



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones
presidenciales 2021 en Perú.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Abogada**

AUTOR:

Mallqui Inga, Evelyn (orcid.org/0000-0001-9711-7931)

ASESOR:

Dr. Vildoso Cabrera, Erick Daniel (orcid.org/0000-0002-0803-9415)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Derechos Fundamentales, Procesos Constitucionales y Jurisdicción
Constitucional y Partidos Políticos

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios, por guiar mis pasos, y cuidar de mis seres queridos.

A mi familia, por estar conmigo en todo momento, sin ellos no hubiese podido llegar al final de este camino.

Agradecimientos

A la Universidad César Vallejo, por abrir un espacio académico, que ha calado muy dentro de mí.

A mi asesor, el Dr. Erick Daniel Vildoso Cabrera, por la paciencia y enseñanzas en la elaboración de esta tesis.

Al Mag. Luca Aceto, por la gentileza de apoyar en la validación de mi instrumento de recolección de información.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	3
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	13
3.3. Escenario de estudio	14
3.4. Participantes	15
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.6. Procedimiento	16
3.7. Rigor científico	16
3.8. Método de análisis de datos	17
3.9. Aspectos éticos.....	18
IV.RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	18
V. CONCLUSIONES	27
VI. RECOMENDACIONES.....	28
REFERENCIAS.....	29
ANEXOS	37

Índice de tablas

Tabla 1. Categorías y subcategorías.....	14
Tabla 2. Participantes.....	15
Tabla 3. Validación del instrumento de recolección de datos	17

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo de estudio analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo, con un diseño fenomenológico, en donde se utilizaron las técnicas de entrevista y análisis documental. En el primer caso, se aplicó el instrumento de guía de entrevista, para recabar los puntos de vista de diez especialistas en derecho constitucional, los cuales fueron seleccionados por criterios de conveniencia. Sumado a ello, se utilizó el instrumento de recolección de información conocido como guía de análisis documental. Finalmente, se llegó a la conclusión que la manipulación mediática ejerció una gran influencia sobre las elecciones presidenciales del año 2021. La misma se dio de una manera negativa, puesto que la información que llegaba hacia los electores, es decir, hacia los ciudadanos, era tergiversada o mostrada en función de sus intereses políticos o económicos. La influencia, en muchos casos, se muestra de forma determinante, aunque también existe una influencia parcial, referida a aquellas personas que no buscan solamente una información obtenida por los medios de comunicación.

Palabras clave: Medios de comunicación, manipulación mediática, derecho al voto, prensa escrita, prensa televisiva.

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze how media manipulation affected the 2021 presidential elections. The methodology used was qualitative in approach, with a phenomenological design, where the techniques of interview and documentary analysis were used. In the first case, the interview guide instrument was applied to gather the points of view of ten specialists in constitutional law, who were selected based on convenience criteria. In addition, the information gathering instrument known as the documentary analysis guide was used. Finally, it was concluded that media manipulation exerted a great influence on the 2021 presidential elections. This influence was negative, since the information that reached the voters, that is, the citizens, was distorted or shown according to their political or economic interests. The influence, in many cases, is shown in a determinant way, although there is also a partial influence, referring to those people who do not only look for information obtained by the media.

Keywords: Media, media manipulation, right to vote, written press, television press.

I. INTRODUCCIÓN

Con relación a la realidad problemática, podemos apreciar que los medios de comunicación, a lo largo del tiempo, han ayudado para que la información, que normalmente no podía ser recogida por personas individuales, llegara, precisamente, a aquellas. En ese sentido, estos medios, en palabras sencillas, transmiten determinada información relevante, para lo cual se toman el tiempo de realizar una investigación previa a la difusión, situación que lo diferencia con cualquier información que pueda dar una persona genérica.

Precisamente por ello, los medios de comunicación han adquirido mucho poder, llegando a ser catalogado como el “Cuarto Poder”, haciendo referencia a los tres poderes del Estado, ya que aquella influye en gran medida en toda la ciudadanía. Sin embargo, este poder que manejan aquellas se ha visto constantemente en problemas, puesto que, lo que normalmente se entendería a un medio de comunicación como una herramienta para informar adecuadamente de temas relevantes a la población, se ha convertido en un instrumento de manipulación, con lo que se tiene la influencia en diversas situaciones, tales como elecciones populares, decisiones sobre algún caso controversial, entre muchos otros.

Por ejemplo, hace no mucho tiempo, en el año 2021, se vio claramente la influencia mediática de estos en la segunda vuelta de las Elecciones para la presidencia, donde se encontraban participando como candidatos Keiko Fujimori y Pedro Castillo. La influencia se vio al situar en los diversos programas mayor atención a la candidata por el partido de Fuerza Popular, minimizando la visualización de Pedro Castillo. En ese sentido, se tejió una línea divisoria entre los medios de comunicación, los cuales parecían tener un candidato favorito para la presidencia, cuando deberían mantenerse imparciales en la distribución del tiempo y la información presentada.

Asimismo, también se notó (aunque, si bien, no puede afirmarse categóricamente) en la primera vuelta que el candidato Pedro Castillo, que terminaría pasando a segunda vuelta con Keiko Fujimori, no aparecía en ninguna

de las encuestas realizadas, y mucho menos se hablaba de él o se le daba espacio en las coberturas de los medios de comunicación. Sin embargo, con los resultados en primera vuelta, aquel resultó obtener una ventaja notoria sobre los demás candidatos, quedándose en duda la transparencia en la información que manejan y liberan los distintos medios de comunicación, ya que no aparecía en la mayoría.

Por otra parte, podemos mencionar el derecho al voto, el cual viene a ser la facultad que tiene toda persona para ejercer su voto en las elecciones populares, no siendo impedido para ello por ningún motivo. En ese sentido, aquella tiene que ser libre de cualquier tipo de coacciones o amenazas, las cuales quiebren la libre decisión de voto de su preferencia. Por ese motivo, la manipulación mediática juega un rol negativo sobre este derecho, puesto que no solamente estaría informando de mala manera o con restricciones deliberadas en la información, sino que estaría, de una manera aparentemente libre y sin coacciones, haciendo decidir al elector sobre un candidato en específico.

Esto queda evidenciado, por ejemplo, cuando los medios de comunicación dan espacio en su cobertura a determinado candidato, mientras que a los demás no. Igualmente, se presenta cuando a uno, en una entrevista, se realizan preguntas básicas, mientras que a los otros se les realizan preguntas sugestivas con el ánimo de hacer que el candidato cometa un error. Situaciones como estas vulnera el libre derecho al voto de la ciudadanía, impidiéndole que elija a los candidatos en virtud de una información sin restricciones ni manipulaciones.

Ahora bien, de lo anteriormente expuesto se ha podido formular el siguiente problema general: ¿De qué manera la manipulación mediática afectó al derecho del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Y, consecuentemente a ello, han surgido los problemas específicos que son: 1) ¿Cómo influyó el poder de los medios de comunicación sobre la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021?, 2) ¿Cómo influyó la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021?

Con relación a la justificación, en el presente caso, se encontrará compuesto por la justificación teórica, práctica y metodológica. De acuerdo a la primera, esta se caracteriza, conforme indica Ríos (2017) que la investigación deberá de

identificar y posteriormente aportar respecto a la ausencia teórica de determinado campo del conocimiento. Siendo así, en el presente caso, consideramos que nuestra investigación aportará sobre los escasos estudios en nuestro país respecto a la manipulación mediática. Asimismo, con relación a la justificación práctica, parafraseando a Aranzamendi (2016), este tiene su peculiaridad en beneficiar a determinado grupo de personas. Siendo así, consideramos que los beneficiados será la población peruana que tenga capacidad de sufragar, y con ello, pueda tomar una decisión acertada, propia y autónoma, libre de toda influencia o control mediático de cualquier tipo. Y, respecto a la justificación metodológica, como bien precisa Romero (2017) se caracteriza por presentar una metodología propia en la investigación. De esta manera, creemos que nuestro estudio, desarrollará un método sistemático, para dar una mayor coherencia al conocimiento dispersado que existe en torno a la manipulación mediática y sus consecuencias sobre el derecho al voto.

Y, para cumplir los fines de nuestra investigación, se ha planteado el siguiente objetivo general analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021. Asimismo, los objetivos específicos son: 1) Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021, y 2) Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

Finalmente, de todo ello, nuestro supuesto general será: La manipulación mediática afectó negativamente el derecho al voto en las elecciones presidenciales del 2021. Mientras que los supuestos específicos son: 1) El poder de los medios de comunicación influyó negativamente a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021, y 2) La manipulación de la información influyó negativamente sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Para efectos de este trabajo de investigación, se cuenta con antecedentes tanto a nivel internacional como a nivel nacional. En ese sentido, en cuanto al

primero, es decir, los antecedentes internacionales, tenemos a Núñez & Montero (2004), quienes, en su trabajo titulado "*La manipulación en los medios de comunicación. Tratamiento informativo del 11M*", tuvieron como objetivo determinar si los partidos políticos estuvieron incapacitados para emitir una opinión pública y hacer un llamado al voto, y si aquel deber lo tomaron los medios de comunicación. Para ello, se maneja una metodología de dinámica informativo, con lo que se concluyó que los medios de comunicación tomaron el deber de llamar al voto de los partidos políticos, deviniendo en una manipulación.

Por otra parte, tenemos a Velásquez (2018), quien en su trabajo de investigación *La Manipulación política de la Opinión Pública política (MpOPp) y la Opinión Pública política (OPp) desde los griegos hasta la Revolución Francesa*", mantienen como objetivo el estudio de la MpOPp y la OPp desde una óptica histórica, desde Grecia hasta los estados de la Revolución Francesa. Para ello, se manejó una metodología histórica, donde se concluyó que las figuras mencionadas han existido siempre, encontrándose vinculadas con el poder.

En la misma línea, tenemos a Lenna (2009), quien, en su trabajo denominado "*Manejo mediático, discursos políticos y sus implicaciones sobre el derecho a la información. Los casos de Alberto Fujimori en Perú y de Álvaro Uribe en Colombia, en sus segundos mandatos*", planteó como objetivo analizar la historia de los casos mencionado de Perú y Colombia, y comprobar la relación de manipulación mediática existente en los mismos. Con ese fin, se manejó una metodología histórica, que arrojó como resultado que nos encontramos actualmente viviendo una situación de manipulación, al encontrarse la información mediada y filtrada.

En cuarto lugar, tenemos a Casas, Duarte & Arreola (2015), quienes, en su artículo de investigación denominado "*Medios de comunicación: su influencia en las elecciones en Durango*", se plantearon el objetivo de determinar el grado de influencia de la manipulación mediática en las elecciones de Durango. Con ese fin, se contó con una metodología descriptiva, transversal y no experimental, que trajo como conclusión que los medios de comunicación influyen en pequeña medida en

los votantes, pero que, sin embargo, la televisión y el internet, específicamente, son los más grandes instrumentos pasibles de manipular.

Ahora bien, en cuanto a los antecedentes nacionales, tenemos a Yucra (2015), quien, en su tesis titulada *“Estudio de la opinión de los ciudadanos arequipeños acerca de la concentración de medios y la libertad de expresión en Arequipa 2015”*, se planteó como objetivo conocer la opinión de los arequipeños en cuanto a la concentración mediática y su relación con la libertad de expresión. Para ello, se optó por una metodología descriptiva, lo que trajo como conclusión que, en cuanto al grupo el Comercio, se tiene una concentración de integración multisectorial, notándose la presencia de un monopolio.

Por otra parte, tenemos Linares (2020), quien, en su tesis denominada *“El poder mediático y la independencia judicial en el Perú”*, tuvo como objetivo determinar los instrumentos que utiliza el poder mediático para manejar una presión sobre la resolución de casos judiciales. Para ello, se contó con una metodología de tipo socio-jurídico, bajo un enfoque cualitativo, con lo que se concluyó que los medios de comunicación manipular la información general e influyen sobre las resoluciones judiciales, a través de comunicados, denuncias y campañas.

En tercer lugar, encontramos a Gertin (2020), el cual, en su trabajo denominado *“La comunicación política 2.0 por redes sociales en relación a la construcción de consciencia ciudadana, durante la elección municipal de Lima – 2018”*, planteó como objetivo el determinar el vínculo entre la comunicación política a través de las redes sociales con la consciencia de la población en la campaña del Municipio de Lima en 2018. Para ello, contó con una metodología no experimental, transversal y deductivo hermenéutico, con lo que concluyó que la información al ciudadano para tomar un voto correcto debe darse mediante las redes sociales, ya que se tendría una llegada más amplia.

Por último, encontramos a Sánchez (2021), quien en su trabajo titulado *“Medios de comunicación y su impacto en la sociedad, Huacho 2019”*, se propuso como objetivo recopilar los datos sobre la influencia de los medios de comunicación en Huacho durante el año 2019. Para ello, se utilizó un método cualitativo, de técnica de recolección de datos y estadísticas descriptivas, que dio como

conclusión que el impacto de los medios de comunicación dentro de la sociedad de Huacho en el 2019 tuvo un nivel bajo.

Ahora bien, en relación con nuestras teorías, tenemos a la teoría de la manipulación de masas. Al respecto, podemos mencionar que la misma se encuentra relacionada al término de la monopolización, ya que en esta manipulación se requiere una uniformidad de opiniones, las cuales solamente pueden ser dictadas cuando se presenta una minoría que controla los medios de comunicación. Así, la manipulación se visualiza desde un plano negativo, donde se limita información necesaria, o se la presenta de una manera diferente a como debería ser presentada (Barrios & Gutiérrez, 2022).

En ese sentido, existe una opinión de la población minoritaria, la cual busca imponerse a la mayoría. De esa manera, se intenta dar una uniformidad de opinión, pero no en beneficio de la población, sino para favorecer intereses propios o ajenos. Siendo así, no se busca la crítica hacia la misma por parte de la población, sino mantener un sistema cerrado, mediante el cual se evite todo tipo de interferencias, ya sea como una crítica constructiva o una opinión a manera de consejo.

Además de ello, debe resaltarse que la manipulación se realiza de una manera sistemática, es decir, constante en el tiempo y bajo un mismo nivel de información, por lo que las personas difícilmente se dan cuenta de ello, ya que también se busca enmascarar las malas decisiones tomadas, para así mantener la credibilidad de las personas en el diario, canal de televisión o cualquier medio de comunicación (Villafañe et. al, 2020).

En segundo lugar, se encuentra la teoría de la información cultural del público, la misma que, a diferencia de la teoría anterior, representa un esquema de medio de comunicación que debe servir como una fuente o arquetipo para las demás formas de actuación de otros medios. En ese sentido, esta vendría a presentarse como un modelo a seguir, donde la información otorgada al público depende de ella y sea guiada para la misma, y no seguida por intereses propios o ajenos de una minoría (Román y Márquez, 2019).

A diferencia de la manipulación de masas, aquí no se presenta una monopolización, puesto que aquella va en contra de las disposiciones adecuadas que debe tener un medio de comunicación. De esa manera, existen diferentes entidades o personas que controlan los diferentes medios, los cuales bien pueden ser manejados por intereses distintos o inclusive opuestos. De este modo, por ejemplo, un periódico podría llegar a tener una tendencia izquierdista, mientras que un canal de televisión podría tener una visión liberal.

Esta situación es permitida, ya que no existe una uniformidad de pensamiento. Es decir, que no porque un medio sea de izquierda es malo, o porque la prensa se muestre liberal es perjudicial. Por ello, precisamente, estos idearios son permitidos por el ordenamiento jurídico, llegando a coincidir dentro del panorama democrático del país. Los mismos coexisten, ya que el control de cada uno no los maneja una sola persona o una sola corporación, sino que funcionan en base a diferentes individuos, los cuales manejan diferentes criterios en sus idearios políticos (López, 2019).

Ahora bien, esta teoría, a diferencia de la manipulación de masas, representa instituciones políticas de carácter abierto, las cuales sí permiten el debate sobre la información que administran y difunden. De este modo, se presenta una mayor transparencia, ya que no se busca reprimir las ideas de las personas receptoras, sino que se motiva a que aquellas dispongan de una manera libre de la información que se les administrará.

Por otra parte, tenemos a la teoría de la manipulación emocional. Al respecto, podemos decir que, cuando se habla de las emociones, de alguna manera se está hablando de las personas y el ideario que tienen. Esta referencia no se da de un modo directo, sino más bien indirecto, puesto que ambos aspectos ocupan lugares diferentes en la composición del ser humano. Por ejemplo, la emoción es espontánea, donde prima el sentimiento antes que la razón, mientras que esta tiene que ver, precisamente, con la construcción de una idea a partir de razonamientos primarios (Chomsky, 1995).

En ese sentido, ambas partes conforman la personalidad de la persona. Sin embargo, de acuerdo al grado de desarrollo o aprendizaje de la misma, alguno de

ellos tendrá mayor influencia sobre su comportamiento. De esa manera, un niño o niña podría tener mayor predisposición de encontrarse influido por su lado emocional de las cosas, mientras que un adulto, por el contrario, tendría mayor resistencia a la misma y su influencia vendría a depender más de su lado racional (Villafañe et.al, 2020).

