satisfactorios, lo que fortalece la estructura sensacionalista del programa y desplaza la posibilidad de un análisis profundo o soluciones reales.

4.1.4 Sobre la Narrativa del conflicto

Según el anexo 4, a lo largo de los episodios observados, las historias siguen un patrón dramático marcado por la tensión, las discusiones y un desenlace emocionalmente cargado.

Las fichas muestran que los casos se presentan con giros sorprendentes, frases impactantes y múltiples personajes en conflicto para intensificar el drama.

Imbert (2008) sostiene que esta estructura replica el melodrama, diseñado para mantener al espectador enganchado, mientras que Munuera (2009) señala que la narrativa televisiva simplifica las causas de los problemas, dividiendo la trama en roles de víctima y victimario. Rincón (2006) agrega que este tipo de formatos televisivos construyen pedagogías de la emoción, donde el espectáculo del conflicto sirve para reforzar valores y normas sociales bajo la apariencia de entretenimiento.

La evidencia encontrada confirma que el programa construye conflictos bajo fórmulas narrativas que priorizan el suspenso y la carga emocional, contribuyendo a un contenido atractivo para la audiencia, aunque alejado de un análisis profundo de los hechos. Por lo que se deduce, en base a lo que los autores afirman, el programa “Andrea” del canal ATV emplea una estructura narrativa propia del melodrama, caracterizada por tensión sostenida, giros inesperados y confrontaciones que capturan la atención del público. La simplificación de los problemas en roles claros de víctima y victimario, junto con la carga emocional del desenlace, refuerza normas sociales y facilita la comprensión inmediata por parte de la audiencia. Sin embargo, esta fórmula prioriza el suspenso y el impacto emocional sobre la profundidad analítica, consolidando un producto televisivo atractivo pero superficial en el tratamiento de los hechos.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

El análisis de los episodios observados evidencia que el programa Andrea se construye sobre un modelo televisivo en el que la intimidad, el conflicto y la resolución inmediata conforman los pilares narrativos. Esta fórmula responde a lo que Ferrés i Prats (2013) describe como un enfoque que prioriza el impacto emocional sobre el análisis crítico, utilizando elementos visuales y sonoros para intensificar la experiencia del espectador.

En este contexto, la exposición de datos personales y escenas privadas funciona como catalizador del interés, en sintonía con lo señalado por Pardo (1996) quienes advierten que la “televisión de la intimidad” transforma lo privado en espectáculo, generando vínculos emocionales y morbo en la audiencia. En los capítulos analizados, este recurso se potencia mediante primeros planos de llanto, dramatizaciones y recreaciones, estrategias que, responden a la competencia mediática por captar atención inmediata, aun a costa de la profundidad informativa.

El “discurso de solución” que emplea la conductora se presenta como una clausura narrativa más que como un proceso real de mediación. Imbert (2003) explica que la televisión tiende a construir una retórica de la reparación, donde los conflictos se cierran de forma narrativa para mantener la coherencia del relato y reforzar el efecto dramático, más que para propiciar una verdadera mediación. Esta lógica se refleja en los casos observados, donde las intervenciones concluyen en acuerdos o mensajes de cierre que privilegian el efecto dramático sobre la eficacia práctica.

En cuanto a la narrativa del conflicto, se aprecia un patrón que simplifica los hechos en posiciones dicotómicas de víctima y victimario, siguiendo la observación de Munuera (2009) sobre cómo los medios configuran historias con tensiones claras para facilitar la identificación del público. La incorporación progresiva de nuevos personajes y testimonios incrementa el dramatismo, alineándose con lo que Imbert (2008) denomina la estructura melodramática, diseñada para mantener al espectador en un estado constante de expectativa.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

6.1.1 Se concluye que la exposición de la vida íntima de los participantes en el programa Andrea constituye un recurso narrativo central para captar la atención de la audiencia. La reiterada divulgación de datos personales y conflictos familiares confirma que la intimidad se convierte en un producto mediático, lo que genera cuestionamientos éticos respecto al respeto a la privacidad y a la dignidad de los involucrados.

6.1.2 También se concluye que el discurso de solución implementado en el programa se orienta a construir una narrativa de reconciliación. Este discurso enfatiza valores tradicionales como el perdón, la unión familiar y la esperanza de superación. Sin embargo, se observa que las soluciones presentadas carecen de profundidad y suelen responder a un guion televisivo que prioriza el dramatismo y la inmediatez sobre la resolución real de los problemas.

6.1.3 Finalmente, se concluye que la narrativa del conflicto en el programa se desarrolla bajo fórmulas propias del melodrama, caracterizadas por confrontaciones, tensión constante y desenlaces cargados de emotividad. Este patrón contribuye a la espectacularización de los conflictos, simplificando las causas y consecuencias de los mismos en una lógica de víctima versus victimario, lo que refuerza la dimensión sensacionalista del contenido.

6.2 Recomendaciones

6.2.1 Se recomienda que los productores del programa Andrea establezcan lineamientos éticos más rigurosos respecto a la exposición de la vida privada de los participantes, con el fin de evitar vulneraciones a la intimidad y promover un tratamiento más respetuoso de la información personal.

6.2.2 Se recomienda fortalecer el discurso de solución a través de la incorporación de intervenciones profesionales sostenidas, como asesorías psicológicas o legales, que trasciendan el ámbito mediático y contribuyan a la resolución real de los conflictos presentados.

6.2.3 Se recomienda replantear la construcción narrativa del conflicto, priorizando enfoques basados en el diálogo y la mediación, en lugar de recurrir al enfrentamiento y la exageración dramática. De esta manera, el programa podría mantener el interés de la audiencia sin sacrificar el rigor ético ni fomentar la trivialización del sufrimiento humano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agüero, A. (2021). Derecho a la propia imagen y divulgación en prensa de fotos obtenidas de Facebook. *Derecho Privado y Constitución*. Volumen 38, pp 119-155. <https://doi.org/10.18042/cepc/dpc.38.04>
- Aierbe-Barandiaran, A.; Medrano-Samaniego, C., y Martínez de Morentín, J. (2010). Intimacy in television programs: Adolescents' perception [La privacidad en programas televisivos: percepción de los adolescentes]. *Comunicar*. Volumen 35, pp. 95-103. <https://doi.org/10.3916/C35-2010-03-02>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Sexta edición. Editorial Episteme.
- Barg, L. (2003). *Los vínculos familiares: reflexiones desde la práctica profesional*. Editorial Espacio. https://fcp.uncuyo.edu.ar/upload/Los_vinculos_familiares.pdf
- Bourdieu, P. (1996). *Sobre la televisión*. Anagrama. <https://lideresdeizquierdaprd.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/11/sobre-la-television-pierre-bourdieu.pdf>
- Bueno, G. (2002). *Telebasura y democracia*. Ediciones B.
- Cáceres, M. (2010). El discurso de la televisión en la cultura del espectáculo: los procesos de mediación en los programas de la telerrealidad. *Sphera Pública*. N° 10, 2010, pp. 207-222. <https://www.redalyc.org/pdf/297/29719345014.pdf>
- Campbell, W. (2001). *Yellow Journalism: Puncturing the Myths, Defining the Legacies*. Praeger.
- Casas, R. (2013). *El sensacionalismo en los medios: Una mirada crítica al tratamiento de la información*. Editorial Periodismo Crítico.
- Casero-Ripollés, A. (2020). El periodismo en la economía de la atención: cómo las plataformas digitales y los medios compiten por captar la audiencia sacrificando valores periodísticos. *Journal Media*. Volumen 1, N°1, pp. 177-178. <https://www.mdpi.com/2673-5172/1/1/12>
- Cebrián Herreros, M. (2006). Nuevas modalidades de televisión. *Tecnología y Comunicación Educativas*. Volumen 20, N° 42-43, pp. 23-33.

