



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LAS
PORTADAS DE LOS DIARIOS EL COMERCIO Y LA REPÚBLICA
EN EL CASO: ATENTADO DE TARATA EN LIMA, DEL 17 AL 20 DE
JULIO DE 1992.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIATURA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTORA:

CHÁVEZ CÁRDENAS, GRACIELA

ASESOR METODOLÓGICO:

MG. CÉSAR SMITH CORRALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

“PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA”

LIMA, PERÚ

2016-I

I. INTRODUCCIÓN

Los medios impresos en la actualidad no solo son medios cargados de información, hechos o acontecimientos para ser plasmado en noticias, sino fuentes de gran manejo en cuanto a la información, y más si se tratan acontecimientos relevantes para la sociedad. Es por ello que vienen siendo objeto de estudio para profesionales en las Ciencias de la Comunicación y afines a la misma. La prensa escrita en su afán de informar, pierde la objetividad por el tratamiento a la información, debido a que recurre a distintos elementos empleados en sus titulares, los cuales serán plasmados dentro de sus portadas.

Es así que nace el interés por investigar y analizar el tratamiento periodístico de la información que le dan los medios, en este caso la prensa escrita.

Como antecedentes se seleccionó investigaciones que conciernen a la presente tesis, las cuales validan lo expuesto, para la cual se cuenta con:

La tesis “Medios de Comunicación en Conflictos Socio-ambientales: Tratamiento Periodístico del Conflicto Socio-ambiental Quellaveco”. Elaborada por Huamán (2012) en la Universidad Católica del Perú. Tuvo como objetivo el describir el análisis del tratamiento periodístico, siendo analizados los diarios La Región, La República (edición Sur) y radio Americana (Moquegua), durante el periodo de marzo y abril de 2011, los cuales cumplieron un rol importante en la concepción y construcción de opinión pública del conflicto, donde debería tener mayor atención por parte de las autoridades que tratan de mediar los conflictos. Tomando el diario La Razón debido a que es el diario con mayor acogida en Moquegua y es quien ha visibilizado gran parte de las noticias de Quellaveco.

Además del, “Análisis del Tratamiento Sobre el Caso de Despido del Ex Ministro de Salud Fernando Barrios en las Portadas de los Diarios Perú 21 y La Primera desde el 23 de Noviembre del 2010 al 7 de Diciembre del 2010”. Elaborada por Guerra (2010) en la Universidad Cesar Vallejo Lima Norte. Tuvo como objetivo analizar el tratamiento periodístico de las portadas de los diarios “Perú 21” y “La Primera” en el caso del despido del ex Ministro de Salud Fernando Barrios. Llegando a la conclusión que la inclusión de las noticias ajenas al caso del Despido del Ex Ministro de Salud Fernando Barrios en las portadas de los diarios “La Primera” y “Perú 21”, distrajo la atención de la población con respecto a los sucesos que envuelven al

exministro. El medio no dio una información adecuada con respecto a la nota principal, motivo por el cual se resta importancia e interés para el lector.

A su vez, “Estudio de las Fotografías de las Portadas del Medio Impreso Nuestro Diario del 2010”. Elaborada por Alvarado (2010) en la Universidad San Carlos (Guatemala). Su objetivo general es estudiar la fotografía principal en las portadas del medio impreso Nuestro Diario. La conclusión a la que se llegó fue que el proceso de un tratamiento periodístico de investigación llega a determinar de manera verídica y descriptiva los elementos empleados en la fotografía de un medio impreso.

Finalmente, “El Tratamiento Periodístico que recibió el Referéndum Revocatorio en Bolivia: Una Comparación entre Clarín, La Nación y Página/12”. Elaborada por Mercado (2010) en la Universidad Nacional de la Plata (Argentina). Tuvo como objetivo el explicar desde que perspectiva teórica se abordó la investigación. Concluyendo que el análisis del tratamiento periodístico empleado en estos diarios, arrojó que fue acorde a las teorías, manuales y textos periodísticos.

Para esta investigación se utilizó la Teoría del Estructuralismo, la cual sostiene un enfoque en las ciencias humanas, la misma que sirvió para analizar el lenguaje a mediados del siglo XX. Es decir que toda materia representa un grupo de elementos unidos, que al desempeñarse de forma agradable da origen a su estructura.

Esta teoría fue iniciada por el suizo Ferdinand de Saussure, quien en su obra Curso de Lingüística General, desarrolla toda una teoría acerca de los signos, la semiología. “Establece una diferencia entre las palabras (*parole*), como unidades de habla y el lenguaje (*langue*), como el sistema que permite coordinar el habla como acto en sí (...). Es por ello, que no basta con conocer las palabras para entender el lenguaje, sino el sistema que hace comprensible el habla. Este sistema es, por tanto, la estructura del lenguaje” (Moragón Martínez, 2007, p. 4).