No obstante, a pesar de que aquello debería funcionar así de manera teórica, en la realidad las cosas suceden de otro modo. La emocionalidad de las personas, sin importar el grado de aprendizaje o la edad que se tengan, tienen una gran influencia, y en muchos casos decisiva, sobre el comportamiento de los humanos. Esto se da así, puesto que los sentimientos están con nosotros desde instantes donde no tenemos mucha consciencia sobre nuestras acciones; es decir, desde que nacemos hasta que comenzamos a formar nuestros primeros recuerdos (López, 2019).

Por otra parte, la racionalidad no se presenta siempre. Por el contrario, se puede decir que, cuando nacemos, somos seres sin razón, guiados solamente por la supervivencia, el instinto de la misma y la necesidad de protección y resguardo. En ese sentido, nos encontramos más influidos por el plano emocional, ya que pertenece a nuestros instintos más profundos.

Por ello, para realizar una manipulación eficiente, el agente utiliza la situación emocional de aquellas a quien desea manipular; en este caso, los televidentes o lectores, suavizándolos con alguna noticia trágica, para luego aprovechar la situación y redirigir la atención de los espectadores en algo diferente, buscando sacar provecho (Charry, 2018).

Asimismo, tenemos la teoría de la manipulación personal. Esta teoría tiene que ver con el grado de evolución de las diversas disciplinas que aportan información del ser humano. En este grupo, se encuentra la psiquiatría, la biología, la antropología, entre otros, los cuales dan información del hombre desde distintos aspectos de su vida (Chomsky, 1995). En ese sentido, con el avance de las mismas, así como de la tecnología, se tendrá un mejor conocimiento de aquel, cuestión que muchas veces es aprovechado de una manera negativa (en este caso, el lado

negativo del asunto vendría a ser la manipulación, puesto que se busca esta información para controlar a la persona, sabiendo más de ella que aquella misma).

Esta recopilación no se encuentra al alcance de todos. Además, no se encuentra al alcance de aquellos que pueden adquirir dicha información, ya que no cuentan con el interés suficiente para hacerlo. Esto es aprovechado por los medios para sacar ventaja y controlar los datos de acuerdo a los intereses buscados. Aquello funciona efectivamente, ya que conocer mejor al público que él mismo hace que se pueda tener probabilidades de las reacciones y predisposiciones a determinados temas (Charry, 2018).

Sin embargo, esto está dejando de tener el peso que antes tenía, ya que, con la llegada de internet, son más los individuos que adquieren información por su cuenta, al encontrarse globalizada de una manera rápida y sin gastos. De este modo, se acaba el “monopolio” de información que tenían los medios, ya que el uso de internet permite una facilidad de aprendizaje sin necesariamente esforzarse de una manera fuerte (Valdez et. al, 2019).

En consecuencia, la presión ejercida por la radio o la televisión viene a caer hasta un punto ínfimo. Sin embargo, ello no quiere decir que ya no existan medios que tengan el peso que antes ellos tenían. Siguen existiendo, quizás no con su misma intensidad, pero aún dominan cierto sector de la población. Cabe resaltar, además, que este “monopolio” de información no tiene que ser, necesariamente, negativo, sino que resulta así por el mal uso que de ellos se hacen, ya que, de por sí, no existe al negativo o positivo, siendo todas las cosas neutrales, y depende del ser humano distinguir el uno del otro o darle aquella atribución (López, 2019).

En relación con nuestra primera categoría, referida a la manipulación mediática, podemos mencionar que esta se encuentra inevitablemente relacionado a la información, la cual es emitida y difundida por los medios de comunicación (Salazar, 2018). Esto llega a producirse cuando dichos medios emiten o suprimen información en razón de intereses particulares o respondiendo a los intereses de determinados grupos de poder (McSwann, 2017).

A lo largo del tiempo, se han desarrollado diversos tipos de manipulación mediática, siendo la más conocida las “10 Estrategias de Manipulación Mediática”, creada por Noam Chomsky. Esas, a grandes rasgos, se encuentran enfocadas en direccionar la atención del público hacia temas determinados, centrando, de esta forma, la curiosidad general en el tema que se crea conveniente, desviándolos de determinados problemas sociales (Chomsky, 2016). En este sentido, esto se ve orientado en mantener la ignorancia del público, dejando conocer únicamente lo que se quiere o es necesario, con la finalidad única de mantenerlo distraído y enfocado en temas alejados de la problemática real o material. De esta manera, se les mantiene, realmente, incomunicados (Álvarez, 2017).

En segundo lugar, tenemos a nuestra segunda categoría, referida al derecho al voto, la misma que se encuentra enfocado en dos aristas diferentes. De la primera emana la facultad de un individuo de elegir de manera libre, mediante el sufragio, a la autoridad que lo representara en un cargo público, mientras que, la segunda, se encuentra enfocada en la oportunidad que tiene un ciudadano de postularse a cualquier cargo público de su elección y de la misma oportunidad de ser votado y elegido en este (Guerrero, 2022).

En el Perú, es con la Constitución de 1979 que se otorga a todos los ciudadanos peruanos mayores de 18 años, inscritos en el registro electoral, este derecho (Ramírez, 2020). Por su parte, la Constitución de 1993 reconoce este derecho a los ciudadanos peruanos mayores de 18 años con inscripción electoral, reconociendo el derecho al voto, de elegir y ser elegido del pueblo peruano (Nuria, 2020). En este sentido, el derecho al voto representa la participación del ciudadano en un Estado Democrático, y de esta forma manteniendo la vigencia de la democracia y del Estado Democrático como tal (García, 2020).

En cuanto a nuestras subcategorías tenemos al poder de los medios de comunicación, el cual, de manera histórica, viene a fijar el curso de los pensamientos de determinada sociedad. Este poder tiene bastante que ver la estructura de dominación en las sociedades contemporáneas, y su influencia en la democracia. Este mismo ideario se encuentra recogido y difundido por los medios

de comunicación, que tiene repercusión en la vida de las personas receptores; es decir, la audiencia (Valdez et. al., 2019).

En ese sentido, este poder pasó a ser denominado como un Cuarto Poder, sumado a los otros tres poderes que conforman la división de poderes. Sin embargo, aquí cabe la pregunta de si en realidad este es un cuarto poder y no un primero, ya que su influencia, día a día, es patente, al tener repercusiones en las decisiones de los tribunales, o de influenciar de manera decisiva en la promulgación de determinado proyecto, o hacer que un candidato de su preferencia gane las elecciones.

Este poder es tan grande, que inclusive puede no tener un control fijo sobre su regulación. Es decir, que se pueden realizar intentos de control para su contenido y difusión, pero, sin embargo, no podrá contenerse del todo, ya que aquel tiene la capacidad de mostrarse, de volver real lo irreal y determinar aquello que más le convenga. Por ejemplo, si se promulga determinada ley que no favorece sus intereses, se puede realizar toda una campaña en su contra, ya que los medios de comunicación pueden mover las masas, sin necesariamente mantener un esquema argumentativo firme (Gómez et. al., 2020).

Por otra parte, tenemos nuestra segunda subcategoría, referida a la manipulación de la información. Al respecto, cabe hacerse la pregunta de si la información dispuesta por los medios de comunicación es actualmente sostenida por un sistema político determinado, o si, por el contrario, las personas consumidoras, de manera consciente, decidimos aquello que efectivamente nos suministran. En otras palabras, si la información a medias es por nuestra decisión, o si alguien o alguna entidad decide el recorte de la misma, ya sea por beneficio propio o en ayuda de un tercero (Martín et. al., 2022).

Ya anteriormente se había mencionado que, en realidad, en materia de la información, existen dos tipos de cultura. La primera, referida a la cultura de las masas, donde la manipulación de esta información se da de manera sistemática, y obedece a diversas corporaciones que controlan los medios de comunicación. Por otra parte, se tiene a la cultura del público que, por el contrario, se asemeja con la opinión pública del periodo premonopolista.

En ese sentido, en la primera cultura los medios vendrían a encontrarse monopolizados, obedeciendo a determinado interés de alguna persona o corporación. En ese sentido, se busca que la opinión de los receptores se anule, ya que se intentará imponer una opinión que sea uniforme en toda la sociedad. De esa manera, claramente, se maneja un sistema cerrado, donde se limitan las opiniones constructivas o críticas hacia aquel medio de poder. En sentido contrario, se encuentra la cultura del público, que se presenta como un esquema a alcanzar, donde los medios no se encuentran al servicio de una persona o una entidad, sino que pertenecen a diversos intereses, que tienen igualmente diferentes opiniones (Gallego, 2021).

Asimismo, en relación con nuestra tercera subcategoría, referida a la libertad del voto, podemos mencionar que es un derecho esencial en un ordenamiento jurídico que se digne de ser democrático, puesto que brinda a la ciudadanía la libertad de ejercer su votación en aquellos candidatos o partidos que, libremente, considere como mejores (Soto y Urteaga, 2017). Siendo así, aquella voluntad no podría ser viciada por alguna violencia, amenaza o condición especial, debiendo encontrarse libre de cualquier coacción (Gallardo y Burian, 2020).

En cuanto a su regulación, tenemos que aquella se encuentra en el segundo artículo de nuestra Constitución Política del Perú, específicamente en el numeral 17 (Cisneros y Rodríguez, 2020). Asimismo, también se halla presente en el artículo 31 del mismo documento legal. Este derecho asegura la libertad de decisión de las personas que van a votar, así como el derecho de formar parte de todas las elecciones populares del país (Carballo, 2020).

Por último, tenemos nuestra cuarta subcategoría, relacionada con el derecho fundamental del voto, del cual podemos mencionar que se encuentra intrínsecamente ligado a varios derechos fundamentales, siendo que la vulneración de esta conllevaría a la violación de derechos como la libertad de expresión, la no discriminación y hasta la libertad de opinión (García, 2020). Es así que, al ejercer el derecho al voto, nos encontramos ejerciendo inevitablemente un gran número de derechos fundamentales reconocidos nacional e internamente (El Universal, 2019).

En cuanto a su regulación en nuestra legislación nacional la podemos encontrar situada dentro del artículo 31 de la Constitución Política del Perú, la misma que reconoce como un derecho fundamental el elegir libremente a un determinado representante, siendo ejercido este derecho mediante el derecho al voto del ciudadano (Jiménez, 2021). El derecho al voto, representa y cimienta el Estado democrático como tal, si este se ve privado por razones no taxativas presentes en la Constitución, no se podría hablar de un gobierno democrático o representativo, teniendo que desconocerse estas cualidades (Morales, 2015).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Respecto al tipo de investigación, esta fue de carácter cualitativo, toda vez, que de acuerdo a lo expuesto por Ríos (2017) esta clase de estudios se caracterizan por ahondar sobre la base teórica y conceptual de determinados fenómenos u objetos de análisis, teniendo como punto de contrastación la posición planteada por el investigador y los distintos puntos de vista de los especialistas. Lo cual, en el presente caso de nuestro estudio, se recurrió a la comprobación de los supuestos, por medio de un sustento teórico jurídico-constitucional, y contrastado con lo obtenido por los abogados especialistas.

Por otro lado, de acuerdo con el diseño de investigación, este fue de índole fenomenológico, que de acuerdo a Aranzamendi (2017), se fundamenta en el estudio de las experiencias desde la perspectiva del sujeto, descubriendo así los elementos en común de tales vivencias. Es así que, el objetivo que traza este diseño es descubrir el significado de un fenómeno para varias personas. En nuestro presente estudio, este diseño adquirió suma importancia, toda vez que se recabó los puntos de vista de los sujetos más próximos con el fenómeno que son los expertos en materia jurídico-constitucional.

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Con relación a los fenómenos materia de estudio, fue necesario realizar un análisis exhaustivo de éstos. Por tal motivo, resultó relevante la esquematización de las categorías y subcategorías, conforme se puede apreciar a continuación:

Tabla 1

Categorías y subcategorías

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	SUBCATEGORÍAS
Manipulación mediática	Esta se encuentra inevitablemente relacionado a la información, la cual es emitida y difundida por los medios de comunicación. Esto llega a producirse cuando dichos medios emiten o suprimen información en razón de intereses particulares o respondiendo a los intereses de determinados grupos de poder (McSwann, 2017).	La manipulación mediática implica que tras la difusión de información por parte de determinado medio de comunicación, mediante canal escrito o audiovisual, genera una convicción o influencia subjetiva sobre las personas, nada más con una finalidad de intereses por parte de ciertos grupos de poder.	El poder de los medios de comunicación La manipulación de la información
			Libertad del voto Derecho fundamental al voto
Derecho al voto	Este derecho puede ser entendido desde dos maneras. De la primera emana la facultad de un individuo de elegir de manera libre, mediante el sufragio, a la autoridad que lo representará en un cargo público, mientras que, la segunda, se encuentra enfocada en la oportunidad que tiene un ciudadano de postularse a cualquier cargo público de su elección y de la misma oportunidad de ser votado y elegido en este (Guerrero, 2022).	Con relación al derecho al voto, podemos afirmar que este tiene una concepción bipartida. Siendo la primera, aquella que implica el sufragio libre de toda influencia por parte del votante. Mientras que en la segunda situación, está deviene en que el ciudadano pueda ser partícipe de algún cargo público, es decir, la oportunidad que éste tiene tras la elección por parte de los votantes.	

Fuente: Elaboración propia (2022).

3.3. Escenario de estudio

De acuerdo a Ríos (2017), se puede entender que el escenario de estudio, es el lugar donde se concentra la problemática materia de estudio. De igual forma, Aranzamendi (2017) precisa que en este lugar se aprecian la convergencia de individuos que interactúan con los fenómenos analizados. En ese sentido, en nuestro caso, el escenario de estudio comprendió a la ciudad de Lima, donde se pudo advertir que la problemática tuvo una mayor repercusión. .

3.4. Participantes

Dentro de los participantes, estos se encuentran conformados por especialistas en el derecho constitucional. Los cuales fueron consideramos por criterios de conveniencia deben de ascender en número de ocho.

Tabla 2.

Participantes

ESPECIALISTA	PROFESIÓN	OCUPACIÓN	AÑOS DE EXPERIENCIA
Danitza Jackeline Laura Poma	Abogada	Abogada constitucionalista en Estudio Laura Poma y Abogados	10 años
Aida Magali Javier Santos	Abogada	Abogada constitucionalista en Estudio Javier Santos y Abogados	5 años
Wilmer Manuel Basilio Varas	Abogado	Abogado constitucionalista en Estudio Basilio Varas y Abogados.	5 años
María Angélica Rosas Moreno	Abogada	Abogada constitucionalista en Estudio Rosas Moreno y Abogados	5 años
Hugo Arbi Castro	Abogado	Abogado constitucionalista en Estudio Arbi Castro y Abogados	17 años
Luis Miguel Huamán Quispe	Abogado	Abogado constitucionalista en	16 años

Marco Huamaní Quispe	Abogado	Estudio Huamán Quispe y Abogados Abogado constitucionalista en Estudio Huamaní Quispe y Abogados Abogado	30 años
Roque Jesús Montero Huamaní	Abogado	constitucionalista en Montero Huamaní y Abogados	5 años
Celso Miguel Pérez Pérez	Abogado	Estudio Jurídico Pérez y Asociados	5 años
Edith Marlene Yangali Ayala	Abogada	Estudio Jurídico Yangali y Abogados	5 años

Fuente: Elaboración propia (2022).

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En referencia a los instrumentos de recolección de datos, se buscó alcanzar aquellas informaciones que resulten necesarias para cumplir los objetivos de nuestra investigación. Siendo así, podemos mencionar que las técnicas o instrumentos suponen una base importante para cualquier trabajo (Sánchez, 2016). De esa manera, en el presente estudio, se empleó la técnica de entrevista, así como el uso de la técnica de análisis documental. Posteriormente, se utilizaron los instrumentos conocidos como la guía análisis documental y entrevista.

3.6. Procedimiento

El procedimiento de nuestra investigación comienza con la identificación del problema, posteriormente, se han detallado las categorías y subcategorías de estudio. Después, la formulación de los objetivos y supuestos. En cuanto a estos últimos, serán contrastados con los alcances de la doctrina y las respuestas vertidas por los especialistas, contenidas en la guía de entrevista y análisis documental (Aranzamendi, 2017). Todo ello, para poder arribar a las respectivas conclusiones y recomendaciones según sea el caso.

3.7. Rigor científico

Por rigor científico se entiende la objetividad que tiene que poseer la investigación (Ríos, 2017). Por tal motivo, se ha visto conveniente, que tal característica, recayese en la validación de los instrumentos de recolección de datos, en el presente caso, la guía de entrevista. Para tal motivo, se recurrió a dos expertos metodólogos de suma trayectoria con grado de magíster en Derecho Constitucional, conforme se aprecia en la siguiente tabla:

Tabla 3.

Validación del instrumento de recolección de datos

Validador	Máximo grado académico	Ocupación	Porcentaje por medio de juicio de expertos	Condición del instrumento
Víctor Daniel Mullisaca Leyva	Grado de Maestro en Derecho Penal y Garantías Constitucionales por la Universidad de Jaén (España)	Asesor legal independiente y metodólogo en investigación jurídica particular	95,00%	Aceptable
Luca Aceto	Grado de Maestro por la Universidad de Turín (Italia)	Ex docente de metodología de la investigación en la UCV	95,00%	Aceptable
Mirella Tucto Rafael	Grado de Maestro en Derecho Penal y Garantías Constitucionales por la Universidad de Jaén (España)	Asesora en metodología de tesis jurídica particular	95,00%	Aceptable

Fuente: Elaboración propia (2022).