- <https://biblat.unam.mx/hevila/Tecnologiaycomunicacioneducativas/2006/vol20/no42-43/2.pdf>
- Chion, M. (1993). *La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Ediciones Paidós Ibérica.
https://monoskop.org/images/0/09/Chion_Michel_La_audiovision_Introduccion_a_un_analisis_conjunto_de_la_imagen_y_el_sonido.pdf
- Coello, E. (2021). *Análisis del periodismo sensacionalista en las noticias de farándula desde la visión de los estudiantes de la carrera de comunicación, programa online Agárrate*. [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo]
<https://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/11003/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000540.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Corner, J. (2000). *Mediated persona and political culture: Dimensions of structure and process*. In J. Corner & D. Pels (Eds.). (2000). *Media and the restyling of politics: Consumerism, celebrity and cynicism*. (pp. 67–84).
- Cremades, R. (2008). Análisis de la puesta en imagen del teledrama. *Revista Icono*. Volumen 14, N° 10, pp. 1-31. Universidad Complutense de Madrid.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2719897.pdf>
- Danilova, O. (2014). “*Pa’ que veas que te pido perdón en delante toda España*”: Pragmalingüística y análisis del discurso en los diálogos del talk show televisivo “*Diario de Patricia*” (2001–2011). [Tesis doctoral, Universidad de Lausana]. Repositorio institucional de la Universidad de Lausana.
https://serval.unil.ch/resource/serval:BIB_235F33DDFE80.P001/REF.pdf
- Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo. Observaciones Filosóficas*.
<https://www.observacionesfilosoficas.net/download/sociedadDebord.pdf>
- Diego, P., y Guerrero-Pérez, E. (2021). La producción de talk shows en la televisión pública española (1990-2010): un contenido omnipresente en TVE. *Revista de Comunicación*. Volumen 20, N° 1, pp. 85-102.
<https://revistadecomunicacion.com/article/view/2147/1990>
- Đokić, A., y Anđelić, A. (2022). Sensationalism as a Model of News Reporting on Violence Against Women – a Case Study of Milena Radulović and Danijela Štajnfeld. *Applied*

- Media Studies Journal*. Volumen 3, N° 1, 2022.
<https://msae.rs/index.php/home/article/view/36>
- Donayre Alcalá, L. (2021). *Características de la nota roja y el periodismo escrito – análisis Caso niña Jimena – “El monstruo de la bicicleta” en el diario Trome*. [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio institucional de la Universidad de San Martín de Porres.
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/8446>
- Ekman, P. (1992). Expresiones faciales de emoción: Nuevos hallazgos, nuevas preguntas. *Psychological Science*. Volumen 3. N° 1, pp 34-38.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Edward Arnold.
<https://es.scribd.com/document/386703274/norman-fairclough-media-discourse>
- Fernández Villanueva, C.; Revilla Castro, J., y Dávila De León, M. (2020). Morbo: discursos sobre contemplación y emisión de violencia en informativos. *Athenea Digital*. Volumen 18, N° 2. <https://atheneadigital.net/article/view/v18-n2-fernandez-revilla-davila>
- Fernández, C., Revilla, J., Domínguez, R., y Almagro, A. (2008). Los espectadores ante la violencia televisiva: funciones, efectos e interpretaciones situadas. *Comunicación y Sociedad*. Volumen 21. N° 2, pp. 85-113. <https://share.google/7Ps4YCSpYxqy75qTG>
- Ferrer Ceresola, R. (2018). Criterios para el análisis de la calidad televisiva y el sensacionalismo en los programas de entretenimiento. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Volumen 24, N° 1, pp. 535-550.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/59965>
- Ferrés i Prats, J. (2013). *Las pantallas y el cerebro emocional*. Gedisa.
<https://centrohumanista.edu.mx/biblioteca/files/original/c0c297145e875913e1d966bfaadf69ef.pdf>
- Ferrés i Prats, J. (2003). Educación en medios y competencia emocional. *Revista Iberoamericana de Educación*. N° 32, pp. 49-69.
<https://rieoei.org/RIE/article/view/920/1744>
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203133446>

- Franks, S. (2013). *Women and journalism*. Routledge.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Women%2520and%2520Journalism.pdf>
- Galán Fajardo, E. (2022). Personajes, estereotipos y representaciones sociales en ficción televisiva: Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. *ECO-PÓS*. Volumen 9, N° 1, enero-julio 2006, pp. 58-81. <https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/844ffc47-442b-4cd2-9d2d-6790905abb1f/content>
- García, M., Parada, D. y Ossa, G. (2017). El drama creativo: una herramienta para la formación cognitiva, afectiva, social y académica de estudiantes y docentes. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*. Volumen 13. N°22, pp. 75-96. <https://www.redalyc.org/pdf/773/77352074005.pdf>
- González Requena, J. (1988). *El discurso televisivo: Espectáculo de la postmodernidad*. Cátedra.
- Grabe, M.; Zhou, S., & Barnett, B. (2001). Explicating sensationalism in television news: Content and the bells and whistles of form. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Volume 45, N° 4, pp. 635-655. https://www.researchgate.net/publication/249025488_Explicating_Sensationalism_in_Television_News_Content_and_the_Bells_and_Whistles_of_Form
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. McGraw-Hill.
- Herzog, L. (2022). Shared Standards versus Competitive Pressures in Journalism. *Journal of Applied Philosophy*. Volumen 39, N°3, pp. 393-406. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/japp.12491>
- Imbert, G. (2003). *El zoo visual: De la televisión espectacular a la televisión especular*. Editorial Gedisa. http://cdc.unsa.edu.ar:8080/7/1/u1_gerard__imber_zoo_visual.pdf
- Imbert, G. (2008). Conductas extremas, riesgo y tentación de muerte en la sociedad del espectáculo (nuevas formas y usos de la violencia). *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*. N° 3, pp. 111-126. <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/MESO0808220111A/21275>

- Lara, L. (2023). *El impacto del sensacionalismo en los medios privados de comunicación*. [Análisis Sistemático de Literatura, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio institucional de la Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/8df9e587-0a80-43b9-b81f-30ba39fd8948/content>
- Lehmann, S. (2012). *Performing emotions: A case study on audience reception of the German docusoap Bauer sucht Frau*. [Tesis de maestría, Stockholm University]. DiVA Portal. <https://su.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A531247>
- León Huapaya, S., y Suarez Castillo, K. (2023). *El sensacionalismo en las secuencias informativas sobre COVID-19 del programa “Tengo algo que decirte”, junio-agosto 2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio institucional de la Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/37677/Leon%20Huapaya%20Sabrina%20-%20Suarez%20Castillo%20Karem.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Linehan, M. (1993). *Cognitive-Behavioral Treatment of Borderline Personality Disorder*. Guilford Press.
- Livingstone, S. y Lunt, P. (1994) *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate*. Routledge.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill. <https://designopendata.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf>
- Miranda, D. (2016). Televisión y espectáculo en el Perú: Una aproximación crítica a los formatos testimoniales. pp. 143–164. En J. Salazar (Ed.). (2016). *Medios y sociedad en el Perú contemporáneo*. Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Mittell, J. (2015). *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. NYU Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt15r3zww>
- Mori, M. (2010). La espectacularización de la información. *Revista Contratexto*. N°18, pp. 69-86. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7660609>
- Mujica, C., Grassau, D., Bachmann, I., Herrada, N., Flores, P. M., & Puente, S. (2020). *Percepciones de la audiencia respecto del uso del melodrama en noticias por*

- televisión: entre el entusiasmo y el desprecio. Palabra Clave*, 23(4), e2341.
<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/10461/pdf>
- Munuera, P. (2009). El modelo circular narrativo de Sara Cobb y sus técnicas. *Revista de Mediación*. Volumen 2, N°3, pp. 40-49.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2541476>
- Muñoz, X. (2024). *Sensacionalismo, ética y calidad de la información: El suicidio en las noticias televisivas peruanas*. [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/675515/Mu%c3%b1oz_AX.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nieto y Otero, M. (2016). El discurso de la información. La construcción del espejo social. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*. Volumen 4, N° 1.
<https://doi.org/10.35956/V.4.N1.2004.P.103-104>
- Noelle-Neumann, E. (1974). *La espiral del silencio: Opinión pública y comunicación*. Paidós.
- Oliveros, V. (2018). La inteligencia emocional desde la perspectiva de Rafael Bisquerra. *Revista Iberoamericana de Educación*. Volumen 76, N° 3761, pp. 123-142.
<https://www.redalyc.org/journal/3761/376157736006/html/>
- Pardo, J. (1996). *La intimidación*. Pre-Textos. <https://ayciiunr.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/05/la-intimidacion-jose-luis-pardo.pdf>
- Peck, J. (1995). Tv Talk Shows as Therapeutic Discourse: The Ideological Labor of the Televised Talking Cure, *Communication Theory*, Volumen 5, N° 1, pp. 58-81.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1995.tb00098.x>
- Plantinga, C. (2009). *Moving Viewers: American Film and the Spectator's Experience*. University of California Press. <https://doi.org/10.1525/9780520943919>
- Portocarrero, G. (2006). *La urgencia por decir “nosotros”: Los intelectuales y la idea de nación en el Perú republicano*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ramírez Flores, M. (2021). ¿Información o entretenimiento? El sensacionalismo en el periodismo deportivo. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/item/b9425176-6e8a-4294-9132-5cdaa73976d0>

- Rincón, O. (2002). *Televisión: Video y subjetividad*. Norma.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Gedisa. https://espectaculosymedios.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/09/rincon_narrativas_medicas.pdf
- Salovey, P., & Mayer, J. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*. Volumen 9, N° 3, pp. 185-211. <https://journals.sagepub.com/doi/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>
- Solove, D. (2013). Autogestión de la privacidad y el dilema del consentimiento. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*. Volumen 2, N°2. <https://doi.org/10.5354/0719-2584.2013.30308>
- Sosa, L. (2021). *Lectura del periódico sensacionalista Órale Jarocho: Prácticas y mediaciones socioculturales*. [Tesis de licenciatura, Universidad Veracruzana]. Repositorio institucional de la Universidad Veracruzana. https://www.academia.edu/44522170/Lecturas_del_sensacionalismo_en_la_ciudad_de_Veracruz_Usos_y_apropiaciones_del_tabloide_%C3%93rale_Jarocho
- Soto, F. (2021). Contenido sensacionalista de los diarios 'chicha' y la ética periodística, Lima 2020 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28964/Soto%20Francia%20Flor%20De%20Maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Taylor, S, y Bogdan, R. (1992). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Ediciones Paidós.
- Thompson, J. (2000). *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación* Paidós. <https://www.inep.org/images/2025/TXT/2001-Thompson-escandalo.pdf>
- Tiscareño-García, E., y Miranda-Villanueva, O. (2020). Víctimas y perpetradores del feminicidio en el lenguaje de la prensa escrita mexicana. *Revista Comunicar*. N° 63, pp. 51-60. <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=63&articulo=63-2020-05>