Asimismo, Saussure explica en su `Curso` que “El signo lingüístico funciona mediante oposiciones, ya que el significante se construye en contraposición a los demás incluidos en el sistema. De modo que esa estructura podría definirse como un sistema de diferencias y analogías (sistema binario de oposiciones). Y es esa

relación lo importante para el mismo, no los signos por sí mismos. La estructura hace que en definitiva, cualquier discurso sea comprensible” (2007, p. 5)

Es decir, el suizo define al signo lingüístico como una entidad psíquica la cual emplea dos elementos unidos de manera recíproca: la cual está definida por el significado (concepto) y el significante (imagen acústica).

De esta manera, dicha teoría se empleó para esta investigación de modo que mediante el análisis de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República”, separando el significante y el significado de cada uno de sus elementos se pueda entender el tratamiento periodístico, de tal manera se dé respuesta a sus objetivos para finalmente dar un resultado.

Para poder comprender el tratamiento periodístico, se debe de tener en cuenta los elementos que se emplean para la construcción de una información, es así, que para analizar las portadas de los diarios es necesario abordar lo que más resalta en ellas, como son el lenguaje en sus titulares, fotografías y el diseño y diagramación.

El escenario de estudio de este trabajo se basó en las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República”, en la ciudad de Lima. Mientras que por otro lado, el marco temporal se compone determinó a partir del 17 al 20 de julio de 1992, es decir el periodo de tiempo que se presentó el atentado de Tarata como titulares principales en los diarios.

Para entender la importancia del análisis del tratamiento de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992, es necesario contextualizar la realidad peruana vivida aquel entonces, correspondiente al primer gobierno del exmandatario Alberto Fujimori durante el periodo 1990-1995, en un marco de violencia e inseguridad político - social que generaron los grupos subversivos desde su aparición en la época de los años 80.

Ante ello, la Comisión de la Verdad y la Reconciliación señaló que “(...) La escala de violencia y terror se vio instigada por el golpe de Estado que el presidente Alberto Fujimori Fujimori dio contra la democracia el 5 de abril de 1992. Uno de los

argumentos de la ruptura del orden constitucional fue precisamente la lucha contra la subversión” (2003, p. 661).

Desde 1980, la actuación de los grupos subversivos Sendero Luminoso (SL) y el Movimiento Revolucionario Túpac Amaru (MRTA) sumergió al país en una crisis social y política. Como medida, el gobierno fujimorista entregó a las Fuerzas Armadas el control del orden interno en las zonas declaradas en emergencia, desencadenando así una guerra interna entre el Estado y los grupos terroristas. Sendero Luminoso fue el que trajo la lucha armada del campo a la ciudad, es ahí, cuando el 16 de julio de 1992 un comando del Partido Comunista del Perú, hizo estallar dos “coches bombas” en la calle Tarata del distrito de Miraflores, ocasionando la muerte de 25 y dejando heridas a más de 200 personas (2003, p. 637).

Cabe recordar que era la ofensiva más intensa desatada por el Partido Comunista Peruano (PCP) y Sendero Luminoso (SL) contra la capital, que incluía el asesinato selectivo de dirigentes sindicales como María Elena Moyano. Según Abimael Guzmán la guerra pasaba a una etapa de “equilibrio estratégico” que precedía a la destrucción del Estado y la captura definitiva del poder. Se había dado inicio al VI plan militar denominado “Construir la conquista del poder”, que orientaba las acciones subversivas hacia Lima.

Frente a este contexto, no podemos obviar la función de los medios de comunicación en cuanto al desempeño de las herramientas empleadas en el ejercicio del periodismo, tal y como lo menciona Fraser (como se citó en Gargurevich, 2002, p. 21), “El periodismo tiene cuatro principales razones de ser: informar, interpretar, orientar y entretener. Además realiza otras funciones importantes, como la circulación de avisos y la diseminación de un cúmulo de informaciones y comentarios que difícilmente encuadran en el concepto general de lo que es noticia”.

Es así, que para su correcto desempeño, dentro de un marco de violencia y caos social, existen códigos de ética que todo periodista debe manejar en función al ejercicio del periodismo, estipulado en el Código de Ética del Colegio de Periodistas

del Perú (como se citó en Calero, s.f., p. 167), “La difusión noticiosa no debe perturbar la moral, el orden ni la tranquilidad a que tiene derecho los receptores y el público en general”

El código de ética también menciona como presentar una noticia en sus portadas, el Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú (como se citó en Calero, s.f., p. 168), “No destacar sensacionalistamente los actos de violencia ni de terrorismo, de narcotráfico y otros delitos cuyos autores buscan notoriedad en lo que se escriba y se difunda. Limitarse a los hechos. Ser prudente con la información gráfica. Respetar la desgracia ajena. No estimular con la información ningún acto antisocial. Promover la solidaridad, no la compasión”.

Por otro lado, se determinó supuestos los cuales aportaron en la presente tesis. El supuesto general se refiere al tratamiento periodístico en las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992 presentaron distintos enfoques entre sí, en cuanto a la información brindada.