3.8. Método de análisis de datos

Los datos fueron recogidos por medio de la guía de entrevista, a partir de esta se tomó en cuenta los puntos de vista de los especialistas, que fueron contrastados con los alcances doctrinarios respecto a la manipulación mediática y el derecho al voto. Para ello, resultó necesario recurrir a la técnica de análisis que

se realizó bajo el método inductivo, el cual, de acuerdo a Ríos (2017) debe de ser entendido como el análisis de las premisas específicas, en este caso los puntos de vista de los expertos, hasta llegar a las premisas de alcance general. Estas últimas fueron expuestas a través de la literatura doctrinaria especializada. Asimismo, en esta investigación, para el análisis de lo expuesto en la doctrina y los marcos legales correspondientes, se aplicó el método hermenéutico (Romero, 2018). Y, finalmente, se recurrió al método descriptivo para detallar las características de los fenómenos materia de estudio (Aranzamendi, 2017).

3.9. Aspectos éticos

La presente investigación se elaboró dentro de los criterios previstos en la Guía de Trabajo de la UCV. Como tal, se ha respetado en lo posible la esencia y/o posturas de los diversos autores citados al momento de ser parafraseados. Asimismo, las diversas fuentes fueron citadas bajo las normas APA. De igual manera, al momento de realizar las entrevistas, las respuestas vertidas por los especialistas nada más revistieron de un contenido académico, y previamente habiéndoseles expuesto el consentimiento informado. De igual manera, la originalidad de nuestro estudio se garantizó por medio de la utilización del software Turnitin.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados de nuestra investigación, se encuentran en función de los hallazgos organizados a través de los objetivos de investigación planteados, de los cuales a continuación expondremos lo obtenido por medio de la guía de entrevista, así como de la guía de análisis documental.

Respecto al objetivo general “Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021”, se han formulado tres interrogantes a nuestros participantes. Siendo la primera, “¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político?”. Tenemos de manera mayoritaria que Huamaní, Laura, Rosas, Basilio, Arbi, Huamán, Pérez & Yangali (2022) consideran que la prensa nacional, en sus diferentes manifestaciones, tales como radial, televisiva y escrita, se encuentra en una

situación subjetivada, más aún si nos situamos en un contexto referido a los casos mediáticos, donde, usualmente, eligen determinada posición de acuerdo a sus intereses políticos o económicos. Por otra parte, se tiene a Javier & Montero (2022), quienes, a pesar de concordar de que no muchas veces la prensa nacional se encuentra alejada del plano objetivo, reconocen su importancia dentro de estos temas polémicos, puesto que servirán para brindar información a los ciudadanos, y con lo cual ellos mismos puedan decidir qué pensamiento o teoría seguir.

Respecto a la segunda pregunta realizada a los participantes, “¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas?”, tenemos que la totalidad de entrevistados, Huamaní, Laura, Javier, Rosas, Basilio, Arbi, Huamán, Montero, Pérez & Yangali (2022) estiman que, con posterioridad a las elecciones presidenciales del año 2021, se logró confirmar la teoría de la manipulación de masas, debido a que la prensa nacional, en todas sus manifestaciones, tanto radial como televisiva, benefició a determinados candidatos políticos, los cuales representaban sus intereses (ya sean estos políticos o económicos, entre otros), mientras que a otros no les brindó un mismo espacio de diálogo, por lo que no tuvieron las mismas posibilidades durante todo el proceso electoral. Ello generó cambios en la voluntad de voto de diferentes ciudadanos.

Respecto a la tercera pregunta formulada a los participantes, “¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021?” debemos mencionar que se apreciaron dos posiciones. Por una parte, se encontró que Huamaní, Rosas, Basilio, Arbi, Huamán, Pérez & Yangali (2022) sostuvieron que, dentro de las elecciones presidenciales del año 2021, se manifestó una monopolización de los medios de comunicación, situación que provocó el apoyo uniforme o mayoritario hacia determinados candidatos o grupos políticos, mientras que, a otros, los dejaron de lado. En otra línea, Laura, Javier & Montero (2022) estiman que, propiamente, no se manifestó una monopolización, aunque este sí existe. Lo que en realidad ocurrió, refieren, es que se presentó una conformidad de opiniones en las esferas de los medios de comunicación, lo que, en apariencia, haría parecer de que se trata de una situación de monopolización.

De lo obtenido por medio de la guía de análisis documental, se tiene que para Razvan (2021) las nuevas herramientas de comunicación suponen un problema mayor en las elecciones presidenciales, puesto que van a permitir una difusión más específica de, por ejemplo, noticias falsas, los cuales viciarán la opinión pública. Asimismo, Lenna (2019), sostiene que la manipulación mediática dentro de las elecciones presidenciales no se presenta, solamente, en el siglo XXI, sino que viene desde mucho antes. Por ejemplo, desde la época de Alberto Fujimori, donde este personaje utilizaba los medios de comunicación para favorecer su reelección. Y, de lo expuesto por Gertin (2020), las nuevas herramientas informáticas cumplen, en muchos casos, la función que ejercían los medios de comunicación tradicionales, en relación con la manipulación mediática dentro de las elecciones presidenciales.

Ahora bien, de acuerdo al objetivo específico 1 “Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021”, se formularon tres preguntas en la guía de entrevistas, las cuales fueron absueltas por nuestros participantes de la siguiente manera. Siguiendo el orden de las anteriores, la cuarta interrogante, “¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional?” Al igual que la pregunta anterior, en esta cuarta interrogante se manifiestan dos posiciones. Por un lado, se tiene a Mamani, Laura, Rosas, Basilio, Arbi, Huamán, Pérez & Yangali (2022), quienes sostienen que sí existió una manipulación emocional en las elecciones presidenciales del año 2021, puesto que se contó con la participación de muchos jóvenes, a los cuales se les engañaba con propuestas populistas, debido a su falta de experiencia política. Por otra parte, se encuentran Javier & Montero (2022), quienes manifiestan que, en realidad, lo que se presentó fue más bien una manipulación mediática antes que una manipulación emocional, aunque reconocer que esta, de alguna manera, sí sucedió durante el proceso de elecciones.

De lo expuesto tras formulada la quinta interrogante, “¿Con respecto a la teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones

presidenciales del 2021?”, se tuvieron las siguientes respuestas. Para Huamaní, Laura, Javier, Rosas, Basilio, Arbi, Huamán, Montero, Pérez & Yangali (2022), sostuvieron que los medios de comunicación, de manera frecuente, mantienen una modificación o un trato parcial acerca de la información que llega hacia los consumidores. Esta circunstancia, circunscrita a un ámbito de elecciones presidenciales, aumentará aún más, donde se tiene, precisamente, como herramienta de manipulación, a la personal, la cual se encontraría corroborada bajo estos procesos electorales, sin desmerecer los otros tipos de manipulación que se presentan.

Respecto a la sexta pregunta de la entrevista “¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación?”, Pudimos apreciar que tanto Huamaní, Javier, Rosas, Basilio, Huamán, Montero, Pérez & Yangali (2022) sostuvieron que la protección de la libertad de voto no se encuentra asegurada con los medios de comunicación, puesto que estos, a diferencia de lo que debería suceder y se recoge en la teoría, han adoptado una función parcial, siguiendo determinados intereses políticos y económicos. En otra línea, se tiene a Laura & Arbi (2022), quienes reconocen que los medios de comunicación son importantes para el desarrollo de la vida democrática de un país, por lo que, a pesar de que, en teoría, no se mantenga un buen esquema, deberían seguir manteniéndose.

De lo obtenido en la guía de análisis documental, con relación al objetivo específico 1, se pudo encontrar de Vásquez (2018) que existe una relación entre los medios de comunicación y la libertad del voto, situación que se patentiza aún más durante las épocas electorales, donde el poder que ejercen aquellos determina en gran medida la posición de los votantes. No obstante, Holgado (2019) señala que presenta una influencia del poder de los medios de comunicación sobre la libertad del voto, la cual, en la teoría, va a permitir que los ciudadanos ejerzan su derecho de una manera libre e informada. Mientras que para Pereda (2021) en un artículo periodístico publicado en La República, titulado “Perciben que medios de comunicación favorecen candidatura de Keiko Fujimori”, afirmó que existe una relación entre el poder que ejercen los medios de comunicación en relación con la

libertad del voto en las elecciones presidenciales. No obstante, esta situación es percibida de una manera negativa por la ciudadanía; es decir, que la población considera que este poder no está siendo utilizado imparcialmente.

Ahora bien, de acuerdo al objetivo específico 2, “Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021”, se plantearon tres preguntas, de las cuales de acuerdo al orden correlativo, anteriormente expuesto correspondería señalar los hallazgos obtenidos entorno a la séptima pregunta “¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público?”. De lo cual una posición mayoritaria, compuesta por Huamaní, Laura, Javier, Arbi, Huamán, Montero & Pérez (2022), quienes sostuvieron que dentro de las elecciones presidenciales sí se manifestó una promoción del derecho fundamental del voto, atendiendo a la teoría de la información cultural del público. Ello se patentiza cuando se manifiestan espacios en todo el territorio nacional, tales como los medios de comunicación. En otra línea, se tiene a Rosas, Basilio & Yangali (2022), los que mantienen una posición más empírica, refiriendo que en la teoría sí se cumple la teoría, pero no en la práctica, puesto que los medios de comunicación no siempre actúan en conformidad con la imparcialidad.

De acuerdo a la octava pregunta formulada a los participantes “¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales?” de manera unánime, Huamaní, Laura, Javier, Rosas, Basilio, Arbi, Huamán, Montero, Pérez & Yangali (2022) sostienen que la principal característica de la manipulación de la información de parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales se refiere a la amplia cobertura que se le brinda a determinados partidos políticos o candidatos, por sobre otros. Además de ello, otra característica también se encontraría referida a la elección de una posición específica, la cual colindaría con determinada posición de un candidato. De manera contraria, estaría aquella poca cobertura que se le brinda a los grupos políticos que no representan los intereses de los medios de comunicación.

Y bien, de la novena pregunta planteada a los entrevistados “¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021?”, contamos con una posición unánime. En ese sentido, Huamaní, Laura, Javier, Rosas, Basilio, Huamán & Montero (2022) sostienen que la manipulación de la información tuvo una influencia determinante sobre el derecho fundamental del voto durante las elecciones presidenciales del año 2021, debido a que la información no pudo ingresar de una manera imparcial en el conocimiento de los electores, los cuales sufrieron, en consecuencia, variaciones en el voto, lo que vulnera el derecho. En otra línea, Arbi, Pérez & Yangali (2022) estiman que, por el contrario, la decisión del electorado no se encuentra sometida a lo que publican los medios de comunicación. Es decir, que su influencia será indirecta, pero no determinante.

De lo obtenido en la guía de análisis documental, se encontró que para Calderón (2021), en un artículo periodístico “¿El fin justifica los medios?”, reseñó que la manipulación de la información influye sobre el derecho fundamental del voto de los ciudadanos en las elecciones electorales. No obstante, ello debe reglarse, para que los medios de comunicación puedan emitir opiniones, pero también guiándose desde un plano imparcial. No obstante, para Casas et. al. (2015), afirmaron que la manipulación de la información influye de una manera negativa sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones electorales, siendo los medios más utilizados la televisión y el internet, al contar con mayor número de usuarios. Y, de lo expuesto por la National Democratic Institute, et. al. (2021) en “Combatiendo la manipulación de información: Un manual para las elecciones y posterior a ellas”. Se presentó una gran influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental al voto, puesto que este se vería “engañado”, al no contarse con noticias con perspectivas verídicas, o que tiendan hacia la objetividad, como es el caso de las noticias sensacionalistas.

De lo anteriormente expuesto, corresponder desarrollar el apartado llamado “Discusión”, antes de ello, es necesario precisar lo expuesto por Ríos (2017) con relación a esto, para este metodólogo, esta sección debe de circunscribirse a una contrastación de lo expuesto en la sección de los Resultados de la investigación,

así como lo plasmado en el marco teórico. Y, todo esto debiendo encontrarse en función de los objetivos de investigación, y así corroborar los supuestos planteados.

Ante esto, de acuerdo al objetivo general “Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021”, de lo recabado por los entrevistados, parten por expresar que tienen una opinión de que la prensa peruana, se encuentra sumamente subjetivada, los cuales se encuentran en función a intereses económicos y/o políticos. A ello, respecto a la influencia de la teoría de la manipulación de masas, durante las elecciones del 2021, precisaron que los alcances de la acotada teoría pudieron ser advertidas en los medios de prensa radial y televisiva, en donde se pudo apreciar la inclinación sobre determinados políticos y/o candidatos, e incluso se pudo ver situaciones, donde ni siquiera se les dio la oportunidad de dialogar. Asimismo, acotaron que existieron situaciones de monopolización respecto al favorecimiento a determinado voto.

De lo expuesto en la fuente documental, se aprecia que las formas en las cuales la manipulación mediática afectó o influyó en las elecciones presidenciales del año 2021, se dividen en tres: en primer lugar, tergiversando la información que llega a la ciudadanía; en segundo lugar, influyendo (en muchos casos, de manera determinante) sobre la perspectiva del voto de las personas; y, por último, en los espacios de cobertura que se les brindaban a determinados candidatos por encima de otros.

Ahora bien, conforme se puede apreciar de las bases teóricas, de acuerdo a Martín et. al. (2022), la manipulación de la información puede estar o no sostenida por un determinado sistema político. En ese sentido, vendría a tener una gran influencia dentro del panorama político, puesto que determinaría la decisión de muchos votantes en las elecciones presidenciales. Por otra parte, Gallego (2021) considera que la monopolización de los medios de comunicación tiene una gran influencia dentro de estas elecciones, puesto que se podría manejar una manipulación en favor de ciertos intereses.

En consecuencia, se pudo contrastar el supuesto general. Al respecto, se concluye que la manipulación mediática tuvo una gran influencia sobre las elecciones presidenciales del año 2021 en atención a lo siguiente. La manipulación

ejercida por los medios de comunicación, los cuales tienen un gran alcance a nivel nacional, y que no siempre se ciñen al cumplimiento normativo (en el Perú, la Ley n° 28278 – Ley de Radio y Televisión, entre otros), por lo que deciden brindar cobertura en atención a sus intereses políticos y económicos. Como resultado, se maneja una influencia parcial o determinante sobre los electores, el mismo que debería encontrarse prohibido en función del Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral (Resolución N°0922-2021-JNE).

Por otra parte, en función del objetivo específico 1 “Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021”, se mantiene como posición de los entrevistados que los medios de comunicación sostienen un cambio o trato parcial acerca de la información que llega a los consumidores. Aquello tendría una repercusión sobre las elecciones presidenciales. Asimismo, consideran que la libertad del voto no se encuentra satisfecha o protegida por los medios de comunicación. Por el contrario, aquellos lo ponen en peligro, más aún durante la época de elecciones presidenciales.

Ahora bien, en función de las fuentes documentales, se obtiene como conclusión que la influencia del poder de los medios de comunicación en relación con la libertad del voto viene a ser, en muchos casos, determinantes. Todo dependerá de la situación específica de los grupos sociales, como, por ejemplo, aquellos que se encuentran como votantes primerizos (es decir, aquellos que no cuentan con mucha experiencia política). En ese sentido, el poder puede ser parcial o determinante, más aún en época de elecciones presidenciales, como el del año 2021.

En la misma línea, siguiendo las bases teóricas, se tiene a Gómez et. al. (2020), quien considera que el poder de los medios de comunicación se visualiza de una mejor manera refiriéndonos a la manipulación mediática, la cual puede influir mucho sobre las elecciones presidenciales y, en consecuencia, sobre la libertad del voto de las personas, ya que no se tendría una información cabal. Por su parte, Gallardo y Burlan (2020), estima que los medios de comunicación tienen una

responsabilidad grande durante los procesos electorales, ya que ayudarán con información sobre los candidatos para los votantes, por lo que tendrá influencia sobre su libertad de voto.

De esa manera, se corrobora el supuesto específico 1, por lo que podemos mencionar que el poder de los medios de comunicación tiene una influencia negativa sobre la libertad del voto de las personas durante los procesos de elección presidencial 2021, infringiendo el artículo 31 de la Constitución Política, el cual asegura, precisamente, esta libertad. Este poder se manifiesta de una manera negativa por la manipulación mediática que se maneja dentro de los medios de comunicación, utilizando estas diferentes tácticas para favorecer determinados intereses políticos o económicos.

Por último, en relación con el objetivo específico 2 “Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021”, se tiene que los entrevistados estiman que el derecho fundamental del voto se manifiesta, puesto que su extensión llega hasta todo el territorio nacional. De la misma manera, consideran que la principal característica de la actuación negativa de los medios de comunicación viene a ser la amplia cobertura que se les brinda a determinados candidatos por sobre otros. En esa línea, esta actuación tendría una influencia determinante sobre el derecho fundamental del voto, el cual, en los casos de elecciones presidenciales, no serían beneficiosos.