- Torres, J.; Galván, G., y Hernández, O. (2016). Ética del discurso de Habermas: como propuesta teórico-práctica. *Revista de la Universidad del Zulia. Ciencias Jurídicas & Políticas*. Volumen 29, N°1, pp. 5-19. <https://doi.org/10.17081/just.21.29.1230>
- Vargas, G. (2012). La información de la prensa amarilla en el Perú. Trabajo de investigación elaborado para el curso de Investigación Académica, 2012-2. Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://textos.pucp.edu.pe/pdf/3483.pdf>
- Vich, V. (2010). *El discurso de la calle: los cómicos ambulantes y las tensiones de la representación popular en el Perú*. IEP
- Yin, R. (2018). *Investigación sobre estudio de casos: Diseño y métodos*. Sexta edición. SAGE.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025					
Problemas u objeto de estudio	Objetivos	Categorías	Subcategorías	Indicadores	Metodología
GENERAL ¿Cómo se presenta el contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, Perú?	GENERAL Analizar el contenido sensacionalista del programa Andrea durante el año 2025.	VAR. X Contenido sensacionalista	SC1: Exposición de la intimidad. SC2: Discurso de solución	Información privada Vínculos familiares Imágenes privadas Emociones intensas Reacciones viscerales ante la audiencia Tomas de los participantes Se escenifican momentos privados Escenografía Sonido del programa Solución simple y mediática	A.- MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Tipo: Cualitativa Nivel: Aplicada Diseño: Hermenéutico B.- UNIVERSO Y MUESTRA: Universo o Población: Más de 100 capítulos del programa Andrea del 2025. Muestra: 10 programas del programa Andrea.

ESPECÍFICOS ¿Cómo se manifiesta la exposición de la intimidad en el programa Andrea, Lima, 2025? ¿Cómo se manifiesta el discurso de solución en el programa Andrea, Lima, 2025? ¿Cómo se manifiesta la narrativa de conflicto en el programa Andrea, Lima, 2025?	ESPECÍFICOS Analizar la exposición de la vida intimidad de los participantes en el programa Andrea, Lima, 2025. Explicar el discurso de solución que construyen una narrativa de reconciliación en el programa Andrea, Lima, 2025. Analizar la narrativa del conflicto entre los participantes en el programa Andrea, Lima, 2025.		SC3: Narrativa del conflicto	Intervención emocional de la conductora Reconciliación en pantalla Intervención de especialistas Validación emocional Construcción de una trama con giros dramáticos Uso de frases impactantes o ganchos Múltiples personajes en conflicto Escenas dramáticas Enfrentamientos verbales	C.- UNIDAD DE ANÁLISIS Videos D.- TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Técnica: Observación Instrumento: Ficha de observación E. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS: ATLAS. ti
---	--	--	--	---	---

Nota: Elaboración propia, 2025.

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

FICHA DE OBSERVACIÓN N°1

Medio: ATV	Fecha: 04/06/2025	Link: https://www.youtube.com/watch?v=3GFuLBu5TgM
Título de la investigación: Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025		
Aplicador del instrumento: Mariajose Ybaceta		Fecha de la aplicación: 25/06/2025

Categoría	Sub categoría	Indicador	Ítem	Sí	No	Observaciones
Contenido sensacionalista	Exposición de la intimidad	Información privada	Se difunden datos sensibles del participante como edad, historial, etc.	X		La conductora relata los hechos con información sensible de los participantes.
		Vínculos familiares	Se mencionan nombres completos o relaciones familiares.	X		La conductora menciona la relación familiar entre de todos los participantes de la familia y los nombres completos de los involucrados.
		Imágenes privadas	Muestra fotos/videos de la vida personal de los participantes.	X		Se muestran videos de sufrimiento de ambas familias involucradas.
		Emociones intensas	El/la participante llora o grita al aire.	X		Las participantes mujeres que son las madres de familia lloran frente cámara.
		Reacciones viscerales ante la audiencia	Hay golpes, arrebatos, insultos, gritos y abandono del set por parte de los participantes.		X	En este capítulo existen gritos en el set por parte de las participantes.
		Tomas de los participantes.	Se presenta primeros planos de lágrimas o gestos de sufrimiento.	X		En la duración del capítulo existen varias tomas de las participantes con lágrimas y llantos.
		Se escenifican momentos privados	Hay recreaciones o dramatizaciones de la historia	X		Muestran imágenes de los participantes yendo a la clínica por la prueba de ADN.
		Escenografía	En la ambientación del set se imita habitaciones, casas, etc.		X	En este capítulo no se muestra la ambientación del hogar de los participantes.
		Sonido del programa	Se utilizan sonidos que enfatizan efectos dramáticos del programa.	X		Si, en la duración de todo el programa existen varios tipos de sonidos dramáticos en distintas escenas.

	Discurso de solución	Solución simple y mediática	La conductora propone una solución rápida.	X		La conductora propone soluciones para ambas partes de las familias en el set.
		Intervención emocional de la conductora	La conductora interviene en la decisión de los participantes.	X		La conductora trata de enfatizar con los protagonistas de la historia.
		Reconciliación en pantalla	Se muestran imágenes de los participantes o se incita la reconciliación entre ellos.		X	En este capítulo ambas familias participantes no están peleados o en desacuerdo con lo que está sucediendo.
		Intervención de especialistas	Se citan a conciliadores o abogados para que vean el caso.	X		En este capítulo la conductora citó a una psicóloga especialista para apoyar a las familias en ese aspecto.
		Validación emocional	La conductora valida emocionalmente el caso de los participantes.	X		En todo momento la conductora enfatiza las emociones de los participantes.
	Narrativa del conflicto	Construcción de una trama con giros dramáticos.	El caso se presenta como una historia con inicio, conflicto y desenlace	X		En este capítulo se presenta el inicio, conflicto y el desenlace de la historia de los participantes.
		Uso de frases impactantes o ganchos	El programa utiliza frases o titulares que exageran el conflicto.	X		En todo momento se utilizan plecas con comentarios de los familiares, con el título del capítulo y un breve resumen de la historia.
		Múltiples personajes en conflicto	Se incluyen nuevas voces y personajes para aumentar el dramatismo del caso.	X		Se llaman a más familiares de los participantes principales de la historia.
		Escenas dramáticas	Se repiten escenas de mucho dramatismo.	X		Se repiten escenas de los niños del caso en conflicto, pero tapadas sus caras ya que son menores de edad.
		Enfrentamientos verbales	Se promueven discusiones o peleas entre los participantes como eje del desarrollo.		X	En este capítulo no se promueven las discusiones entre participantes ya que ambas familias quieren descubrir lo mismo mediante pruebas de ADN.

Nota: Elaboración propia, 2025.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°2

Medio: ATV Fecha: 27/02/2025 Link: https://www.youtube.com/watch?v=UcPLUW7fa-I
Título de la investigación: Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025
Aplicador del instrumento: Mariajose Ybaceta Fecha de la aplicación: 25/06/2025

Categoría	Sub categoría	Indicador	Ítem	Sí	No	Observaciones
Contenido sensacionalista	Exposición de la intimidad	Información privada	Se difunden datos sensibles del participante como edad, historial, etc.		X	En este capítulo se difunden por parte de los participantes información sensible de sus vidas.
		Vínculos familiares	Se mencionan nombres completos o relaciones familiares.		X	En este capítulo no se difunden los nombres completos.
		Imágenes privadas	Muestra fotos/videos de la vida personal de los participantes.	X		En el transcurso del capítulo se difunden fotos y vídeos de la vida o en este caso el matrimonio que tuvieron los participantes y la negación de la novia al decir no acepto que se hizo viral en redes.
		Emociones intensas	El/la participante llora o grita al aire.	X		En este capítulo el participante llora por la negación de la novia.
		Reacciones viscerales ante la audiencia	Hay golpes, arrebatos, insultos, gritos y abandono del set por parte de los participantes.		X	No hubo golpes ni gritos de discusión por parte de los participantes.
		Tomas de los participantes	Se presenta primeros planos de lágrimas o gestos de sufrimiento.	X		Se presentaron varias tomas del participante llorando por el tema tratado.
		Se escenifican momentos privados	Hay recreaciones o dramatizaciones de la historia	X		En este capítulo hay dramatizaciones de la historia de los participantes.
		Escenografía	En la ambientación del set se imita habitaciones, casas, etc.	X		En este capítulo se demuestran dramatizaciones como adornos o arreglos de un escenario de boda entre ambos participantes.
		Sonido del programa	Se utilizan sonidos que enfatizan efectos	X		En este capítulo se enfatizan muchos sonidos de fondo en cada escena.