Por otra parte, en relación con las fuentes documentales, se sostiene que la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales se da de una manera negativa, perjudicando la elección libre de los ciudadanos votantes, puesto que, al modificar la información que se les brinda, aquellos partirán de una base errónea para iniciar sus opiniones.

Asimismo, en función de las bases teóricas, tenemos a García (2020), quien estima que, al encontrarse el derecho fundamental al voto ligado a otros derechos fundamentales, su vulneración tendrá una repercusión extensa. En consecuencia, cuando se efectúe una manipulación de la información de parte de los medios de comunicación, se tendrá una situación negativa que afecta de manera pluriofensiva.

En la misma línea, se encuentra Jiménez (2021), quien sostiene que el derecho fundamental al voto se encuentra en riesgo al momento de realizar cualquier tipo de manipulación de la información, ya que la misma siempre debe encontrarse siendo imparcial.

Con todo lo mencionado, se corrobora el supuesto específico 2, por lo que podemos decir que la manipulación de la información tuvo una influencia negativa sobre el derecho fundamental del voto durante el proceso electoral presidencial del año 2021. Este derecho se encuentra protegido en el artículo 31 de la Constitución Política, por lo que cualquier alteración sobre la información que llega a los ciudadanos pondrá en riesgo el derecho. En ese sentido, se vulneraría lo dispuesto en la Ley de Radio y Televisión, en su primer artículo, inciso c) principio de transparencia, al demostrarse que la manipulación de la información se manifestó de diversas formas, entre las que encontramos la amplia cobertura que se les brindó hacia determinados candidatos, mientras que a otros no se les brindaba el mismo espacio.

V. CONCLUSIONES

En función de lo mencionado con anterioridad, y con fundamento en las premisas teóricas, así como la perspectiva de los entrevistados, discutidos y contrastados, se pudo mantener las siguientes conclusiones:

PRIMERA: La manipulación mediática ejerció una gran influencia sobre las elecciones presidenciales del año 2021. La misma se dio de una manera negativa, puesto que la información que llegaba hacia los electores, es decir, hacia los ciudadanos, era tergiversada o mostrada en función de sus intereses políticos o económicos. La influencia, en muchos casos, se muestra de forma determinante, aunque también existe una influencia parcial, referida a aquellas personas que no buscan solamente una información obtenida por los medios de comunicación.

SEGUNDA: Los medios de comunicación mantuvieron una influencia negativa sobre la libertad del voto de las personas durante los procesos de elección presidencial en el año 2021, lo cual se manifestó por la manipulación ejercida, en sus diferentes manifestaciones, sobre la libertad de elección sobre los ciudadanos. Esta manipulación obedecía a determinados intereses como producto de la monopolización de los medios de comunicación, ya sean políticos o económicos.

TERCERA: La manipulación de la información tuvo una influencia negativa sobre el derecho fundamental del voto durante el proceso electoral presidencial en el año 2021. La influencia negativa se mostraría al demostrarse que la manipulación ejercida tuvo como consecuencia una amplia cobertura hacia determinados candidatos, mientras que, para los otros, no se les brindaba el mismo espacio, por lo que se tendría una preferencia hacia determinados intereses, vulnerando la imparcialidad de la prensa nacional.

VI. RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** De parte del Estado, deben fomentarse protocolos para generar una cultura de imparcialidad dentro de las actividades de los medios de comunicación. Esta situación, a pesar de que, en teoría, debería mantenerse así, no se da en la realidad, por lo que se hace indispensable impulsar mecanismos de respuesta ante esta problemática, ya que influye de manera negativa en los procesos electorales. En ese sentido, se podrían implementar campañas de concientización, así como asegurar la supervisión interna de los diferentes medios de comunicación.
- SEGUNDA:** Se debería prestar mayor atención judicial hacia la manipulación mediática, puesto que, en la práctica peruana, aquella muchas veces se ha visto enmascarada bajo el derecho a la libertad de expresión. En ese sentido, se deberían realizar cursos o campañas para entender una efectiva distinción entre la libertad de expresión y la difamación, la injuria y la manipulación ejercida por la prensa nacional.
- TERCERA:** El derecho fundamental del voto debería ser protegido, al tratarse de un derecho consagrado por la Constitución Política del Perú. En ese sentido, se debería prestar una atención más estricta hacia los diferentes medios de comunicación, puesto que los mismos, si se les brinda espacios para realizar una manipulación de la información, repercutirán de una manera negativa sobre diferentes derechos, ya que el derecho fundamental del voto se encuentra vinculado con muchos otros.

REFERENCIAS

- Álvarez García, A. (2017). Violencia de género y manipulación mediática: el caso de Juana Rivas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 25(2), 697-710. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/64797/4564456551>
612
- Arriola-Prieto, C. (2020). Impacto del uso de los medios audiovisuales educativos en el rendimiento académico de estudiantes de enfermería. *Eduser*, 7(1), 56–68. <https://doi.org/10.18050/eduser.v7i1.2515>
- Báez, M. (2022). Metodologías audiovisuales participativas. Un desafío epistémico, ético y político. *Sociedade e Estado*, 37(1), 101–110. <https://www.scielo.br/j/se/a/pSCTMy9tpS59rckKhBjcmLy/?lang=es>
- Barrios-Rubio, A. y Gutiérrez-García, M. (2022). Comunicación mediática y social en el entorno de crisis, polarización e inconformismo colombiano. *El profesional de la información*, 31(3), 1–19. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/86764/63162>
- Becerra, M., y Mastrini, G. (2017). Concentración y convergencia de medios en América Latina. *Communiquer*. <https://doi.org/10.4000/communiquer.2277>
- Carballo, N. (2020). Un aporte al estudio del voto femenino en Costa Rica. *Revista de Ciencias Sociales*, 167(31), 31-43. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/42973/43223>
- Casas-Favela, C., Duarte-Carranza, J.R. y Arreola-Cháidez, C. (2015). Medios de comunicación: su influencia en las elecciones en Durango. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 2(4), 1-16. <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/331/373>
- Charry-Joya, C. (2018). *Ciudadanías conectadas. Sociedades en conflicto. Investigaciones sobre medios de comunicación, redes sociales y opinión pública*. Editorial Universidad del Rosario.

- Chomsky, N. (2016). Diez estrategias de manipulación mediática. *Revista Cultural de Nuestra América*, 19(73), 1-13.
https://www.revistalatinacs.org/12_causas/Tecnicas.pdf
- Chomsky, N. y Ramonet, I. (1995). *Cómo nos venden la moto. Información, poder y concentración de medios*. Editorial Icaria.
- Cisneros Rojas, L. y Estrada Rodríguez, J. (2020). El voto de los mexicanos en el extranjero: una visión global de los electores fuera de casa. *Revista de La Realidad Mexicana*, 36(224), 47-53.
<https://www.proquest.com/openview/48e7a2993602afc700afca70abb49e79/1?pq-origsite=gscholar&cbl=28292>
- Cisneros, I. (2021). Percepción de la concentración económica de medios de comunicación en México. *Estudios Sociológicos*, 39(115), 177-208.
<https://estudiossociologicos.colmex.mx/index.php/es/article/view/1902/1968>
- Gallardo, J., y Burian, C. (2020). Entre el ciudadano republicano y el individuo liberal: el debate sobre el voto obligatorio en el nacimiento de la democracia uruguaya. *Estudios Ibero-Americanos*, 46(1), 1-15.
<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/iberoamericana/article/view/32800/19608>
- Gallego-Ramos, J. R. (2021). Las formas de propiedad de los medios de comunicación. Estado de la cuestión. *Revista Anagramas*, 20(39), 197-221.
<https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/3721/3297>
- García-Mena, I. (2020). Una perspectiva del derecho al voto como derecho fundamental. *Revista de Derechos Humanos y Estudios Sociales*. 2(1), 154-198.
https://www.researchgate.net/publication/323159799_El_derecho_de_voto_como_derecho_fundamental

- Gertin-Barturen, R.E. (2020). *La comunicación política 2.0 por redes sociales en relación a la construcción de conciencia ciudadana, durante la elección municipal de Lima – 2018* [Tesis de Maestría, Universidad San Martín de Porres]. Archivo digital.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7126/GE_RTIN_BR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gómez-de-Ágreda, Á., Feijóo, C., y Salazar-García, I.-A. (2020). Una nueva taxonomía del uso de la imagen en la conformación interesada del relato digital. Deep fakes e inteligencia artificial. *El Profesional de La Información*, 29(3), 1–24.
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/83076/62947>
- Guerrero, J. (2022). *Ganan mujeres derecho al voto*. Mural. Fondo Editorial de la Universidad Autónoma de México.
- Jiménez-Esclusa, H. (2021). Sentencia Citizens United v. Federal Election Commission, corrupción y derecho al voto en Estados Unidos. *Revista Dikaion*. 30(2), 373-399.
<https://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/16421/6691>
- Lasuén, S. (2019). La música para medios audiovisuales en España: de su consolidación como objeto de estudio a la apertura de nuevas líneas de investigación. *Revista de Musicología*, 42(2), 840–844.
<https://www.jstor.org/stable/26869450>
- Lenna, P. (2009). *Manejo mediático, discursos políticos y sus implicaciones sobre el derecho a la información. Los casos de Alberto Fujimori en Perú y de Álvaro Uribe en Colombia, en sus segundos mandatos* [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Archivo digital.
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/650/1/T787-MDH-Lenna->

Manejo%20medi%c3%a1tico%2c%20discursos%20po%c3%b1%c3%ad
ticos.pdf

Linares San Román, J. (2020). *El poder mediático y la independencia judicial en el Perú* [Tesis del doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
Archivo digital.
[https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/15837/
Linares_sj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/15837/Linares_sj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

López Ruiz, M. (2019). Sobre el discurso político y la traducción: las líneas rojas de la manipulación en los medios de comunicación. *Estudios Interlingüísticos*, 7(1), 140–155.
[https://redib.org/Record/oai_articulo2383713-sobre-el-discurso-
pol%C3%ADtico-y-la-traducci%C3%B3n-las-l%C3%ADneas-rojas-de-la-
manipulaci%C3%B3n-en-los-medios-de-comunicaci%C3%B3n](https://redib.org/Record/oai_articulo2383713-sobre-el-discurso-pol%C3%ADtico-y-la-traducci%C3%B3n-las-l%C3%ADneas-rojas-de-la-manipulaci%C3%B3n-en-los-medios-de-comunicaci%C3%B3n)

Martínez Sánchez, N. (2020). El derecho al voto de la persona con discapacidad. *Revista Internacional de Doctrina y Jurisprudencia*. 22(1), 48-84.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7484116>

Martín-García, A., Buitrago, Á., y Aguaded, I. (2022). La voz del periodismo en las redes sociales: cartografía y funciones del community manager de medios informativos como nuevo actor de la comunicación periodística. *El profesional de la información*, 31(3), 1–15.
[https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view
/86808](https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/86808)

Martín-Núñez, M. y Montero-Sierra, A. (2004). *La manipulación en los medios de comunicación: tratamiento informativo del 11M* [Tesis de doctorado, Universidad de Jaime I].
<http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/79010>

McSwann, A. (2017). Guerra, globalización y manipulación. Civitas.

Medrano Carrasco, R., Alvarado-Gates, R. y Márquez-Regalado, S. (2019). Los nuevos medios como un intento de manipulación a la participación

democrática. *Quid iuris.* <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/quid-iuris/article/view/40550/37337>

National Democratic Institute, International Republican Institute & Stanford Internet Observatory (2021). *Combatiendo la manipulación de información: Un manual para las elecciones y posterior a ellas. Creative Commons Attribution-ShareAlike 2.0. Generic.*

Ramírez Rendón, E. (2020). *El derecho al voto de la mujer en México.* Themis.

Razvan, V. (2021). ¿Las redes sociales están transformando las elecciones en América Latina? *Blog Inter-American Development Bank.* <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/las-redes-sociales-estan-transformando-las-elecciones-en-america-latina/>

Salazar, N. (2018). Manipulación mediática y tratamiento informativo de las movilizaciones sociales indígenas en Cauca y Huila. *Mediaciones.* 14(20), 1-45. <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/med/article/view/1649/1567>

Sánchez Flores, M. (2019). Concentración de medios o concentración de temas en el periodismo digital peruano. Un acercamiento cuantitativo al problema. *Conexión,* 11(1), 54-98. <https://doi.org/10.18800/conexion.201901.002>

Sánchez-Colán, A. (2019). *Medios de comunicación y su impacto en la sociedad, Huacho 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/4588/ALBERT%20JAIRO%20SANCHEZ%20COLAN%201.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Santiago, K. M. (2015). Urnas tras las Rejas: El Derecho al Voto de los Confinados. *Revista Jurídica de La Universidad Interamericana de Puerto Rico,* 50(1), 29–50.

<https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/vjuriprc50&div=6&id=&page=>

- Sosa, G. (2016). Concentración de medios de comunicación, poder y nuevas legislaciones en América Latina. Cotidiano. *Revista de La Realidad Mexicana*, 31(195), 17–30.
<https://www.redalyc.org/pdf/325/32543454003.pdf>
- Valdez-López, O., Romero-Rodríguez, L. y Hernando-Gómez, A. (2019). Estructuras de poder en el control de los medios televisivos privados de América andina. *El Profesional de la Información*, 18(6), 1-16.
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2019.nov.05/47420>
- Vásquez Muñoz, T. (2015). Libertad de expresión y comunicación electoral, vías para un modelo deliberativo. *Justicia Electoral*, N° 15, *Cuarta Época*, 1(15), pp. 245-277.
- Velásquez-Ospina, U. (2018). *La Manipulación política de la Opinión Pública política (MpOPp) y la Opinión Pública política (OPp) desde los griegos hasta la Revolución Francesa* [Tesis de Maestría, Universidad del Rosario].
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/18884/Tesis%20subida%20al%20repositorio%20UR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villafañe, J., Ortiz de Guinea Ayala, y Martín Sáez, J. L. (2020). Reputación de los medios de comunicación españoles. *El Profesional de la Información*, 29(1), 1-26.
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.jul.07/51203>
- Villagra, E. (2020). La comunicación indígena en Argentina. Abordajes y debates en torno a los medios audiovisuales. *Revista de Ciencias Sociales*, 8(2), 316–326.
<https://www.methaodos.org/revista-methaodos/index.php/methaodos/article/view/394/555>

Yucra, E. (2016). *Estudio de la opinión de los ciudadanos arequipeños acerca de la concentración de medios y la libertad de expresión en Arequipa 2016* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/2154/CCcayue.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de categorización

PROBLEMAS	OBJETIVOS	SUPUESTOS	CATEGORÍAS	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	SUPUESTO GENERAL	1. Manipulación mediática. 2. Derecho al voto.	Enfoque: Cualitativo. Diseño de investigación: Fenomenológico
¿De qué manera la manipulación mediática afectó el derecho al voto en las elecciones presidenciales del 2021?	Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.	La manipulación mediática afectó negativamente el derecho al voto en las elecciones presidenciales del 2021.		
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	SUPUESTOS SECUNDARIOS	SUBCATEGORÍAS	Participantes: Especialistas en Derecho Constitucional Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Técnica: Entrevista y uso de la técnica de análisis documental. Instrumento: guía de análisis documental y entrevista.
Primer problema específico: ¿Cómo influyó el poder de los medios de comunicación sobre la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Segundo problema específico: ¿Cómo influyó la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021?	Primer objetivo específico: Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021. Segundo objetivo específico: Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.	1. El poder de los medios de comunicación influyó negativamente en la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021. 2. La manipulación de la información influyó negativamente sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.	1. El poder de los medios de comunicación. 2. Manipulación de la información. 3. Libertad del voto. 4. Derecho fundamental del voto.	

	diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.													
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.													

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación

-.-

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

--

Lima,....del.....del.....

Firma del experto informante

8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos													X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.													X	
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.													X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación

Sí
-.-

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95, 00%

Lima, 10 .de septiembre de 2022



Mag. Víctor Daniel Mullisaca Leyva

Maestro en Derecho Penal y Garantías Constitucionales por la Universidad de Jaén (España)

Resolución N° 001272-2022-SUNEDU-02-15-02

DNI N° 77151380/Cel. 965267483

	metodológicos esenciales																
6. INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las categorías.															X	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.															X	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos															X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.															X	
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.															x	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación

SI
-.-

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

Lima, 28 de septiembre del 2022

Luca Aceto

Mag. Luca Aceto

DNI N°: 48974953

Telf.: 910190409

	metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.													
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												x	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación

Sí
.-

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95, 00%

Lima, 10 .de septiembre de 2022



Mag. Mirella Tucto Rafael

Maestra en Derecho Penal y Garantías Constitucionales por la Universidad de Jaén (España)
DNI N° 62775689/Cel. 963821489

Anexo 06. Modelo de guía de entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: “**Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú**”.

Entrevistado (a).....

Cargo/Grado académico/Ocupación:.....

Institución:.....

Años de experiencia:.....

Lea atentamente y responda cada una de las preguntas.

Objetivo General

Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.

1.- ¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político? Fundamente su respuesta.

.....
.....
.....

2.- ¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas? Fundamente su respuesta.

.....
.....
.....

.....
.....
3.- ¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

.....
.....
.....
.....

Objetivo específico 1

Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

4.- ¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional? Fundamente su respuesta.

.....
.....
.....
.....

5. ¿Con respecto a la teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

.....
.....
.....
.....

6.- *¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación? Fundamente su respuesta.*

.....

.....

.....

.....

Objetivo específico 2

Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

7.- *¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público? Fundamente su respuesta.*

.....

.....

.....

.....

8.- *¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales? Fundamente su respuesta.*

.....

.....

.....

.....

9.- ¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

.....
.....
.....
.....

Lima,.....de.....de 2022.

Firma	Sello

Anexo 07. Guía de Entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: “**Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú**”.

Entrevistado: **Wilder Manuel Basilio Varas**

Cargo/Grado académico/Ocupación: **Abogado particular.**

Institución: **Estudio Jurídicos Basilio Varas y Abogados**

Años de experiencia: **05 años**

Lea atentamente y responda cada una de las preguntas.

Objetivo General

Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.

1.- ¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político? Fundamente su respuesta.

La prensa nacional puede mantener una posición. No obstante, ello no debe obnubilar su deber de informar de una manera veraz, como sucede en los casos mediáticos, donde usualmente se inclinan hacia determinado ámbito.

2.- ¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas? Fundamente su respuesta.

Sí existió una manipulación de masas, al contarse con diferentes noticias o espacios para ciertos candidatos. Por el contrario, para los demás no se les brindaba el mismo espacio, ya que no representaban los intereses que buscaban o siguen.

3.- ¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Sí, existió una monopolización de los medios de comunicación, lo cual conllevó En las elecciones presidenciales del año 2021 se manifestó una posición mayoritaria de los medios de comunicación, los cuales se inclinaron a favorecer a determinada candidatura, lo que se generó por la monopolización que existe en este medio.

Objetivo específico 1

Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

4.- ¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional? Fundamente su respuesta.

Sí, existió un aprovechamiento de la edad del electorado, que claramente se componía también de personas que apenas habían alcanzado la mayoría de edad. Sobre este punto, se buscó propuestas populistas, que tenían como objetivo generar la idea a los jóvenes de que realmente se podían cambiar las cosas del país, aunque en las prácticas las propuestas eran inviables.

5. ¿Con respecto a la teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Los medios de comunicación, usualmente, manipulan la información que llega a las personas, por lo que, en un ámbito de elecciones presidenciales, lo harán aún más. Dentro de estas manipulaciones encontramos a la personal.

6.- ¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación? Fundamente su respuesta.

La libertad de voto se encuentra en riesgo por la falta de imparcialidad que debe manifestarse en las actividades de los medios de comunicación.

Objetivo específico 2

Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

7.- *¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público? Fundamente su respuesta.*

Solamente en la teoría, ya que la prensa nacional, si bien alcanza gran cobertura hacia los votantes, no siempre actuará de una manera imparcial.


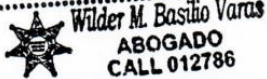
8.- *¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales? Fundamente su respuesta.*

El año pasado se demostró una inclinación de la mayoría de los medios de comunicación hacia determinados partidos políticos. Estos eran visualizados de una manera más correcta, mientras que esta prensa trataba de "hundir" a los otros partidos políticos.

9.- *¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.*

Sí, el derecho se vio vulnerado, puesto que los medios de comunicación se encontraban con una posición específica hacia determinados candidatos, situación que no garantizó la imparcialidad.

Lima, 21 de setiembre de 2022.

	
Firma	Sello

Anexo 08. Guía de Entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: “**Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú**”.

Entrevistada: **María Angélica Rosas Moreno**

Cargo/Grado académico/Ocupación: **Abogada particular**

Institución: **Estudio Jurídicos Rosas Moreno y Abogados**

Años de experiencia: **05 años**

Lea atentamente y responda cada una de las preguntas.

Objetivo General

Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.

1.- ¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político? Fundamente su respuesta.

La prensa escrita, televisiva, entre otros, suponen una herramienta importante de información, la cual se ve tergiversada muchas veces cuando se habla de casos mediáticos. En estos se inclinar a favor de una posición.

2.- ¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas? Fundamente su respuesta.

Existe una manipulación de masas en todas las elecciones presidenciales. Sin embargo, esta situación se denotó de una manera más precisa en el 2021, donde se buscó favorecer, con noticias y omisiones, a determinada candidatura.

3.- *¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.*

Sí, existió una monopolización de los medios de comunicación, lo cual conllevó a que se defiendan intereses específicos de ciertos candidatos.

Objetivo específico 1

Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

4.- *¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional? Fundamente su respuesta.*

Sí, debido a que los comerciales de campaña que realizaban los candidatos, eran apoyados por todos los medios de comunicación más influyentes. Estas propagandas, claro está, se encontraban referidos a contextos sensibles, que buscaban la empatía del votante.

5. *¿Con respecto a la teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.*

La respuesta es sí, ya que la manipulación personal fue una de las técnicas que utilizaron los medios de comunicación para favorecer determinada candidatura.

6.- *¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación? Fundamente su respuesta.*

A pesar de que, en teoría, la libertad del voto deba ser protegida por los medios de comunicación, en la realidad se patentiza, precisamente, lo contrario.

Objetivo específico 2

Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

7.- ¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público? Fundamente su respuesta.

En la teoría sí, pero en la práctica no, puesto que los medios de comunicación vienen a favorecer la información, pero también se debe considerar que esta no siempre será del todo veraz,

8.- ¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales? Fundamente su respuesta.

En el 2021, se visualizó una posición marcada hacia ciertos candidatos, mientras que no hacia otros. Ello se demostró al considerar el tiempo de cobertura entre uno y otro.

9.- ¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Sí tuvo una gran influencia, puesto que el derecho fundamental del voto se encuentra determinado, a su vez, por la información imparcial que ingresa en la mente de los electores, situación que no se sostuvo al contar con un favoritismo.

Lima, 21 de septiembre de 2022.

María Rosas

Abg. María Angélica Rosas Moreno
ABOGADO
Reg. CALL 012402

Firma

Sello

Anexo 09. Guía de Entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: “**Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú**”.

Entrevistado (a): **Edith Marlene Yangali Ayala**

Cargo/Grado académico/Ocupación: **Abogada particular.**

Institución: **Estudio Jurídico Yangali y Abogados**

Años de experiencia: **05 años**

Lea atentamente y responda cada una de las preguntas.

Objetivo General

Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.

1.- ¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político? Fundamente su respuesta.

En realidad, la prensa del Perú, en todos sus ámbitos o expresiones, esto es, radial, escrita, entre otros, no encuentra una independencia, pues siempre se encuentra sirviendo a determinados grupos sociales o intereses.

2.- ¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas? Fundamente su respuesta.

Sí, considero que sí se afirma la teoría de la manipulación en dichas elecciones presidenciales. Sustento esta posición refiriéndome a la prensa nacional, la misma que actuó de una manera alejada a la imparcialidad, donde a ciertos candidatos de su preferencia se les diseñaban noticias favorables o se les brindaba mayor cobertura, mientras que a los otros candidatos no.

3.- *¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.*

Sí se presentó esta monopolización, puesto que los medios hicieron eco de determinados candidatos que representaban su posición política.

Objetivo específico 1

Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

4.- *¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional? Fundamente su respuesta.*

Sí, considero que sí existió una manipulación emocional, ya que esta era mostrada en formas de propaganda, con objetivos claros de cambiar la opinión del electorado.

5. *¿Con respecto a la teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.*

Claro, esta se manifestó de una manera clara frente a personas sin mucha experiencia.

6.- *¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación? Fundamente su respuesta.*

Según sus actuaciones recientes y antiguas, esta no se garantiza en lo absoluto, todo lo contrario.

Objetivo específico 2

Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

7.- ¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público? Fundamente su respuesta.

En un ámbito abstracto, sí, pero de una manera empírica esta promoción no se manifiesta.

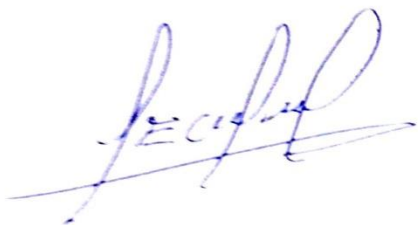
8.- ¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales? Fundamente su respuesta.

Podemos tener a las noticias que favorecen a los políticos.

9.- ¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

En realidad, el voto lo deciden los ciudadanos, por lo que al final de cuentas la manipulación solamente tendrá una influencia indirecta.

Lima, 19 .de septiembre de 2022.

	<p>----- EDITH MARLENE YANGALI AYALA ABOGADA REG. CAL. 88832</p>
Firma	Sello

Anexo 10. Guía de Entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: “**Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú**”.

Entrevistado: **Danitza Jackeline Laura Poma**

Cargo/Grado académico/Ocupación: **Abogada**

Institución: **Banco de la Nación**

Años de experiencia: **10 años**

Lea atentamente y responda cada una de las preguntas.

Objetivo General

Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.

1.- ¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político? Fundamente su respuesta.

La prensa nacional, dentro del panorama político, se encuentra subjetivada. Es decir, que sus publicaciones y diferentes acciones se encuentran encaminadas para determinados fines, por lo cual apoyan a determinada candidatura.

2.- ¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas? Fundamente su respuesta.

Sí puede contrastarse esta figura, puesto que durante las elecciones presidenciales se presentó una posición específica de los diarios y medios en general, los cuales apoyaban a determinada candidatura. En ese sentido, difundían información no verídica o la ocultaban, buscando manipular el voto del ciudadano.

3.- ¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

No existió propiamente una monopolización de los medios de comunicación. No obstante, sí se presentaron situaciones parciales relativas a ellos. Es decir, que los medios de comunicación se inclinaron a favorecer determinado interés político.

Objetivo específico 1

Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

4.- *¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional? Fundamente su respuesta.*

Sí, puesto que, durante estas elecciones, se utilizó bastante propagandas que buscaban sensibilizar a las personas, lo cual fue apoyado por los medios de comunicación, al brindar el espacio.

5. *¿Con respecto a la teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.*

Sí, esta manipulación personal funcionó para que personas sin mucha experiencia en el ámbito político se inclinaran hacia determinada posición seguida por los medios de comunicación.

6.- *¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación? Fundamente su respuesta.*

Los medios de comunicación son importantes para el desarrollo de la democracia, por lo que, a pesar de que, en la actualidad, mantengan un esquema refutable, son necesarios para mejorar la libertad del voto.

Objetivo específico 2

Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

7.- *¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público? Fundamente su respuesta.*

Claro que sí, ello se denota con la prensa nacional, la cual tiene cobertura en todo el territorio del Perú

8.- ¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales? Fundamente su respuesta.

Las principales vienen a ser las siguientes: posición a favor de determinado candidato o partido político; generar espacio hacia determinados candidatos, mientras que no para otros, entre otros.

9.- ¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Sí, influyó en gran medida, debido a que esta manipulación de información era aprovechada para satisfacer determinada posición política de un candidato o grupo político, lo que vulnera el derecho a la información imparcial, llevando a una vulneración al derecho al voto.

Lima, 16 de septiembre de 2022.



Dánitza J. Laura Poma
CAL 61643

Anexo 11. Guía de Entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: “**Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú**”.

Entrevistada: **Aida Magali Javier Santos**

Cargo/Grado académico/Ocupación: **Abogada independiente**

Institución: **Estudio Jurídicos Javier Santos y Abogados**

Años de experiencia: **05 años**

Lea atentamente y responda cada una de las preguntas.

Objetivo General

Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.

1.- ¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político? Fundamente su respuesta.

La prensa nacional, en todos sus ámbitos, son importantes para el desarrollo de la democracia. Sin embargo, no siempre actúan de una manera objetiva, por lo que generan problemas de imparcialidad. A pesar de ello, su importancia es notable.

2.- ¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas? Fundamente su respuesta.

Sí, se puede contrastar esta teoría. Ello debido a que la prensa nacional se enfocó en favorecer a un candidato, mientras que a los otros no se les prestaba mucha cobertura.

3.- ¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

En realidad, si bien considero que existe una monopolización de los medios de comunicación por el Grupo El Comercio, no creo que las elecciones presidenciales del año

2021 se hayan determinado por ellos. Por el contrario, los intereses eran compartidos por las mayorías de medios

Objetivo específico 1

Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

4.- *¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional? Fundamente su respuesta.*

En cierta medida, sí, pero lo que más se manifestó fue una manipulación mediática, guiada por la prensa nacional, la cual favorecía los intereses de determinados candidatos.

5. *¿Con respecto a la teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.*

Así es, se presentó una manipulación personal de los medios de comunicación, puesto que aquellos utilizaban a su favor la información que recolectaban, y lo distribuían de una manera que encajara con los intereses que seguían, por lo cual se inclinaban hacia determinados candidatos, hacia los mismos que les brindaban mayor espacio de cobertura que otros.

6.- *¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación? Fundamente su respuesta.*

Los medios de comunicación, a lo largo de la historia, se han encargado de someter a su discreción la información, por lo que, en épocas de elecciones presidenciales, esto ha provocado que no se proteja la libertad del voto.

Objetivo específico 2

Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

7.- ¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público? Fundamente su respuesta.

Se presenta una diversidad de medios de comunicación que se presentan en todos los sectores del país. A pesar de que se mantenga una estructura parcial, ello no quiere decir que no exista información en todo el territorio nacional.

8.- ¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales? Fundamente su respuesta.

Una de las características principales que se manifiestan en la manipulación de los medios de comunicación viene a ser la manifestación de ciertos espacios de cobertura para algunos grupos políticos, mientras que a otros no les generan la misma oportunidad.

9.- ¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Sí tuvo una influencia, ya que el voto no era sostenido por información imparcial, al mantener un favoritismo hacia determinado candidato por parte de los medios de comunicación.

Lima, 18 .de septiembre de 2022.



AIDA MAGALI JAVIER SANTOS
ABOGADA.- REG. CAL. N° 85127

Anexo 12. Guía de Entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: “**Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú**”.

Entrevistado (a) **Celso Miguel Pérez Pérez**

Cargo/Grado académico/Ocupación: **Abogado particular**

Institución:.....

Años de experiencia:.....

Lea atentamente y responda cada una de las preguntas.

Objetivo General

Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.

1.- ¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político? Fundamente su respuesta.

Los medios de comunicación no vienen a ser imparciales, como deberían serlo, según la teoría, por lo que se encuentran sirviendo determinados fines políticos.

2.- ¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas? Fundamente su respuesta.

Sí hubo manipulación. En realidad, los medios de comunicación nacionales fueron los responsables de que, de manera no parcial, se inclinara la balanza hacia alguno de los candidatos.

3.- ¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Sí existió. Hubo un seguimiento de la misma posición política de determinados candidatos por parte de los medios de comunicación.

Objetivo específico 1

Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

4.- *¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional? Fundamente su respuesta.*

Sí, se aprovecharon de que gran parte de los electores eran jóvenes, por lo que era más sencillo calar en sus emociones con ciertas noticias.

5. *¿Con respecto a la teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.*

Sí, estimo que sí existió esta manipulación.

6.- *¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación? Fundamente su respuesta.*

La manipulación que maneja la prensa nacional impide la protección a esta libertad del voto.

Objetivo específico 2

Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

7.- ¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público? Fundamente su respuesta.

Sí, ya que los medios de comunicación tienen una extensión amplia, la cual llega a todos los ámbitos del Perú.


8.- ¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales? Fundamente su respuesta.

De algo que no se habla mucho viene a ser la poca cobertura que se le brinda a los políticos que no representan sus intereses.

9.- ¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Por supuesto, a pesar de no ser determinante, siempre tendrá una gran influencia.

Lima, 25 de septiembre de 2022.

	<p>Celso Miguel Pérez Pérez ABOGADO Reg. Cal N° 75803</p>
Firma	Sello

Anexo 13. Guía de Entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: “**Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú**”.

Entrevistado: **Hugo Arbi Castro**

Cargo/Grado académico/Ocupación: Abogado independiente

Institución: Estudio Jurídico Arbi y Abogados

Años de experiencia: 17 años

Lea atentamente y responda cada una de las preguntas.

Objetivo General

Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.

1.- ¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político? Fundamente su respuesta.

La prensa escrita no se encuentra en una situación objetiva; es decir, que sus funciones como prensa nacional no los cumplen de una manera cabal, dejándose llevar por intereses.

2.- ¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas? Fundamente su respuesta.

Se brindó mayor importancia hacia algunas candidaturas, mientras que otras se dejaron de lado, por lo que sí podríamos mencionar que se confirma la teoría de la manipulación de masas.

3.- ¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Sí existió monopolización en los medios de comunicación, ya que aquellos representaban específicamente una determinada posición política, la cual pertenecía a los altos mandos.

Objetivo específico 1

Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

4.- ¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional? Fundamente su respuesta.

Efectivamente, ya que en las elecciones se manejaron diversas propagandas con la finalidad de tocar la parte emocional de las personas, con el objetivo de conseguir votos.

5. ¿Con respecto a la teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Al contarse con nuevas herramientas de comunicación, se puede disponer de una manipulación mucho más centrada en determinados campos. Es decir, que sí existió una manipulación personal.

6.- ¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación? Fundamente su respuesta.

Estimo que no ha sido protegido de una manera completa, pero esto no debe quitar la importancia que manejan los medios de comunicación dentro de una sociedad.

Objetivo específico 2

Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

7.- ¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público? Fundamente su respuesta.