			dramáticos del programa.			
	Discurso de solución	Solución simple y mediática	La conductora propone una solución rápida.	X		En este capítulo la conductora trata de conciliar a ambos participantes explicando los hechos.
		Intervención emocional de la conductora	La conductora interviene en la decisión de los participantes.		X	En este capítulo la conductora no interviene en la decisión, lo que sí hace es preguntar varias veces a ambos participantes si está bien la decisión que tomaron.
		Reconciliación en pantalla	Se muestran imágenes de los participantes o se incita la reconciliación entre ellos.	X		Si se muestran imágenes del desenlace de la historia.
		Intervención de especialistas	Se citan a conciliadores o abogados para que vean el caso.	X		En el capítulo se citan a conciliadores al final del caso, para darle desenlace al programa.
		Validación emocional	La conductora valida emocionalmente el caso de los participantes.	X		En este capítulo la conductora trata de exponer las emociones y también lo emocionante del caso que fue tendencia.
	Narrativa del conflicto	Construcción de una trama con giros dramáticos.	El caso se presenta como una historia con inicio, conflicto y desenlace	X		Si, desde el principio de la historia hasta como termina el caso.
		Uso de frases impactantes o ganchos	El programa utiliza frases o titulares que exageran el conflicto.	X		Si, utilizan frases para exagerar la reconciliación de ambos personajes.
		Múltiples personajes en conflicto	Se incluyen nuevas voces y personajes para aumentar el dramatismo del caso.	X		Si, más que todo los especialistas que se juntan para darle más drama al asunto.
		Escenas dramáticas	Se repiten escenas de mucho dramatismo.	X		Se repiten escenas de la boda que tuvieron entre los participantes.
		Enfrentamientos verbales	Se promueven discusiones o peleas entre los participantes como eje del desarrollo.		X	En este capítulo no existen peleas entre los participantes.

Nota: Elaboración propia, 2025.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°3

Medio: ATV	Fecha: 03/03/2025	Link: https://www.youtube.com/watch?v=CWedYdxumM
Título de la investigación: Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025		
Aplicador del instrumento: Mariajose Ybaceta		Fecha de la aplicación: 25/06/2025

Categoría	Sub categoría	Indicador	Ítem	Sí	No	Observaciones
Contenido sensacionalista	Exposición de la intimidad	Información privada	Se difunden datos sensibles del participante como edad, historial, etc.	X		En este capítulo, la conductora menciona edades, apellidos de los participantes.
		Vínculos familiares	Se mencionan nombres completos o relaciones familiares.	X		En este capítulo si, se mencionan las relaciones familiares que tienen los participantes involucrados.
		Imágenes privadas	Muestra fotos/videos de la vida personal de los participantes.	X		En este capítulo, la conductora muestra fotos privadas de los participantes del caso.
		Emociones intensas	El/la participante llora o grita al aire.	X		En este capítulo se muestra al participante desmayándose y recibiendo ayuda médica.
		Reacciones viscerales ante la audiencia	Hay golpes, arrebatos, insultos, gritos y abandono del set por parte de los participantes.	X		En este capítulo hay gritos por parte de la conductora y los participantes del caso en cuestión.
		Tomas de los participantes.	Se presentan primeros planos de lágrimas o gestos de sufrimiento.	X		En este capítulo se muestran primeros planos de la cara de sufrimiento del participante en cuestión que casi se desmaya.
		Se escenifican momentos privados	Hay recreaciones o dramatizaciones de la historia		X	En este capítulo, no hay recreaciones de la historia.
		Escenografía	En la ambientación del set se imitan habitaciones, casas, etc.		X	En este capítulo, no hay ambientación como el hogar de los participantes.
		Sonido del programa	Se utilizan sonidos que enfatizan efectos dramáticos del programa.	X		En este capítulo, existen diferentes sonidos dramáticos para cada escena y comentarios que hacen los participantes.

	Discurso de solución	Solución simple y mediática	La conductora propone una solución rápida.		X	En este capítulo, la conductora no propone soluciones.
		Intervención emocional de la conductora	La conductora interviene en la decisión de los participantes.	X		La conductora interviene en la decisión de los participantes.
		Reconciliación en pantalla	Se muestran imágenes de los participantes o se incita la reconciliación entre ellos.		X	En este capítulo no se muestran imágenes.
		Intervención de especialistas	Se citan a conciliadores o abogados para que vean el caso.	X		Se citaron a conciliadores para finalizar el caso.
		Validación emocional	La conductora valida emocionalmente el caso de los participantes.	X		En este capítulo si, la conductora valida los hechos con los sentimientos de los participantes.
	Narrativa del conflicto	Construcción de una trama con giros dramáticos.	El caso se presenta como una historia con inicio, conflicto y desenlace	X		El caso se presenta con inicio, conflicto y desenlace.
		Uso de frases impactantes o ganchos	El programa utiliza frases o titulares que exageran el conflicto.	X		Existen titulares que exponen posibles soluciones o frases que deja en suspenso al espectador.
		Múltiples personajes en conflicto	Se incluyen nuevas voces y personajes para aumentar el dramatismo del caso.	X		Se invitan a familiares al set para que expliquen su punto de vista o apoyar al familiar implicado.
		Escenas dramáticas	Se repiten escenas de mucho dramatismo.		X	En este capítulo no existen escenas de mucho dramatismo.
		Enfrentamientos verbales	Se promueven discusiones o peleas entre los participantes como eje del desarrollo.	X		Entre los participantes se promueven discusiones sobre el tema del capítulo.

Nota: Elaboración propia, 2025.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°4

Medio: ATV	Fecha: 29/05/2025	Link: https://www.youtube.com/watch?v=5Znw5erJW-g&t=1112s
Título de la investigación: Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025		
Aplicador del instrumento: Mariajose Ybaceta		Fecha de la aplicación: 25/06/2025

Categoría	Sub categoría	Indicador	Ítem	Sí	No	Observaciones
Contenido sensacionalista	Exposición de la intimidad	Información privada	Se difunden datos sensibles del participante como edad, historial, etc.	X		En este capítulo se difunden datos sensibles de los implicados en el caso.
		Vínculos familiares	Se mencionan nombres completos o relaciones familiares.	X		En este capítulo se mencionan más que todo las relaciones familiares que tienen los implicados.
		Imágenes privadas	Muestra fotos/videos de la vida personal de los participantes.	X		En este capítulo se muestran imágenes y videos de los participantes con tonos dramáticos.
		Emociones intensas	El/la participante llora o grita al aire.	X		Uno de los participantes llora al aire por el caso en cuestión.
		Reacciones viscerales ante la audiencia	Hay golpes, arrebatos, insultos, gritos y abandono del set por parte de los participantes.		X	En este capítulo no se presentan insultos y arrebatos.
		Tomas de los participantes	Se presentan primeros planos de lágrimas o gestos de sufrimiento.	X		Se muestran primeros planos de los rostros de los participantes.
		Se escenifican momentos privados	Hay recreaciones o dramatizaciones de la historia	X		En este capítulo se muestran escenas de la menor de edad con la cara borrosa en donde se dramatiza lo que hace la menor implicada en el caso.
		Escenografía	En la ambientación del set se imitan habitaciones, casas, etc.		X	En este capítulo no se utiliza ambientación.
		Sonido del programa	Se utilizan sonidos que enfatizan efectos dramáticos del programa.	X		Se utilizan distintos sonidos que enfatizan las escenas de los participantes.
	Discurso de solución	Solución simple y mediática	La conductora propone una solución rápida.		X	La conductora da entrada a más personajes en la historia para recaudar más testimonios y más drama.
		Intervención emocional de la conductora	La conductora interviene en la decisión de los participantes.	X		Si, en muchos momentos da opiniones hacia los participantes sobre el tema en cuestión.
		Reconciliación en pantalla	Se muestran imágenes de los participantes o se incita la reconciliación entre ellos.		X	No se hacen uso en este programa.

		Intervención de especialistas	Se citan a conciliadores o abogados para que vean el caso.	X		Se cita a un conciliador al programa para dar solución al conflicto.
		Validación emocional	La conductora valida emocionalmente el caso de los participantes.	X		La conductora valida y enfatiza emocionalmente el comportamiento y el caso de cada uno de los participantes.
	Narrativa del conflicto	Construcción de una trama con giros dramáticos.	El caso se presenta como una historia con inicio, conflicto y desenlace	X		En todo el capítulo se menciona el inicio, conflicto y desenlace.
		Uso de frases impactantes o ganchos	El programa utiliza frases o titulares que exageran el conflicto.	X		Tiene más que todo los comentarios de los participantes con signos de exclamación o preguntas para dramatizar el caso frente al público.
		Múltiples personajes en conflicto	Se incluyen nuevas voces y personajes para aumentar el dramatismo del caso.	X		Ingresa los familiares de los participantes principales del caso.
		Escenas dramáticas	Se repiten escenas de mucho dramatismo.	X		Se repiten fotos de la niña en cuestión durante el programa.
		Enfrentamientos verbales	Se promueven discusiones o peleas entre los participantes como eje del desarrollo.	X		La conductora deja que los participantes tengan discusión entre ellos durante unos minutos.