Sí, puesto que la prensa llega a todos los espacios del Perú.

8.- ¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales? Fundamente su respuesta.

Principalmente, encontramos el favorecimiento hacia algunos candidatos.

9.- ¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Estimo que tuvo una gran influencia, pero no fue determinante, ya que el voto final le pertenece al ciudadano.

Lima, 22 .de septiembre de 2022.

	HUGO ARBI CASTRO ABOGADO C. S. 41625
Firma	
HUGO ARBI CASTRO ABOGADO C.A.L. 41625	

Anexo 14. Guía de Entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: “**Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú**”.

Entrevistado: **Luis Miguel Huamán Quispe**

Cargo/Grado académico/Ocupación: **Abogado constitucionalista independiente.**

Institución: **Abogado constitucionalista en Estudio Huamán Quispe y Abogados**

Años de experiencia: **16 años**

Lea atentamente y responda cada una de las preguntas.

Objetivo General

Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.

1.- ¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político? Fundamente su respuesta.

A pesar de que, en teoría, la prensa nacional debería manifestarse como un centro de información para los ciudadanos, en la realidad no sucede ello, llegando a la falta de objetividad.

2.- ¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas? Fundamente su respuesta.

Sí, efectivamente se puede contrastar la teoría de la manipulación de masas, debido a que los medios de comunicación influyeron de una manera determinante para establecer una cierta inclinación del votante respecto a su voto. Sí, efectivamente se puede contrastar la teoría de la manipulación de masas, debido a

que los medios de comunicación influyeron de una manera determinante para establecer una cierta inclinación del votante respecto a su voto.

3.- ¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Sí, la monopolización se visualizó al momento en que coincidieron los medios de comunicación en la defensa de un interés específico.

Objetivo específico 1

Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

4.- ¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional? Fundamente su respuesta.

Sí, ya que las noticias que mostraban los medios de comunicación eran muy sensibles, buscando recopilar los votos del electorado.

5. ¿Con respecto a la teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Considero que sí existió una manipulación personal dentro de las manipulaciones que se manejaron dentro de las elecciones por parte de los medios de comunicación.

6.- ¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación? Fundamente su respuesta.

No ha sido garantizada. Por el contrario, se la ha intentado vulnerar.

Objetivo específico 2

Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

7.- ¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público? Fundamente su respuesta.

Claro, ya que existe una diversificación de la información.

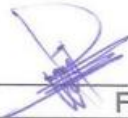
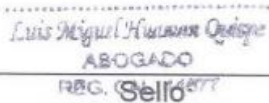
8.- ¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales? Fundamente su respuesta.

Entre ellas, la más importante es la extensión de tiempo que presentan ciertos candidatos con relación a otros.

9.- ¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Sí, ya que la influencia que manejan los medios de comunicación vienen a ser, en diversas situaciones, determinantes.

Lima, 25 de septiembre de 2022.

	
Firma	Sello

Anexo 15. Guía de Entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: **“Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú”.**

Entrevistado: **Roque Jesús Montero Huamaní**

Cargo/Grado académico/Ocupación: Abogado constitucionalista particular.

Institución: **Abogado constitucionalista en Montero Huamaní y Abogados**

Años de experiencia: **05 años.**

Lea atentamente y responda cada una de las preguntas.

Objetivo General

Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.

1.- ¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político? Fundamente su respuesta.

La importancia de la televisión y los demás medios de comunicación son sumamente relevantes. A pesar de su discusión sobre la imparcialidad, siguen siendo medios necesarios en el panorama actual político.

2.- ¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas? Fundamente su respuesta.

Claramente sí hubo una manipulación. Esto se demostró en la evolución de las encuestas que se realizaban, las cuales coincidían con los candidatos que los medios de comunicación preferían.

3.- ¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

No considero que se haya presentado una monopolización. Por el contrario, se manifestó una manipulación. Lo que también se pudo ver fue una confluencia de posiciones coincidentes en los medios de comunicación.

Objetivo específico 1

Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

4.- *¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional? Fundamente su respuesta.*

A pesar de que, de alguna manera, sí se manifestó esta manipulación, no es la única, siendo la más resaltante la manipulación mediática.

5. *¿Con respecto a la teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.*

Sí, estima que este tipo de manipulación se manifiesta, ya que, la información distorsionada se centraba hacia determinados grupos sociales.

6.- *¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación? Fundamente su respuesta.*

Hubo intentos de protección, los cuales no fueron satisfactorios, por lo que no se ha garantizado por los medios de comunicación.

Objetivo específico 2

Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

7.- *¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público? Fundamente su respuesta.*

Sí, por dos motivos. Por un lado, se tiene a su extensión en todo el país y, por el otro, sus diversas formas para llegar a los ciudadanos.



8.- ¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales? Fundamente su respuesta.

Entre las diversas características, podemos encontrar dos: la amplitud al abarcar determinadas noticias de ciertos candidatos, y, la parte contrapuesta, la poca amplitud hacia determinados candidatos.

9.- ¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Claro que sí, ya que existe una confianza hacia los medios de comunicación, por lo que la información que se maneje aquí será en muchas circunstancias determinante para el electorado.

Lima, 23 de septiembre de 2022.

	
Firma	Sello

Anexo 16. Guía de Entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: “**Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú**”.

Entrevistado: **Marco Huamaní Quispe**

Cargo/Grado académico/Ocupación: **Abogado independiente**

Institución: **Abogado constitucionalista en Estudio Huamaní Quispe y Abogados**

Años de experiencia: **30 años**

Lea atentamente y responda cada una de las preguntas.

Objetivo General

Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.

1.- ¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político? Fundamente su respuesta.

La prensa televisiva, escrita y radial no son objetivas en nuestro medio social, puesto que actúan solamente por intereses económicos y políticos que les convenga y acuerdos creados en contubernio y mantener en poder de los que más tienen con criterio antagónico de tener poder político en todas las esferas del Gobierno.

2.- ¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas? Fundamente su respuesta.

Sí, hubo manipulación de masas a nivel nacional, con la concientización en todas las clases tanto en la costa, sierra y selva para poder determinar el voto electoral. Lógicamente con argumentos demagógicos y promesas que generalmente no cumplen, es por eso que los electores día a día no creen en promesas solamente son utilizadas en comicios electorales.

3.- ¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Sí, hubo monopolización en todos sus extremos, en todos los medios de comunicación, tales como televisivo, radial y escrito, direccionado a partidos políticos que tienen la hegemonía económica en nuestra sociedad peruana solamente con la finalidad de pagar favores políticos a partidos enquistados en el poder que siempre quieren gobernar, siempre buscando emplear la demagogia.

Objetivo específico 1

Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

4.- ¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional? Fundamente su respuesta.

Sí se empleó la manipulación emocional, porque en estas últimas elecciones la mayoría de votantes fueron jóvenes cumplidos de 18 años por la poca experiencia electoral, fueron manipulados siempre empleando la demagogia política, acompañado de promesas subjetivas que no van a cumplir siempre empleado en nuestro medio, más aún cerca a las elecciones generales.

5. ¿Con respecto a la teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Sí se encontró la manipulación personal por parte de los medios de comunicación al aprovechar dicho medio para influir en la decisión del votante, más aún en personas indecisas y no preparados políticamente inducidos y manipulados para determinar el voto que es un derecho fundamental constitutivo.

6.- ¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación? Fundamente su respuesta.

No existió la debida protección, por los medios de comunicación en general trabajaron direccionados políticamente por los intereses y acuerdos creados a su conveniencia para

favorecer a sus propias áreas empresariales de conveniencia con fines personales de los grandes empresarios, que monopolizan los alimentos de primera necesidad.

Objetivo específico 2

Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.

7.- ¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público? Fundamente su respuesta.

Sí existen espacios adecuados de promoción, puesto que el medio de comunicación es el medio preponderante para informar a la masa poblacional; en su mayoría de veces, de manera subjetiva, solamente lo realizan para dar cumplimiento.


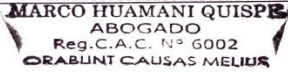
8.- ¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales? Fundamente su respuesta.

Utilizan los medios televisivos, radiales y escritas y toda la coyuntura política a favor de los partidos políticos, generalmente opositores para poder concientizar a la masa poblacional hasta cierto punto, ofreciendo dádivas y promesas empleando demagogia política a la masa poblacional que no está preparada culturalmente, ni mucho menos políticamente.

9.- ¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.

Sí se influyó mucho por la diferencia de clases sociales políticamente en nuestro país, siempre el monopolio, la anarquía de los partidos políticos de antaño que siempre nos quieren gobernar siempre empleando la demagogia, la manipulación por intermedio de los medios de comunicación subjetiva.

Lima, 23 de setiembre de 2022.

	
Firma	Sello

Anexo 17. Tabulación de entrevista

Objetivo de Desarrollo de Tesis	Preguntas Entrevistados	Marco Huamaní Quispe	Danitza Jackeline Laura Poma	Aida Magali Javier Santos	María Angélica Rosas Moreno	Wilder Manuel Basilio Varas	Hugo Arbi Castro	Luis Miguel Huamán Quispe	Roque Jesús Montero Huamaní	Celso Miguel Pérez Pérez	Edith Marlene Yangali Ayala
<p>Objetivo general: Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021.</p>	<p>1.- ¿Qué opinión le merece la prensa nacional en los casos mediáticos de índole político? Fundamente su respuesta.</p>	<p>Rpta. – La prensa televisiva, escrita y radial no son objetivas en nuestro medio social, puesto que actúan solamente por intereses económicos y políticos que les convenga y acuerdos creados en contubernio y mantener en poder de los que más tienen con criterio antagónico de tener poder político en todas las esferas del Gobierno.</p>	<p>Rpta. - La prensa nacional, dentro del panorama político, se encuentra subjetividad es. Es decir, que sus publicaciones y diferentes acciones se encuentran encaminadas para determinados fines, por lo cual apoyan a determinada candidatura.</p>	<p>Rpta. – La prensa nacional, en todos sus ámbitos, son importantes para el desarrollo de la democracia. Sin embargo, no siempre actúan de una manera objetiva, por lo que generan problemas de imparcialidad. A pesar de ello, su importancia es notable.</p>	<p>Rpta. - La prensa escrita, televisiva, entre otros, suponen una herramienta importante de información, la cual se ve tergiversada muchas veces cuando se habla de casos mediáticos. En estos se inclinan a favor de una posición.</p>	<p>Rpta. - La prensa nacional puede mantener una posición como periódico. No obstante, ello no debe obnubilar su deber de informar de una manera vez, como sucede en los casos mediáticos, donde usualmente se inclinan hacia</p>	<p>Rpta. - La prensa escrita no se encuentra en una situación objetiva; es decir,, que sus funciones como prensa nacional no los cumplen de una manera cabal, dejándose llevar por intereses.</p>	<p>Rpta. - A pesar de que, en teoría, la prensa nacional debería manifestarse como un centro de información para los ciudadanos, en la realidad no sucede ello, llegando a la falta de objetividad.</p>	<p>Rpta. - La importancia de la televisión y los demás medios de comunicación son sumamente relevantes. A pesar de su discusión sobre la imparcialidad, siguen siendo medios necesarios en el panorama actual político.</p>	<p>Rpta. - Los medios de comunicación no vienen a ser imparciales, como deberían serlo, según la teoría, por lo que se encuentran sirviendo determinados fines políticos.</p>	<p>Rpta. - En realidad, la prensa del Perú, en todos sus ámbitos o expresiones, esto es, radial, escrita, entre otros, no encuentra una independencia, pues siempre se encuentra sirviendo a determinados grupos sociales o intereses.</p>

					determinado ámbito.					
REDACCIÓN DE LA DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS DE LA PRIMERA INTERROGANTE.	<p>En relación con nuestra primera interrogante, tenemos que, de manera mayoritaria, Huamaní, Laura, Rosas, Basilio, Arbi, Huamán, Pérez & Yangali (2022) consideran que la prensa nacional, en sus diferentes manifestaciones, tales como radial, televisiva y escrita, se encuentra en una situación subjetivizada, más aún si nos situamos en un contexto referido a los casos mediáticos, donde, usualmente, eligen determinada posición de acuerdo a sus intereses políticos o económicos. Por otra parte, se tiene a Javier & Montero (2022), quienes, a pesar de concordar de que no muchas veces la prensa nacional se encuentra alejada del plano objetivo, reconocen su importancia dentro de estos temas polémicos, puesto que servirán para brindar información a los ciudadanos, y con lo cual ellos mismos puedan decidir qué pensamiento o teoría seguir.</p>									
2.- ¿Considera Ud. que tras las elecciones presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación de masas? Fundamente su respuesta.	<p>Rpta. – Sí, hubo manipulación de masas a nivel nacional, con la concientización en todas las clases tanto en la costa, sierra y selva para poder determinar el voto electoral. Lógicamente con argumentos demagógicos y promesas que generalmente no</p>	<p>Rpta. - Sí puede contrastarse esta figura, puesto que durante las elecciones presidenciales presentó una posición específica de los diarios y medios en general, los cuales apoyaban a determinada candidatura. En ese sentido, difundían información no verdadera o la ocultaban, buscando</p>	<p>Rpta.- Sí, se puede contrastar esta teoría. Ello debido a que la prensa nacional se enfocó en favorecer a un candidato, mientras que a los otros no se les prestaba mucha cobertura.</p>	<p>Rpta. - Existe una manipulación de masas en todas las elecciones presidenciales. Sin embargo, esta situación se denotó de una manera más precisa en el 2021, donde se buscó favorecer, con noticias y omisiones, a determinada candidatura.</p>	<p>Rpta. - Sí existió una manipulación de masas, al contarse con diferentes noticias o espacios para ciertos candidatos. Por el contrario, para los demás no se les brindaba el mismo espacio, ya que no representaban los intereses que buscaban o siguen.</p>	<p>Rpta.- Se brindó mayor importancia hacia algunas candidaturas, mientras que otras se dejaron de lado, por lo que sí podríamos mencionar que se confirma la teoría de la manipulación de masas.</p>	<p>Rpta.- Sí, efectivamente se puede contrastar la teoría de la manipulación de masas, debido a que los medios de comunicación influyeron de una manera determinante para establecer una cierta inclinación del votante respecto a su voto.</p>	<p>Rpta.- Claramente sí hubo una manipulación. Esto se demostró en la evolución de las encuestas que se realizaban, las cuales coincidían con los candidatos que los medios de comunicación preferían.</p>	<p>Rpta.- Sí hubo manipulación. En realidad, los medios de comunicación nacionales fueron los responsables de que, de manera no parcial, se inclinara la balanza hacia alguno de los candidatos.</p>	<p>Rpta.- Sí, considero que sí se afirma de la teoría de la manipulación en dichas elecciones presidenciales. Sustento esta posición refiriéndome a la prensa nacional, la misma que actuó de una manera alejada a la imparcialidad, donde a ciertos candidatos de su preferencia se les diseñaban noticias</p>

	cumplen, es por eso que los electores día a día no creen en promesas solamente son utilizadas en comicios electorales.	manipular el voto del ciudadano.								favorables o se les brindaba mayor cobertura, mientras que a los otros candidatos no.
REDACCIÓN DE LA DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS DE LA SEGUNDA INTERROGANTE.	Respecto con nuestra segunda pregunta, tenemos que la totalidad de entrevistados, Huamaní, Laura, Javier, Rosas, Basilio, Arbi, Huamán, Montero, Pérez & Yangali (2022) estiman que, con posterioridad a las elecciones presidenciales del año 2021, se logró confirmar la teoría de la manipulación de masas, debido a que la prensa nacional, en todas sus manifestaciones, tanto radial como televisiva,, benefició a determinados candidatos políticos, los cuales representaban sus intereses (ya sean estos políticos o económicos, entre otros), mientras que a otros no les brindó un mismo espacio de diálogo, por lo que no tuvieron las mismas posibilidades durante todo el proceso electoral. Ello generó cambios en la voluntad de voto de diferentes ciudadanos.									
3.- ¿Considera Ud. que hubo monopolización en los medios de comunicación durante las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.	Rpta.- Sí, hubo monopolización en todos sus extremos, en todos los medios de comunicación, tales como televisivo, radial y escrito, direccionado a partidos políticos que tienen la	Rpta. - No existió propiamente un monopolización de los medios de comunicación. No obstante, si se presentaron situaciones parciales relativos a ellos. Es decir, que los medios de comunicaci	Rpta. – En realidad, si bien considero que existe una monopolización de los medios de comunicación por el Grupo El Comercio, no creo que las elecciones presidenciales del año 2021 se hayan	Rpta. - Sí, existió una monopolización de los medios de comunicación, lo cual conllevó a que se defiendan intereses específicos de ciertos candidatos.	Rpta.- En las elecciones presidenciales del año 2021 se manifestó una posición mayoritaria de los medios de comunicación, los cuales se inclinaron a favorecer a determinada candidatura, lo que se generó por la monopolización que existe en este medio.	Rpta.- Sí existió monopolización en los medios de comunicación, ya que aquellos representaban específicamente una determinada posición política, la cual pertenecía a los altos mandos.	Rpta.- Sí, la monopolización se visualizó al momento en que coincidieron los medios de comunicación en la defensa de un interés específico.	Rpta.- No considero que se haya presentado una monopolización. Por el contrario, se manifestó una manipulación. Lo que también se pudo ver fue una confluencia de posiciones coincidente	Rpta.- Sí existió. Hubo un seguimiento de la misma posición política de determinados candidatos por parte de los medios de comunicación..	Rpta.- Sí se presentó esta monopolización, puesto que los medios hicieron eco de determinados candidatos que representaban su posición política.