Nota: Elaboración propia, 2025.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°5

Medio: ATV Fecha: 30/10/2023 Link: https://www.youtube.com/watch?v=b9yFfWrzN1k
Título de la investigación: Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025
Aplicador del instrumento: Mariajose Ybaceta Fecha de la aplicación: 25/06/2025

Categoría	Sub categoría	Indicador	Ítem	Sí	No	Observaciones
Contenido sensacionalista	Exposición de la intimidad	Información privada	Se difunden datos sensibles del participante como edad, historial, etc.	X		En este capítulo se difunden los datos de ambos participantes.
		Vínculos familiares	Se mencionan nombres completos o relaciones familiares.	X		La conductora cuenta la historia de los participantes mencionando sus nombres.
		Imágenes privadas	Muestra fotos/videos de la vida personal de los participantes.	X		Se muestran imágenes de los involucrados y menores de edad con la cara tapada.
		Emociones intensas	El/la participante llora o grita al aire.	X		Al momento de discutir entre ellos, empiezan a discutir y gritarse entre ellos.
		Reacciones viscerales ante la audiencia	Hay golpes, arrebatos, insultos, gritos y abandono del set por parte de los participantes.		X	En este capítulo no hay golpes e insultos, solo gritos por parte de los participantes.
		Tomas de los participantes.	Se presentan primeros planos de lágrimas o gestos de sufrimiento.	X		En este capítulo si se muestran primeros planos del llanto de los participantes.
		Se escenifican momentos privados	Hay recreaciones o dramatizaciones de la historia		X	No hay recreaciones, solo se muestran imágenes de la vida privada de los participantes.
		Escenografía	En la ambientación del set se imitan habitaciones, casas, etc.		X	No se utiliza la ambientación en el set del programa.
		Sonido del programa	Se utilizan sonidos que enfatizan efectos dramáticos del programa.	X		En cada conversación y revelaciones que se hacen los participantes y la conductora se utilizan diferentes sonidos de fondo para dramatizar más el capítulo.
		Solución simple y mediática	La conductora propone una solución rápida.	X		Brinda opiniones y soluciones para ambas partes.

	Discurso de solución	Intervención emocional de la conductora	La conductora interviene en la decisión de los participantes.	X		Interviene dando su punto de vista a ambos participantes.
		Reconciliación en pantalla	Se muestran imágenes de los participantes o se incita la reconciliación entre ellos.	X		Se muestran imágenes de las menores de edad con la cara tapada se incita la reconciliación mediante la conductora.
		Intervención de especialistas	Se citan a conciliadores o abogados para que vean el caso.	X		Se cita a un conciliador para poder dar más soluciones al tema.
		Validación emocional	La conductora valida emocionalmente el caso de los participantes.	X		La conductora emite su punto de vista en el caso de ambos participantes y valida lo que sucede en cuanto al tema tratado en el set.
	Narrativa del conflicto	Construcción de una trama con giros dramáticos.	El caso se presenta como una historia con inicio, conflicto y desenlace	X		Si se presenta con inicio, conflicto y desenlace.
		Uso de frases impactantes o ganchos	El programa utiliza frases o titulares que exageran el conflicto.	X		En este caso, si se emiten oraciones dramáticas para la audiencia.
		Múltiples personajes en conflicto	Se incluyen nuevas voces y personajes para aumentar el dramatismo del caso.	X		Se incluyen más testimonios de las amistades del participante.
		Escenas dramáticas	Se repiten escenas de mucho dramatismo.	X		Se repiten imágenes de los mismos participantes en tono dramático.
		Enfrentamientos verbales	Se promueven discusiones o peleas entre los participantes como eje del desarrollo.	X		La conductora deja que ambos participantes tengan una discusión o emite comentarios o preguntas con la finalidad de que ambos hablen en tono alto para después tranquilizarlos.

Nota: Elaboración propia, 2025.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°6

Medio: ATV Fecha: 02/04/2025 Link: https://www.youtube.com/watch?v=9FfyqG2YmbA
Título de la investigación: Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025
Aplicador del instrumento: Mariajose Ybaceta Fecha de la aplicación: 25/06/2025

Categoría	Sub categoría	Indicador	Ítem	Sí	No	Observaciones
Contenido sensacionalista	Exposición de la intimidad	Información privada	Se difunden datos sensibles del participante como edad, historial, etc.	X		En este capítulo se difunde el historial del participante, la historia personal que tuvieron.
		Vínculos familiares	Se mencionan nombres completos o relaciones familiares.		X	No se mencionan nombres completos.
		Imágenes privadas	Muestra fotos/videos de la vida personal de los participantes.	X		Se muestran capturas de pantalla de Whatsapp privado de los participantes.
		Emociones intensas	El/la participante llora o grita al aire.	X		Los participantes gritan y uno de ellos llora al aire.
		Reacciones viscerales ante la audiencia	Hay golpes, arrebatos, insultos, gritos y abandono del set por parte de los participantes.		X	En este capítulo no se presentan insultos o arrebatos ya que el participante no se encuentra en el set y está vía llamada telefónica.
		Tomas de los participantes	Se presentan primeros planos de lágrimas o gestos de sufrimiento.	X		Si, al principio la participante llora y se muestra un primer plano de las lágrimas.
		Se escenifican momentos privados	Hay recreaciones o dramatizaciones de la historia		X	No hay dramatizaciones de la historia.
		Escenografía	En la ambientación del set se imitan habitaciones, casas, etc.		X	No se hace uso de ambientaciones.
		Sonido del programa	Se utilizan sonidos que enfatizan efectos dramáticos del programa.	X		En todo el programa se utilizan sonidos dramáticos en cada comentario de los participantes y conductora.
	Discurso de solución	Solución simple y mediática	La conductora propone una solución rápida.	X		Da soluciones rápidas para la participante.
		Intervención emocional de la conductora	La conductora interviene en la decisión de los participantes.	X		Interviene dando su juicio crítico sobre los hechos del tema tratado.

		Reconciliación en pantalla	Se muestran imágenes de los participantes o se incita la reconciliación entre ellos.		X	No se incita a la reconciliación.
		Intervención de especialistas	Se citan a conciliadores o abogados para que vean el caso.	X		Se citaron a conciliadores y psicólogos para ayudar a los participantes.
		Validación emocional	La conductora valida emocionalmente el caso de los participantes.	X		Valida los hechos del caso.
	Narrativa del conflicto	Construcción de una trama con giros dramáticos.	El caso se presenta como una historia con inicio, conflicto y desenlace	X		La historia del caso se inicia con el principio, conflicto y termina con el desenlace.
		Uso de frases impactantes o ganchos	El programa utiliza frases o titulares que exageran el conflicto.	X		Si, con oraciones dramáticas para los televidentes.
		Múltiples personajes en conflicto	Se incluyen nuevas voces y personajes para aumentar el dramatismo del caso.	X		Si, de las amistades y familiares de los participantes del caso.
		Escenas dramáticas	Se repiten escenas de mucho dramatismo.	X		Se repiten escenas de capturas de pantalla de Whatsapp, de ambos participantes en tono dramático.
		Enfrentamientos verbales	Se promueven discusiones o peleas entre los participantes como eje del desarrollo.	X		Se busca al participante por vía telefónica para crear conflicto entre ellos y buscar “solución”.

Nota: Elaboración propia, 2025.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°7

Medio: ATV	Fecha: 17/03/2025	Link: https://www.youtube.com/watch?v=Ph7hwkHho_Y
Título de la investigación: Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025		
Aplicador del instrumento: Mariajose Ybaceta		Fecha de la aplicación: 25/06/2025

Categoría	Sub categoría	Indicador	Ítem	Sí	No	Observaciones
Contenido sensacionalista	Exposición de la intimidad	Información privada	Se difunden datos sensibles del participante como edad, historial, etc.	X		Se difunde la historia privada de los participantes.
		Vínculos familiares	Se mencionan nombres completos o relaciones familiares.	X		Se mencionan relaciones familiares que tienen los participantes.
		Imágenes privadas	Muestra fotos/videos de la vida personal de los participantes.	X		Se muestran imágenes familiares de los participantes con sus hijos en el programa, así como fotos íntimas de una de las participantes.
		Emociones intensas	El/la participante llora o grita al aire.	X		Ambos participantes gritan al aire.
		Reacciones viscerales ante la audiencia	Hay golpes, arrebatos, insultos, gritos y abandono del set por parte de los participantes.	X		Hay insultos de por medio de ambos participantes en set del programa.
		Tomas de los participantes.	Se presentan primeros planos de lágrimas o gestos de sufrimiento.		X	En este capítulo se muestran primeros planos de los participantes cuando se gritan entre ellos.
		Se escenifican momentos privados	Hay recreaciones o dramatizaciones de la historia		X	No hay recreaciones.
		Escenografía	En la ambientación del set se imitan habitaciones, casas, etc.		X	No se ambienta el set.
		Sonido del programa	Se utilizan sonidos que enfatizan efectos dramáticos del programa.	X		Durante todo el capítulo se utilizan sonidos de fondo en los comentarios que hacen los participantes.
	Discurso de solución	Solución simple y mediática	La conductora propone una solución rápida.	X		La conductora propone soluciones rápidas para los participantes.
		Intervención emocional de la conductora	La conductora interviene en la decisión de los participantes.	X		En este capítulo interviene con comentarios personales para ambos participantes.

		Reconciliación en pantalla	Se muestran imágenes de los participantes o se incita la reconciliación entre ellos.	X		Se muestran imágenes íntimas, se incita reconciliación entre ellos.
		Intervención de especialistas	Se citan a conciliadores o abogados para que vean el caso.	X		Se citan a un conciliador para que ayude al caso.
		Validación emocional	La conductora valida emocionalmente el caso de los participantes.	X		
	Narrativa del conflicto	Construcción de una trama con giros dramáticos.	El caso se presenta como una historia con inicio, conflicto y desenlace	X		
		Uso de frases impactantes o ganchos	El programa utiliza frases o titulares que exageran el conflicto.		X	
		Múltiples personajes en conflicto	Se incluyen nuevas voces y personajes para aumentar el dramatismo del caso.	X		Para que aumenten los temas en el set del programa y los testimonios.
		Escenas dramáticas	Se repiten escenas de mucho dramatismo.	X		Para que los espectadores vean el entorno familiar en el que están los participantes.
		Enfrentamientos verbales	Se promueven discusiones o peleas entre los participantes como eje del desarrollo.	X		

Nota: Elaboración propia, 2025.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°8

Medio: ATV	Fecha: 07/03/2025	Link: https://www.youtube.com/watch?v=c6DrBkiZLHY
Título de la investigación: Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025		
Aplicador del instrumento: Mariajose Ybaceta		Fecha de la aplicación: 25/06/2025

Categoría	Sub categoría	Indicador	Ítem	Sí	No	Observaciones
Contenido sensacionalista	Exposición de la intimidad	Información privada	Se difunden datos sensibles del participante como edad, historial, etc.	X		Se difunden las relaciones familiares de los participantes.
		Vínculos familiares	Se mencionan nombres completos o relaciones familiares.		X	
		Imágenes privadas	Muestra fotos/videos de la vida personal de los participantes.		X	Se muestran videos para dramatizar el caso en cuestión.
		Emociones intensas	El/la participante llora o grita al aire.	X		
		Reacciones viscerales ante la audiencia	Hay golpes, arrebatos, insultos, gritos y abandono del set por parte de los participantes.		X	
		Tomas de los participantes.	Se presentan primeros planos de lágrimas o gestos de sufrimiento.	X		Se enfoca en primer plano a los participantes cuando lloran en cámara.
		Se escenifican momentos privados	Hay recreaciones o dramatizaciones de la historia		X	
		Escenografía	En la ambientación del set se imitan habitaciones, casas, etc.		X	
		Sonido del programa	Se utilizan sonidos que enfatizan efectos dramáticos del programa.	X		
	Discurso de solución	Solución simple y mediática	La conductora propone una solución rápida.	X		La conductora trata de buscar posibles y pequeñas soluciones para ambos participantes.
		Intervención emocional de la conductora	La conductora interviene en la decisión de los participantes.	X		Emitiendo su punto de vista y dando consejos a los participantes.
		Reconciliación en pantalla	Se muestran imágenes de los participantes o se incita la reconciliación entre ellos.	X		
		Intervención de especialistas	Se citan a conciliadores o	X		Se cita a un conciliador para

			abogados para que vean el caso.			poder dar solución al tema en cuestión.
		Validación emocional	La conductora valida emocionalmente el caso de los participantes.	X		
	Narrativa del conflicto	Construcción de una trama con giros dramáticos.	El caso se presenta como una historia con inicio, conflicto y desenlace	X		
		Uso de frases impactantes o ganchos	El programa utiliza frases o titulares que exageran el conflicto.	X		Utiliza frases para captar la atención de los espectadores.
		Múltiples personajes en conflicto	Se incluyen nuevas voces y personajes para aumentar el dramatismo del caso.	X		Los familiares de los participantes en el set.
		Escenas dramáticas	Se repiten escenas de mucho dramatismo.	X		Las tomas que se hacen cuando se toman la prueba de ADN.
		Enfrentamientos verbales	Se promueven discusiones o peleas entre los participantes como eje del desarrollo.	X		La conductora trata de calmar a los participantes.

Nota: Elaboración propia, 2025.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°9

Medio: ATV	Fecha: 20/02/2025	Link: https://www.youtube.com/watch?v=QrltJ0mJeSs
Título de la investigación: Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025		
Aplicador del instrumento: Mariajose Ybaceta		Fecha de la aplicación: 26/06/2025

Categoría	Sub categoría	Indicador	Ítem	Sí	No	Observaciones
Contenido sensacionalista	Exposición de la intimidad	Información privada	Se difunden datos sensibles del participante como edad, historial, etc.	X		
		Vínculos familiares	Se mencionan nombres completos o relaciones familiares.	X		Se mencionan relaciones familiares de los participantes.
		Imágenes privadas	Muestra fotos/videos de la vida personal de los participantes.	X		
		Emociones intensas	El/la participante llora o grita al aire.	X		Se pueden ver gritos y los participantes lloran en el set.
		Reacciones viscerales ante la audiencia	Hay golpes, arrebatos, insultos, gritos y abandono del set por parte de los participantes.	X		Uno de los participantes casi se desmaya en el set.
		Tomas de los participantes.	Se presentan primeros planos de lágrimas o gestos de sufrimiento.	X		
		Se escenifican momentos privados	Hay recreaciones o dramatizaciones de la historia	X		Se muestran videos de las tomas de ADN de las familias.
		Escenografía	En la ambientación del set se imitan habitaciones, casas, etc.		X	
		Sonido del programa	Se utilizan sonidos que enfatizan efectos dramáticos del programa.	X		
	Discurso de solución	Solución simple y mediática	La conductora propone una solución rápida.	X		
		Intervención emocional de la conductora	La conductora interviene en la decisión de los participantes.	X		Emitiendo su punto de vista hacia los participantes.
		Reconciliación en pantalla	Se muestran imágenes de los participantes o se incita la reconciliación entre ellos.	X		
		Intervención de especialistas	Se citan a conciliadores o	X		Para llegar a una solución en las familias.

			abogados para que vean el caso.			
		Validación emocional	La conductora valida emocionalmente el caso de los participantes.	X		
	Narrativa del conflicto	Construcción de una trama con giros dramáticos.	El caso se presenta como una historia con inicio, conflicto y desenlace	X		
		Uso de frases impactantes o ganchos	El programa utiliza frases o titulares que exageran el conflicto.	X		
		Múltiples personajes en conflicto	Se incluyen nuevas voces y personajes para aumentar el dramatismo del caso.	X		Las familias de los participantes se hacen presentes para aumentar el drama en la historia.
		Escenas dramáticas	Se repiten escenas de mucho dramatismo.	X		Escenas con los menores de edad (con la cara tapada) para aumentar el dramatismo.
		Enfrentamientos verbales	Se promueven discusiones o peleas entre los participantes como eje del desarrollo.	X		

Nota: Elaboración propia, 2025.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°10

Medio: ATV Fecha: 06/07/2023 Link: https://www.youtube.com/watch?v=DMBpDh5vMeQ
Título de la investigación: Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025
Aplicador del instrumento: Mariajose Ybaceta Fecha de la aplicación: 26/06/2025

Categoría	Sub categoría	Indicador	Ítem	Sí	No	Observaciones
Contenido sensacionalista	Exposición de la intimidad	Información privada	Se difunden datos sensibles del participante como edad, historial, etc.	X		
		Vínculos familiares	Se mencionan nombres completos o relaciones familiares.	X		
		Imágenes privadas	Muestra fotos/videos de la vida personal de los participantes.	X		
		Emociones intensas	El/la participante llora o grita al aire.	X		
		Reacciones viscerales ante la audiencia	Hay golpes, arrebatos, insultos, gritos y abandono del set por parte de los participantes.	X		El participante sale del set y hace alboroto.
		Tomas de los participantes.	Se presentan primeros planos de lágrimas o gestos de sufrimiento.	X		Para aumentar el dramatismo en las escenas del capítulo.
		Se escenifican momentos privados	Hay recreaciones o dramatizaciones de la historia	X		
		Escenografía	En la ambientación del set se imitan habitaciones, casas, etc.		X	
		Sonido del programa	Se utilizan sonidos que enfatizan efectos dramáticos del programa.	X		Cuando o los participantes hablan incluso cuando hay arrebatos de uno de ellos.
	Discurso de solución	Solución simple y mediática	La conductora propone una solución rápida.			
		Intervención emocional de la conductora	La conductora interviene en la decisión de los participantes.	X		
		Reconciliación en pantalla	Se muestran imágenes de los participantes o se incita la reconciliación entre ellos.	X		
		Intervención de especialistas	Se citan a conciliadores o	X		

			abogados para que vean el caso.			
		Validación emocional	La conductora valida emocionalmente el caso de los participantes.	X		Emite su juicio crítico hacia los participantes.
		Construcción de una trama con giros dramáticos.	El caso se presenta como una historia con inicio, conflicto y desenlace	X		
		Uso de frases impactantes o ganchos	El programa utiliza frases o titulares que exageran el conflicto.	X		Utiliza frases llamativas en cada texto que se presenta en el programa.
		Múltiples personajes en conflicto	Se incluyen nuevas voces y personajes para aumentar el dramatismo del caso.	X		Se aumenta los comentarios de los familiares de los participantes.
		Escenas dramáticas	Se repiten escenas de mucho dramatismo.	X		
		Enfrentamientos verbales	Se promueven discusiones o peleas entre los participantes como eje del desarrollo.	X		Se sacan a flote varios temas por la conductora y los participantes reaccionan a esos comentarios.
	Narrativa del conflicto					