		hegemonía económica en nuestra sociedad peruana solamente con la finalidad de pagar favores políticos a partidos enquistados en el poder que siempre quieren gobernar, siempre buscando emplear la demagogia	ón se inclinaron a favorecer determinado interés político.	determinado por ellos. Por el contrario, los intereses eran compartidos por las mayorías de medios					s en los medios de comunicación.		
	REDACCIÓN DE LA DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS DE LA TERCERA INTERROGANTE.	Haciendo referencia a nuestra tercera interrogante, debemos mencionar que se manejaron dos posiciones. Por una parte, se encontró que Huamani, Rosas, Basilio, Arbi, Huamán, Pérez & Yangali (2022) sostuvieron que, dentro de las elecciones presidenciales del año 2021, se manifestó una monopolización de los medios de comunicación, situación que provocó el apoyo uniforme o mayoritario hacia determinados candidatos o grupos políticos, mientras que, a otros, los dejaron de lado. En otra línea, Laura, Javier & Montero (2022) estiman que, propiamente, no se manifestó una monopolización, aunque este sí existe. Lo que en realidad ocurrió, refieren, es que se presentó una conformidad de opiniones en las esferas de los medios de comunicación, lo que, en apariencia, haría parecer de que se trata de una situación de monopolización.									
Objetivo específico 1: Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación	4.- ¿Considera Ud. que por medio de la influencia del poder de los medios de comunicación durante las elecciones	Rpta. – Sí se empleó la manipulación emocional, porque en estas últimas elecciones	Rpta. - Sí, puesto que, durante estas elecciones, se utilizó bastante propaganda que buscaban	Rpta. - En cierta medida, sí, pero lo que más se manifestó fue una manipulación mediática, guiada por la prensa nacional, la cual favorecía	Rpta. - Sí, debido a que los comerciales de campaña que realizaban los candidatos	Rpta. - Sí, existió un aprovechamiento de la edad del electorado, que claramente se componía de personas que	Rpta.- Efectivamente, ya que en las elecciones se manejaron diversas propagandas con la	Rpta.- Sí, ya que las noticias que mostraban los medios de comunicación eran muy	Rpta.- A pesar de que, de alguna manera, sí se manifestó esta manipulación, no es la	Rpta.- Sí, se aprovechan de que los electores eran jóvenes, por lo que	Rpta.- Sí, considero que sí existió una manipulación emocional, ya que esta era mostrada

respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021	presidenciales del 2021 se pudo contrastar la teoría de la manipulación emocional? Fundamente su respuesta.	la mayoría de votantes fueron jóvenes cumplidos de 18 años por la poca experiencia electoral, fueron manipulados siempre empleando la demagogia política, acompañado de promesas subjetivas que no van a cumplir siempre empleado en nuestro medio, más aún cerca a las elecciones generales.	sensibilizar a las personas, lo cual fue apoyado por los medios de comunicación, al brindar el espacio.	los intereses de determinados candidatos.	, eran apoyados por todos los medios de comunicación más influyentes. Estas propagandas, claro está, se encontraban referidos a contextos sensibles, que buscaban la empatía del votante.	apenas habían alcanzado la mayoría de edad. Sobre este punto, se buscó propuestas populistas, que tenían como objetivo generar la idea a los jóvenes de que realmente se podían cambiar las cosas del país, aunque en las prácticas las propuestas eran inviables.	finalidad de tocar la emocional de las personas, con el objetivo de conseguir votos.	sensibles, buscando recopilar los votos del electorado.	única, siendo la más resaltante la manipulación mediática.	era más sencillo calar en sus emociones con ciertas noticias.	en formas de propaganda, con objetivos claros de cambiar la opinión del electorado.	
	REDACCIÓN DE LA DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS DE LA CUARTA INTERROGANTE.	Al igual que la pregunta anterior, en esta cuarta interrogante se manifiestan dos posiciones. Por un lado, se tiene a Mamani, Laura, Rosas, Basilio, Arbi, Huamán, Pérez & Yangali (2022), quienes sostienen que sí existió una manipulación emocional en las elecciones presidenciales del año 2021, puesto que se contó con la participación de muchos jóvenes, a los cuales se les engañaba con propuestas populistas, debido a su falta de experiencia política. Por otra parte, se encuentran Javier & Montero (2022), quienes manifiestan que, en realidad, lo que se presentó fue más bien una manipulación mediática antes que una manipulación emocional, aunque reconocer que esta, de alguna manera, sí sucedió durante el proceso de elecciones.										
	5.- ¿Con respecto a la	Rpta. – Sí se	Rpta. - Sí, esta	Rpta. - Así es, se presentó una	Rpta . - La respuesta	Rpta . - Los medios de	Rpta.- Al contarse	Rpta.- Considero	Rpta.- Sí, estimo que	Rpta.- Sí, estimo que	Rpta.- Claro, esta	

<p>teoría de la manipulación personal cree Ud. que esta se encontró presente en la manipulación por parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.</p>	<p>encontró la manipulación personal por parte de los medios de comunicación al aprovechar dicho medio para influir en la decisión del votante, más aún en personas indecisas y no preparados políticamente inducidos y manipulados para determinar el voto que es un derecho fundamental constitutivo.</p>	<p>manipulación personal funcionó para que personas sin mucha experiencia en el ámbito político se inclinaran hacia determinada posición seguida por los medios de comunicación.</p>	<p>manipulación personal de los medios de comunicación, puesto que aquellos utilizaban a su favor la información que recolectaban, y lo distribuían de una manera que enajenara con los intereses, por lo cual se inclinaban hacia determinados candidatos, hacia los mismos que les brindaban mayor espacio de cobertura que otros.</p>	<p>es sí, ya que la manipulación personal fue una de las técnicas que utilizaron los medios de comunicación para favorecer determinada candidatura.</p>	<p>comunicación, usualmente, manipulan la información que llega a las personas, por lo que, en un ámbito de elecciones presidenciales, lo harán aún más. Dentro de estas manipulaciones encontramos a la personal.</p>	<p>con nuevas herramientas de comunicación, se puede disponer de una manipulación mucho más centrada en determinados campos. Es decir, que sí existió una manipulación personal.</p>	<p>que sí existió una manipulación personal dentro de las manipulaciones que se manejaron dentro de las elecciones por parte de los medios de comunicación.</p>	<p>este tipo de manipulación se manifiesta, ya que, la información distorsionada se centraba hacia determinados grupos sociales.</p>	<p>sí existió esta manipulación.</p>	<p>se manifestó de una manera clara frente a personas sin mucha experiencia.</p>
<p>REDACCIÓN DE LA DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS DE LA QUINTA</p>	<p>En relación con nuestra quinta pregunta, tenemos una posición sostenida por todos los entrevistados; es decir, una posición unánime. En ese sentido, Huamaní, Laura, Javier, Rosas, Basilio, Arbi, Huamán, Montero, Pérez & Yangali (2022), sostuvieron que los medios de comunicación, de manera frecuente, mantienen una modificación o un trato parcial acerca de la información que llega hacia los consumidores. Esta circunstancia, circunscrita a un ámbito de elecciones presidenciales, aumentará aún más, donde se tiene, precisamente, como herramienta de manipulación, a la personal, la cual se encontraría corroborada bajo estos procesos electorales, sin desmerecer los otros tipos de manipulación que se presentan.</p>									

INTERROGANTE.										
<p>6.- ¿Considera Ud. que ha existido una debida protección de la libertad del voto durante las elecciones presidenciales en nuestro país por parte de los medios de comunicación? Fundamente su respuesta.</p>	<p>Rpta. – No existió la debida protección, por los medios de comunicación en general trabajaron direccionados políticamente por los intereses y acuerdos creados a su conveniencia para favorecer a sus propias áreas empresariales de conveniencia con fines personales de los grandes empresarios, que monopolizan los alimentos de primera necesidad.</p>	<p>Rpta. - Los medios de comunicación son importantes para el desarrollo de la democracia, por lo que, a pesar de que, en la actualidad, mantengan un esquema refutable, son necesarios para mejorar la libertad del voto.</p>	<p>Rpta. - Los medios de comunicación, a lo largo de la historia, se han encargado de someter a su discreción la información, por lo que, en épocas de elecciones presidenciales, esto ha provocado que no se proteja la libertad del voto.</p>	<p>Rpta. - A pesar de que, en teoría, la libertad del voto deba ser protegida por los medios de comunicación, en la realidad se patentiza, lo contrario.</p>	<p>Rpta. - La libertad de voto se encuentra en riesgo por la falta de imparcialidad que debe manifestarse en las actividades de los medios de comunicación.</p>	<p>Rpta.- Estimo que no ha sido protegido de una manera completa, pero esto no debe quitar la importancia que manejan los medios de comunicación dentro de una sociedad.</p>	<p>Rpta.- No ha sido garantizado. Por el contrario, se la ha intentado vulnerar.</p>	<p>Rpta.- Hubo intentos de protección, los cuales no fueron satisfactorios, por lo que no se ha garantizado por los medios de comunicación.</p>	<p>Rpta.- La manipulación que maneja la prensa nacional impide la protección a esta libertad del voto.</p>	<p>Rpta.- Según sus actuaciones recientes y antiguas, esta no se garantiza en lo absoluto, lo contrario.</p>
REDACCIÓN DE LA DESCRIPCIÓN	<p>En conformidad con nuestra sexta interrogante, podemos manifestar que tanto Huamaní, Javier, Rosas, Basilio, Huamán, Montero, Pérez & Yangali (2022) sostuvieron que la protección de la libertad de voto no se encuentra asegurada con los medios de comunicación, puesto que estos, a diferencia de lo que debería suceder y se recoge en la teoría, han adoptado una función parcial, siguiendo determinados intereses</p>									

<p>Objetivo específico 2: Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.</p>	<p>N DE RESULTADOS DE LA SEXTA INTERROGANTE</p>	<p>políticos y económicos. En otra línea, se tiene a Laura & Arbi (2022), quienes reconocen que los medios de comunicación son importantes para el desarrollo de la vida democrática de un país, por lo que, a pesar de que, en teoría, no se mantenga un buen esquema, deberían seguir manteniéndose.</p>									
	<p>7.- ¿Considera Ud. que en las elecciones presidenciales existen espacios adecuados de promoción del derecho fundamental del voto en función de lo previsto por la teoría de la información cultural del público?</p>	<p>Rpta. – Sí existen espacios adecuados de promoción, puesto que el medio de comunicación es el medio preponderante para informar a la masa poblacional; en su mayoría de veces, de manera subjetiva, solamente lo realizan para dar cumplimiento.</p>	<p>Rpta. - Claro que sí, ello se denota con la prensa nacional, la cual tiene cobertura en todo el territorio del Perú.</p>	<p>Rpta. - Se presenta una diversidad de medios de comunicación que se presentan en todos los sectores del país. A pesar de que se mantenga una estructura parcial, ello no quiere decir que no exista información en todo el territorio nacional.</p>	<p>Rpta. - En la teoría sí, pero en la práctica no, puesto que los medios de comunicación vienen a favorecer la información, pero también se debe considerar que esta no siempre será del todo veraz,</p>	<p>Rpta. - Solamente en la teoría, ya que la prensa nacional, si bien alcanza gran cobertura hacia los votantes, no siempre actuará de una manera imparcial.</p>	<p>Rpta.- Sí, puesto que la prensa llega a todos los espacios del Perú.</p>	<p>Rpta.- Claro, ya que existe una diversificación de la información</p>	<p>Rpta.- Sí, por dos motivos. Por un lado, se tiene a su extensión en todo el país y, por el otro, sus diversas formas para llegar a los ciudadanos</p>	<p>Rpta.- Sí, ya que los medios de comunicación tienen una extensión amplia, la cual llega a todos los ámbitos del Perú.</p>	<p>Rpta.- En un ámbito abstracto, sí, pero de una manera empírica esta promoción no se manifiesta.</p>
<p>REDACCIÓN DE LA DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS DE LA SEPTIMA INTERROGANTE.</p>	<p>En relación con nuestra séptima pregunta, tenemos una posición mayoritaria, compuesta por Huamaní, Laura, Javier, Arbi, Huamán, Montero & Pérez (2022), quienes sostienen que dentro de las elecciones presidenciales sí se manifiesta una promoción del derecho fundamental del voto, atendiendo a la teoría de la información cultural del público. Ello se patentiza cuando se manifiestan espacios en todo el territorio nacional, tales como los medios de comunicación. En otra línea, se tiene a Rosas, Basilio & Yangali (2022), los que mantienen un posición más empírica, refiriendo que en la teoría sí se cumple la teoría, pero no en la práctica, puesto que los medios de comunicación no siempre actúan en conformidad con la imparcialidad.</p>										

<p>8.- ¿Cuáles son las características de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación en las coyunturas de elecciones presidenciales? Fundamente su respuesta.</p>	<p>Rpta. – Utilizan los medios televisivos, radiales y escritas y toda la coyuntura política a favor de los partidos políticos, generalmente opositores para poder concientizar a la masa poblacional hasta cierto punto, ofreciendo dádivas y promesas empleando demagogia política a la masa poblacional que no está preparada culturalmente, ni mucho menos políticamente.</p>	<p>Rpta. - Las principales vienen a ser las siguientes: posición a favor de determinado candidato o partido político; generar espacio hacia determinados candidatos, mientras que no para otros, entre otros.</p>	<p>Rpta. - Una de las características principales que se manifiestan en la manipulación de los medios de comunicación viene a ser la manifestación de ciertos espacios de cobertura para algunos grupos políticos, mientras que a otros no les generan la misma oportunidad.</p>	<p>Rpta. - En el 2021, se visualizó una posición marcada hacia ciertos candidatos, mientras que no hacia otros. Ello se demostró al considerar el tiempo de cobertura entre uno y otro.</p>	<p>Rpta. - El año pasado se demostró una inclinación de la mayoría de los medios de comunicación hacia determinados partidos políticos. Estos eran visualizados de una manera más correcta, mientras que esta prensa trataba de "hundir" a los otros partidos políticos.</p>	<p>Rpta.- Principalmente, encontramos el favorecimiento hacia algunos candidatos.</p>	<p>Rpta.- Entre ellas, la más importante es la extensión de tiempo que presentan ciertos candidatos con relación a otros.</p>	<p>Rpta.- Entre las diversas características, podemos encontrar dos: la amplitud al abarcar determinadas noticias de ciertos candidatos, y, la parte contrapuesta, la poca amplitud hacia determinados candidatos.</p>	<p>Rpta.- De algo que no se habla mucho viene a ser la poca cobertura que se le brinda a los políticos que no representan sus intereses.</p>	<p>Rpta.- Podemos tener a las noticias que favorecen a los políticos.</p>
<p>REDACCIÓN DE LA DESCRIPCIÓN DE</p>	<p>En respuesta a nuestra penúltima interrogante, de manera unánime, Huamaní, Laura, Javier, Rosas, Basilio, Arbi, Huamán, Montero, Pérez & Yangali (2022) sostienen que la principal característica de la manipulación de la información de parte de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales se refiere a la amplia cobertura que se le brinda a determinados partidos políticos o candidatos, por sobre otros. Además de ello, otra característica también se encontraría referida a la elección de una posición específica, la cual colindaría con</p>									

	RESULTADOS DE LA OCTAVA INTERROGANTE.	determinada posición de un candidato. De manera contraria, estaría aquella poca cobertura que se le brinda a los grupos políticos que no representan los intereses de los medios de comunicación.									
	9. ¿Considera que la manipulación de la información influyó sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021? Fundamente su respuesta.	Rpta. – Sí se influyó mucho por la diferencia de clases sociales políticamente en nuestro país, siempre el monopolio, la anarquía de los partidos políticos de antaño que siempre nos quieren gobernar siempre empleando la demagogia, la manipulación por intermedio de los medios de comunicación subjetiva.	Rpta. - Sí, influyó en gran medida, debido a que esta manipulación de información era aprovechada para satisfacer determinada posición política de un candidato o grupo político, lo que vulnera el derecho a la información imparcial, llevando a una vulneración al derecho al voto.	Rpta. - Sí tuvo una influencia, ya que el voto no era sostenido por información imparcial, al mantener un favoritismo hacia determinado candidato por parte de los medios de comunicación.	Rpta. - Sí tuvo una gran influencia, puesto que el derecho fundamental del voto se encuentra determinado, a su vez, por la información imparcial que ingresa en la mente de los electores, situación que no se sostuvo al contar con un favoritismo.	Rpta. - Sí, el derecho se vio vulnerado, puesto que los medios de comunicación se encontraban con una posición específica hacia determinados candidatos, situación que no garantizó la imparcialidad.	Rpta.- Estimo que tuvo una gran influencia, pero no fue determinante, ya que el voto final le pertenece al ciudadano.	Rpta.- Sí, ya que la influencia que manejan los medios de comunicación vienen a ser, en diversas situaciones, determinantes.	Rpta.- Claro que sí, ya que existe una confianza hacia los medios de comunicación, por lo que la información que se maneje aquí será en muchas circunstancias determinante para el electorado.	Rpta.- Por supuesto, a pesar de no ser determinante, siempre tendrá una gran influencia.	Rpta.- En realidad, el voto lo deciden los ciudadanos, por lo que al final de cuentas la manipulación solamente tendrá una influencia indirecta.
REDACCIÓN DE LA	En relación con nuestra última interrogante, contamos con una conformidad unánime. En ese sentido, Huamaní, Laura, Javier, Rosas, Basilio, Huamán & Montero (2022) sostienen que la manipulación de la información tuvo una influencia determinante sobre el derecho										

DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS DE LA NOVENA INTERROGANTE.	fundamental del voto durante las elecciones presidenciales del año 2021, debido a que la información no pudo ingresar de una manera imparcial en el conocimiento de los electores, los cuales sufrieron, en consecuencia, variaciones en el voto, lo que vulnera el derecho. En otra línea, Arbi, Pérez & Yangali (2022) estiman que, por el contrario, la decisión del electorado no se encuentra sometida a lo que publican los medios de comunicación. Es decir, que su influencia será indirecta, pero no determinante.
------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Anexo 18. Guías de análisis documental

GUÍA DE ANÁLISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

TÍTULO DE LA TESIS	Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú.
OBJETIVO GENERAL	Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021
AUTORA	Evelyn Mallqui Inga

FUENTE DOCUMENTAL	Razvan Vlaicu (2021). <i>¿Las redes sociales están transformando las elecciones en América Latina?</i> En: Blog Inter-American Development Bank. https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/las-redes-sociales-estan-transformando-las-elecciones-en-america-latina/
CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	Las nuevas herramientas de comunicación son poderosas de otra manera. Permiten personalizar los mensajes políticos a diferentes segmentos del electorado. Esto es lo que se conoce como micro focalización, una estrategia de marketing que utiliza datos detallados sobre los intereses individuales para influir en el comportamiento de compra. Aunque pueden ser inofensivas cuando las utilizan candidatos que comparten información verificada, estas capacidades pueden caer en manos de grupos con identidades ocultas para difundir deliberadamente desinformación buscando manipular la opinión pública. Según un informe de Freedom House de 2019, de los treinta países que celebraron elecciones o referendos el año anterior, veintiséis sufrieron interferencias electorales digitales.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	Como se puede desprender del texto citado, las nuevas herramientas de comunicación favorecen, en algunas situaciones, de una manera negativa a las elecciones de todo tipo, incluido las presidenciales. Es decir, que, con la nueva tecnología, se hace más factible que las personas puedan ser manipuladas, ya que su opinión se vería muchas veces en contradicción con esquemas específicos de noticias falsas, que estuvieron diseñadas, precisamente, para ello.
CONCLUSIÓN	Las nuevas herramientas de comunicación suponen un problema mayor en las elecciones presidenciales, puesto que van a permitir una difusión más específica de, por ejemplo, noticias falsas, los cuales viciarán la opinión pública.

GUÍA DE ANÁLISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

TÍTULO DE LA TESIS	Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú.
OBJETIVO GENERAL	Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021
AUTORA	Evelyn Mallqui Inga

FUENTE DOCUMENTAL	Lenna, Paola (2019). <i>Manejo mediático, discursos políticos y sus implicancias sobre el derecho a la información</i> [Tesis para optar Grado de Magíster, Universidad Andina Simón Bolívar].
CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	<p>La prensa amarilla y sensacionalista peruana, llamada coloquialmente “prensa chicha”, ha sido una herramienta de propaganda política utilizada sobre todo durante los últimos años del gobierno de Alberto Fujimori y manejada clandestinamente, desde las inmediaciones del Servicio de Inteligencia Nacional (SIN).</p> <p>(...)</p> <p>Después de su reelección, el presidente Fujimori tuvo que buscar medios para contrarrestar el descontento que iba en aumento debido al enfriamiento de la economía a causa del excesivo gasto público en la campaña electoral: la medida escogida fue en una serie de diarios sensacionalistas con una clara tendencia pro-gobierno, tales como La Chuchi (1996), El Chato (1998), El tío (1998), Más (1999), El Men (1999), entre los más importantes</p>

ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	Como se puede desprender del texto citado, no es reciente la influencia que tiene la manipulación mediática dentro de las elecciones presidenciales. Por el contrario, estas se visualizan, por ejemplo, también en la época de Alberto Fujimori, quien, como presidente, utilizó los medios de comunicación para ayudar a su reelección, así como para difamar a los demás candidatos y, con ello, conseguir más sencillamente la reelección mencionada.
CONCLUSIÓN	Se puede deducir del trabajo citado que la manipulación mediática dentro de las elecciones presidenciales no se presenta, solamente, en el siglo XXI, sino que viene desde mucho antes. Por ejemplo, desde la época de Alberto Fujimori, donde este personaje utilizaba los medios de comunicación para favorecer su reelección.

GUÍA DE ANÁLISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

TÍTULO DE LA TESIS	Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú.
OBJETIVO GENERAL	Analizar de qué manera la manipulación mediática afectó las elecciones presidenciales del 2021
AUTORA	Evelyn Mallqui Inga

FUENTE DOCUMENTAL	Gertin Barture, Rafael Edward (2020). <i>La comunicación política 2.0 por redes sociales en relación a la construcción de consciencia ciudadana, durante la elección municipal de Lima – 2018</i> [Tesis para optar Grado de Magíster, Universidad San Martín de Porres].
CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	<p>La etapa post fujimorista se vio marcada por una forma distinta de hacer política, fue a partir de ahí que los medios de comunicación jugaron un papel mucho más importante y con la llegada del internet y de las redes sociales surgieron nuevas necesidades y nuevos públicos a los cuales tratar de convencer con nuevas herramientas que ofrece las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC).</p> <p>Actualmente la sociedad se ha convertido en una sociedad donde las Redes Sociales son las plataformas favoritas de los principales agentes políticos para la transmisión de mensajes, los cuales se vuelve más intensos en épocas electorales.</p>

ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	Según se colige del texto citado, a partir de la etapa fujimorista los medios de comunicación comenzaron a tener gran repercusión dentro del campo de las elecciones presidenciales, así como de las elecciones en general. Esta situación, sin embargo, ha evolucionado en nuestros tiempos, donde las herramientas informativas llegan a más número de personas de una forma específica. En ese sentido, estas nuevas herramientas vendrían a cumplir el papel que antes cumplían los tradicionales medios de comunicación, en la manipulación mediática, siendo utilizado por diversos candidatos.
CONCLUSIÓN	Las nuevas herramientas informáticas cumplen, en muchos casos, la función que ejercían los medios de comunicación tradicionales, en relación con la manipulación mediática dentro de las elecciones presidenciales.

GUÍA DE ANÁLISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

TÍTULO DE LA TESIS	Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú.
OBJETIVO ESPECÍFICO 1	Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.
AUTORA	Evelyn Mallqui Inga

FUENTE DOCUMENTAL	Vásquez Muñoz, Tania Celina (2018). <i>Libertad de expresión y comunicación electoral, vías para un modelo deliberativo</i> . Justicia Electoral, N° 15, Cuarta Época, Vol. 1, p. 245-277.
CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	En los tiempos electorales hay una vinculación más estrecha entre la libertad de expresión, los medios de comunicación y el debate público. No hay un momento del proceso electoral desligado del desarrollo discursivo, pero, sobre todo, de la difusión mediática. Sin embargo, es pertinente distinguir que las vías tomadas por el régimen político abonan o inhiben la relación mediático-electoral. Basta pensar que un modelo totalitario —aun con elecciones libres— no facilitaría la pluralidad de voces en los medios de comunicación y, en ese caso, la opinión pública influiría en la calidad de la información que llega a los votantes.
ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	Del texto citado, se comprende que existe una relación cercana entre la libertad de expresión y los medios de comunicación. En ese sentido, aquellos, bien siempre se encuentran relacionados, tendrán una mayor cercanía cuando se presentan los procesos electorales, debido a su influencia sobre los votantes. En consecuencia, la libertad de voto se verá afectada por el poder que ejercen aquellos. No obstante, la situación específica determinará si esta influencia es positiva o negativa.

CONCLUSIÓN

Existe una relación entre los medios de comunicación y la libertad del voto, situación que se patentiza aún más durante las épocas electorales, donde el poder que ejercen aquellos determina en gran medida la posición de los votantes.

GUÍA DE ANÁLISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

TÍTULO DE LA TESIS	Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú.
OBJETIVO ESPECÍFICO 1	Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.
AUTORA	Evelyn Mallqui Inga

FUENTE DOCUMENTAL	Holgado Gonzáles, María (2019). <i>El papel de los medios de comunicación en la campaña electoral</i> . Ámbitos, Revista Andaluza de Comunicación, N° 10.
CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en el funcionamiento del sistema democrático, especialmente durante la campaña electoral, proporcionando la información necesaria para que los ciudadanos ejerzan su derecho al voto de forma libre y racional. Algo que no escapa a los partidos políticos, que encuentran en los medios, sobre todo en la televisión, el cauce idóneo para hacer llegar a los ciudadanos su mensaje y dar a conocer a sus líderes. El Estado, en este punto, tiene que garantizar la igualdad de oportunidades de todas las formaciones que concurren a las elecciones imponiendo la neutralidad y el respeto al pluralismo político en la información electoral.
ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	Del fragmento citado, se colige que los medios de comunicación juegan un papel importante dentro del panorama de las elecciones electorales, puesto que van a ayudar a que se genere, de manera democrática, un voto informado de una forma neutral, puesto aquellos deben mantener sus estándares de actividad dentro de los cursos imparciales.

CONCLUSIÓN	Se presenta una influencia del poder de los medios de comunicación sobre la libertad del voto, la cual, en la teoría, va a permitir que los ciudadanos ejerzan su derecho de una manera libre e informada.
-------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

GUÍA DE ANÁLISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

TÍTULO DE LA TESIS	Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú.
OBJETIVO ESPECÍFICO 1	Analizar la influencia del poder de los medios de comunicación respecto a la libertad del voto en las elecciones presidenciales del 2021.
AUTORA	Evelyn Mallqui Inga

FUENTE DOCUMENTAL	<p>Pereda, David (2021). <i>Perciben que medios de comunicación favorecen candidatura de Keiko Fujimori</i>. En: Diario La República, Política. https://larepublica.pe/elecciones/2021/05/17/elecciones-2021-perciben-candidatura-de-keiko-fujimori-como-favorecida-por-medios-de-comunicacion-pltc/</p>
CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	<p>Cerca de la mitad de los ciudadanos percibe que los principales medios de comunicación del país están favoreciendo la candidatura presidencial de Keiko Fujimori, según muestra la última encuesta telefónica de representación nacional del Instituto de Estudios Peruanos (IEP), una investigación realizada para el diario La República.</p> <p>El estudio, que consultó a la población del jueves 13 al sábado 15 recientes, detecta el alcance de varias opiniones en el país con márgenes de error de 2,8 puntos encima y debajo de cada resultado de nivel nacional.</p> <p>Aproximadamente un 59% de los peruanos advierte que los principales canales de televisión, emisoras de radio y periódicos nacionales favorecen una de las candidaturas en carrera por llegar al gobierno. Es decir, es claramente mayoritaria la percepción de que esta prensa beneficia a una de las postulaciones presidenciales.</p>

ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	Del texto citado, se puede desprender que existe una percepción negativa de la influencia de los medios de comunicación hacia la libertad del voto. Esto se demostraría cuando aquellos realizan publicaciones parciales, las cuales tienden a favorecer a determinado candidato de su preferencia, lo que conllevaría a que las personas no mantengan una información totalmente verídica, por lo que verían viciado su libertad del voto.
CONCLUSIÓN	Existe una relación entre el poder que ejercen los medios de comunicación en relación con la libertad del voto en las elecciones presidenciales. No obstante, esta situación es percibida de una manera negativa por la ciudadanía; es decir, que la población considera que este poder no está siendo utilizado imparcialmente.

GUÍA DE ANÁLISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

TÍTULO DE LA TESIS	Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú.
OBJETIVO ESPECÍFICO 2	Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.
AUTORA	Evelyn Mallqui Inga

FUENTE DOCUMENTAL	National Democratic Institute; International Republican Institute & Stanford Internet Observatory (2021). <i>Combatiendo la manipulación de información: Un manual para las elecciones y posterior a ellas</i> . En: Creative Commons Attribution-ShareAlike 2.0. Generic.
CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	La manipulación de información casi siempre ocurre tanto en línea como fuera de línea: la televisión, la radio, los medios impresos, la academia y otros aspectos del ecosistema de la información pueden estar involucrados. Por ejemplo, los periodistas o los medios de comunicación pueden ampliar el contenido creado como parte de una campaña de manipulación de información si ese contenido ha sido compartido por una figura política importante, o si es particularmente sensacionalista y es probable que atraiga al público. Un actor sofisticado que se dedica a la manipulación de información puede captar medios de comunicación destacados o conceder subvenciones a entidades de investigación para producir análisis que respalden sus objetivos.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	La información que otorgan los medios de comunicación no siempre es verídica, o vistas desde una perspectiva con miras a la verdad y no a la alteración y la manipulación de la información. En ese sentido, del texto citado, se concluye que, por ejemplo, una noticia puede llegar a ser manipulada, como son los casos de las noticias sensacionalistas. Es decir que, a pesar de que una propuesta en la realidad no pueda ser ejecutada, los medios de comunicación le dan un buen respaldo, con el objetivo de apoyar a determinada candidatura.
CONCLUSIÓN	Se presenta una gran influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental al voto, puesto que este se vería “engañado”, al no contarse con noticias con perspectivas verídicas, o que tiendan hacia la objetividad, como es el caso de las noticias sensacionalistas.

GUÍA DE ANÁLISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

TÍTULO DE LA TESIS	Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú.
OBJETIVO ESPECÍFICO 1	Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.
AUTORA	Evelyn Mallqui Inga

FUENTE DOCUMENTAL	Casas Favela, Consuelo Lizbeth; Duarte Carranza, José Ramón & Arreola Cháidez, Arreola (2015). "Medios de comunicación: su influencia en las elecciones en Durango". En: <i>Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa</i> .
CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	Podemos concluir que los medios de comunicación como instrumentos de información tienen poca influencia en los votantes, sin embargo, podemos destacar la televisión y el internet como los más utilizados, entre las razones que destacan es que la información se da de manera más clara, le permite al electorado conocer mejor las propuestas, no se censura la información, sin embargo, también los consideran como medios en donde se puede manipular la información
ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	En un inicio, los medios de comunicación no tendrían una influencia notable en los votantes. No obstante, si se habla de la televisión y el internet, sí se contaría con una mayor posibilidad de que la manipulación de información venga a influir sobre el voto, ya que son plataformas muy diversificadas en la actualidad.

CONCLUSIÓN	La manipulación de la información influye de una manera negativa sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones electorales, siendo los medios más utilizados la televisión y el internet, al contar con mayor número de usuarios.
-------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

GUÍA DE ANÁLISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

TÍTULO DE LA TESIS	Manipulación mediática y derecho al voto en las elecciones presidenciales 2021 en Perú.
OBJETIVO ESPECÍFICO 1	Analizar la influencia de la manipulación de la información sobre el derecho fundamental del voto en las elecciones presidenciales del 2021.
AUTORA	Evelyn Mallqui Inga

FUENTE DOCUMENTAL	Calderón, Andrés. <i>¿El fin justifica a los medios?</i> En: Diario El Comercio. https://elcomercio.pe/opinion/columnistas/elecciones-2021-prensa-el-fin-justifica-a-los-medios-por-andres-calderon-noticia/
CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	Considero válido que un medio de comunicación tenga espacios de opinión y que, a través de ellos, se canalice, con transparencia, su postura editorial. También comprendo que, en el quehacer periodístico, una persona no se pueda librar completamente de sus inclinaciones y estas se vean ocasionalmente reflejadas en una entrevista o el comentario a una noticia. El problema ocurre cuando la opinión se confunde con la información, y cuando la oblicuidad circunstancial se convierte en rectitud propagandística.
ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA FUENTE DOCUMENTAL	Del fragmento citado, se deduce que los medios de comunicación tienen gran influencia dentro del voto del electorado. Esta situación, no obstante, debe mantenerse reglado, puesto que una diversificación negativa de esta influencia puede traer grandes repercusiones, tanto para la sociedad como para los mismos medios de comunicación.

CONCLUSIÓN	La manipulación de la información influye sobre el derecho fundamental del voto de los ciudadanos en las elecciones electorales. No obstante, ello debe reglarse, para que los medios de comunicación puedan emitir opiniones, pero también guiándose desde un plano imparcial.
-------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, VILDOSO CABRERA ERICK DANIEL, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de DERECHO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis Completa titulada: "MANIPULACIÓN MEDIÁTICA Y DERECHO AL VOTO EN LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES 2021 EN PERÚ.", cuyo autor es MALLQUI INGA EVELYN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 13 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VILDOSO CABRERA ERICK DANIEL DNI: 09949028 ORCID: 0000-0002-0803-9415	Firmado electrónicamente por: EVILDOSOC el 16- 11-2022 17:15:36

Código documento Trilce: TRI - 0439743