Nota: Elaboración propia, 2025.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°11

Medio: ATV Fecha: 06/03/2023 Link: https://www.youtube.com/watch?v=8El3M1wmddk
Título de la investigación: Análisis del contenido sensacionalista del programa Andrea, Lima, 2025
Aplicador del instrumento: Mariajose Ybaceta Fecha de la aplicación: 26/06/2025

Categoría	Sub categoría	Indicador	Ítem	Sí	No	Observaciones
Contenido sensacionalista	Exposición de la intimidad	Información privada	Se difunden datos sensibles del participante como edad, historial, etc.	X		
		Vínculos familiares	Se mencionan nombres completos o relaciones familiares.	X		
		Imágenes privadas	Muestra fotos/videos de la vida personal de los participantes.	X		Se muestran fotos de las participantes en cuestión con menores de edad (con la cara tapada).
		Emociones intensas	El/la participante llora o grita al aire.	X		Los participantes gritan entre ellos.
		Reacciones viscerales ante la audiencia	Hay golpes, arrebatos, insultos, gritos y abandono del set por parte de los participantes.		X	
		Tomas de los participantes.	Se presentan primeros planos de lágrimas o gestos de sufrimiento.	X		Hay primeros planos de los participantes cuando se revelan las pruebas de ADN.
		Se escenifican momentos privados	Hay recreaciones o dramatizaciones de la historia		X	
		Escenografía	En la ambientación del set se imitan habitaciones, casas, etc.		X	
		Sonido del programa	Se utilizan sonidos que enfatizan efectos dramáticos del programa.	X		En cada comentario de la conductora o participantes hay tonos dramáticos.
	Discurso de solución	Solución simple y mediática	La conductora propone una solución rápida.	X		
		Intervención emocional de la conductora	La conductora interviene en la decisión de los participantes.	X		
		Reconciliación en pantalla	Se muestran imágenes de los participantes o se incita la reconciliación entre ellos.		X	
		Intervención de especialistas	Se citan a conciliadores o	X		El conciliador para que ayude a los

			abogados para que vean el caso.			participantes con la solución al tema en cuestión.
		Validación emocional	La conductora válida emocionalmente el caso de los participantes.	X		
	Narrativa del conflicto	Construcción de una trama con giros dramáticos.	El caso se presenta como una historia con inicio, conflicto y desenlace	X		
		Uso de frases impactantes o ganchos	El programa utiliza frases o titulares que exageran el conflicto.	X		
		Múltiples personajes en conflicto	Se incluyen nuevas voces y personajes para aumentar el dramatismo del caso.	X		Se llama a las familias de cada participante para aumentar los testimonios.
		Escenas dramáticas	Se repiten escenas de mucho dramatismo.	X		
		Enfrentamientos verbales	Se promueven discusiones o peleas entre los participantes como eje del desarrollo.	X		

Nota: Elaboración propia, 2025.

Anexo 3

Ficha de validación y confiabilidad del instrumento

Ficha 1

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Aguilar Culquicondor Juan Carlos
- 1.2 **Grado académico:** Magister en Auditoria Contable y Financiera
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Docente universitario UCV – Ex UJBM
- 1.4 **Título de la investigación:** “Análisis del contenido del programa Andrea, Lima 2025”
- 1.5 **Autor del instrumento:** Mariajose Ybaceta Cabezas
- 1.6 **Nombre del instrumento** Ficha de observación
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 - 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					x
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					x
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					x
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					x
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					x
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					x
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					x
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					x
Sub Total						50
Total						50

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válido, aplicar

Jesús María, 19 de junio de 2025



Juan Carlos Aguilar Culquicondor

DNI: 09567956

Ficha de validación y confiabilidad del instrumento

Ficha 2

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Garay Peña Luis Edilberto
 1.2 **Grado académico:** Doctor en Educación
 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Docente investigador en UJBM
 1.4 **Título de la investigación:** “Análisis del contenido del programa Andrea, Lima 2025”
 1.5 **Autor del instrumento:** Mariajose Ybaceta Cabezas
 1.6 **Nombre del instrumento:** Ficha de observación.
 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 1) De 01 a 10 (no válido, reformular) 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 3) De 21 a 30 (válido, mejorar) 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado				x	
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					x
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.				x	
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.				x	
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					x
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.				x	
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				x	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías				x	
Sub Total					24	20
Total						44

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 44

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válido, Aplicable

Jesús María, 20 de junio de 2025



Luis Edilberto Garay Peña
DNI: 06705891

Ficha de validación y confiabilidad del instrumento Ficha 3

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Serrato Sánchez Segundo
- 1.2 **Grado académico:** Doctor en Administración
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Universidad UCAL.
- 1.4 **Título de la investigación:** “Análisis del contenido del programa Andrea, Lima 2025”
- 1.5 **Autor del instrumento:** Mariajose Ybaceta Cabezas
- 1.6 **Nombre del instrumento:** Ficha de observación.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 - 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado				x	
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					x
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.				x	
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.				x	
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					x
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.				x	
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				x	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías				x	
Sub Total					24	20
Total						44

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 44

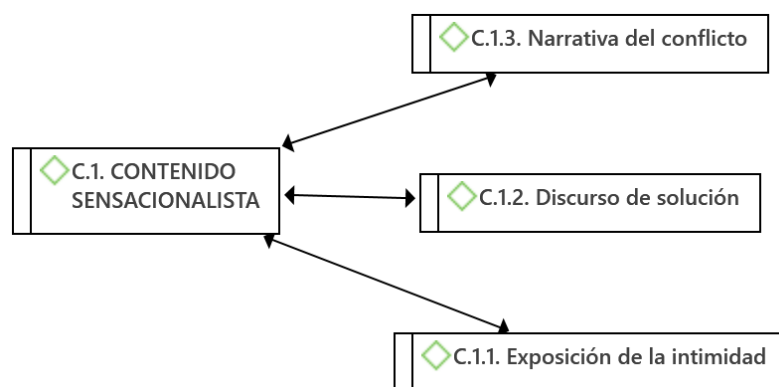
OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válido, aplicar

Jesús María, 20 de junio de 2025



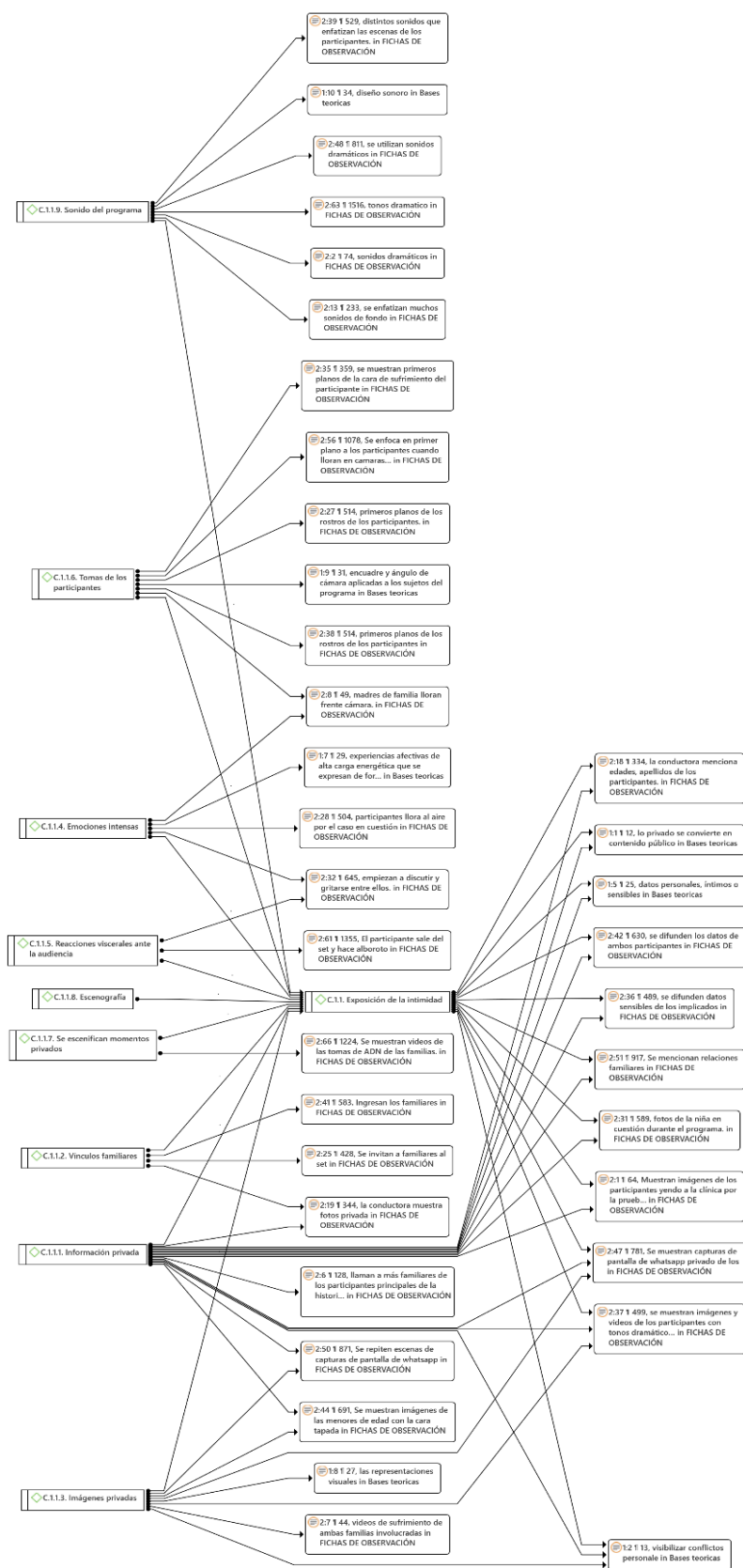
Segundo Serrato Sánchez
DNI: 07565051

Anexo 4. Resultado de Contenido sensacionalista



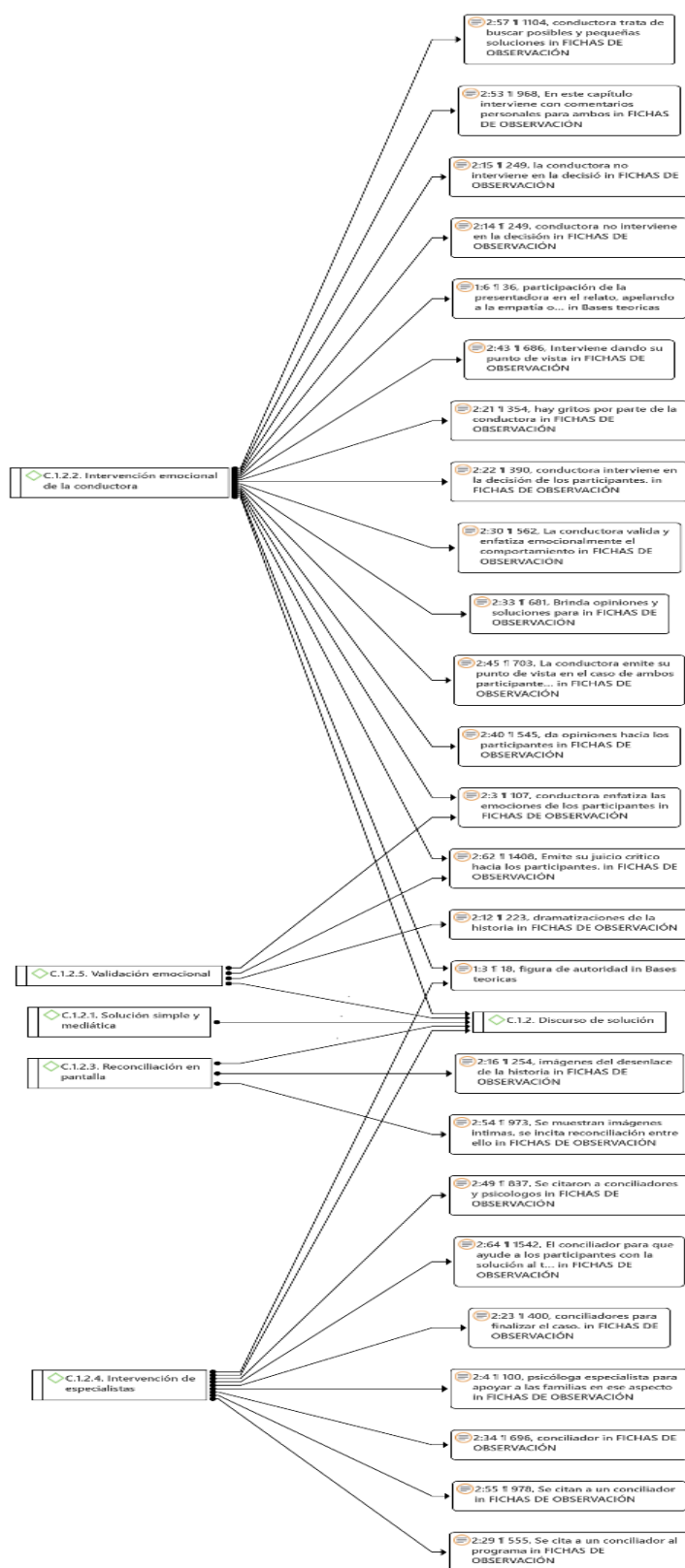
Nota: Elaboración propia, 2025.

Anexo 5. Resultado de Exposición de la intimidad



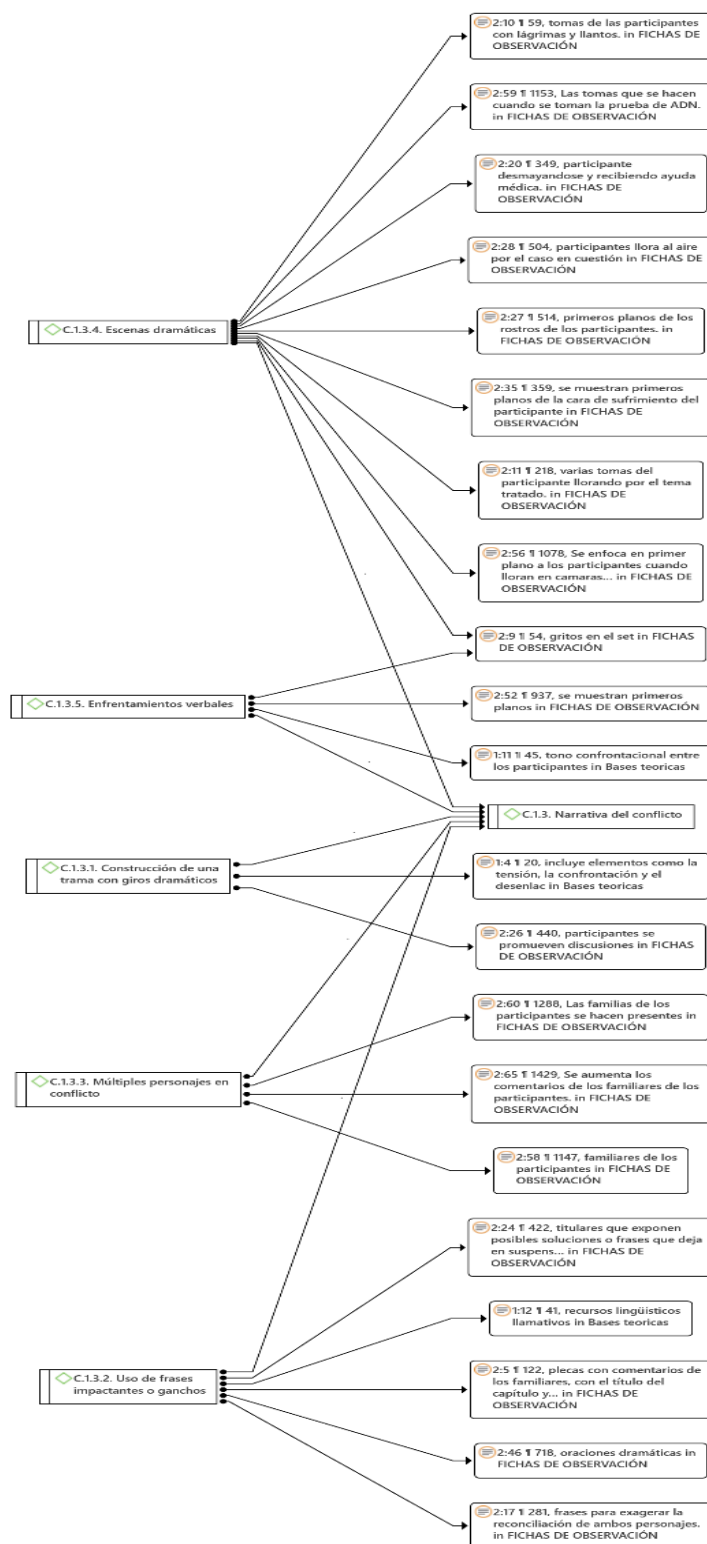
Nota: Elaboración propia, 2025.

Anexo 6. Resultado de Discurso de solución



Nota: Elaboración propia, 2025.

Anexo 7. Resultado de Narrativa del conflicto



Nota: Elaboración propia, 2025.