Del mismo modo se presentó tres supuestos específicos como fueron los titulares de las portadas mostradas en los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992, reflejaron el uso determinado de un lenguaje de acuerdo a una parte de la realidad. Seguidamente, la fotografía de las portadas en los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992, demuestran impacto visual por guardar relación con sus titulares y culminando con el diseño y diagramación de las portadas en los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992, se jerarquizan según la importancia que se le da a este hecho noticioso.

II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Aproximación Temática

En la actualidad, los medios de comunicación en especial la prensa escrita a través de diversos diarios informan sobre los sucesos que se vienen dando tanto fuera como dentro de nuestro territorio nacional.

Esto nos lleva a recordar los acontecimientos que tuvo que vivir el Perú en los años 80', época en la cual hicieron su aparición los movimientos subversivos, quienes empezaron la lucha armada frente a un Estado indiferente ante sus necesidades, la cual como consecuencia inicio una serie de ataques, generando violencia e inseguridad en Lima.

El informe dado por la Comisión de la Verdad y La Reconciliación revela que "La diversidad de ataques y mecanismos de propaganda, actos intimidatorios y coerción de los dirigentes llegaron al paroxismo con la violencia desatada entre 1989-1992, en donde la batalla final por el poder pasaba por la conquista de la Zona Centro, como centro económico y político de la nación. La zona Centro de Lima concentró, en 1992, la mayor cantidad de atentados de todo el país" (2003, pág. 466).

Es así como una breve síntesis acerca de los acontecimientos que se produjeron en los 90' mostradas por la prensa escrita, despierta el interés al análisis del tratamiento periodístico en las portadas de los diarios, los cuales sirvieron como nexo para plasmar en diversos titulares la información, con respecto al terrorismo suscitado en la capital.

El informe de La Comisión Interamericana de Derechos Humanos señala que "Marcando que la seguridad ciudadana se ve amenazada cuando el gobierno no cumple con su función de brindar protección ante el crimen y la violencia social, lo cual interrumpe la relación básica entre gobernantes y gobernados" (2009, párr. 2).

Frente al contexto de aquel entonces, es inevitable no poder traer a la memoria el caso del Atentado de Tarata, ocurrido en el distrito de Miraflores, debido a la explosión de dos coches bombas, el primero ocurrió al promediar las nueve de la

noche en el Banco Continental de aquel distrito. El segundo suscitó minutos después debido a que una camioneta que contenía una carga de 500 kilos de dinamita, explotó frente al edificio “Residencial” en el jirón Tarata, momento en el que diversas tiendas comerciales se encontraban repletos de público. (Caretas, 2003, p.139).

Este hecho, se dio durante el gobierno del expresidente de la República, Alberto Fujimori Fujimori, el cual al asumir su cargo, encontró que el gobierno saliente dejaba una política en quiebre, además de una economía inestable, lo cual aquejaban al pueblo peruano, a ello se suma a que el terrorismo se había expandido a la capital, a fines de la época de los 80', frente a ello la escritora y abogada Rai Kimura, menciona en su libro “Alberto Fujimori: el presidente que se atrevió a soñar” que “El expresidente Fujimori tuvo dos prioridades muy claras cuando tomó el gobierno en 1990. Siendo la primera una urgente necesidad de levantar la economía de su país y, la segunda, eliminar el terrorismo que se estaba desestabilizando al Perú y hundiéndolo poco a poco en un terrible caos social” (2005, p.77).

Ante este suceso, la prensa escrita fue quien alcanzó mayor impacto al plasmar en sus primeras planas o portadas tales sucesos, poniendo así la práctica del periodismo frente a un contexto subversivo. Así lo señaló, el periodista colombiano Gonzalo Ruíz Tovar, “Fue una cobertura con muchos adjetivos de repudio al atentado y al accionar en general de Sendero, los medios alternaron la forma noticiosa con muchas crónicas y amplio material fotográfico. Todos los diarios dedicaron amplios espacios a diferencia de cierta parquedad, con que se solía informar de los atentados en provincia”.

De esto se desprende el ejercicio del periodismo en función de su actividad de recoger, elaborar y difundir la información a través de la prensa.

Según Cerda, Mayorga y Amezcua en su libro “Taller de lectura y redacción 1”, definió al periodismo como una “Actividad de trascendencia social que permite resolver de manera periódica, oportuna y veraz la necesidad que tiene el hombre de saber qué pasa en su entorno y que repercute en su vida personal y colectiva” (2007, p.52).

Mientras que para Gargurevich (2002, p. 19), “En definición básica, instrumental y pedagógica, el periodismo es el oficio de recoger información, procesarla y difundirla. Tres fases que esconden detrás de las breves palabras que las describen, una enorme complejidad”.

Conociendo de esta manera lo que es el periodismo, no podemos omitir la base fundamental del periodismo en sí, es decir que debemos conocer las funciones que hacen un periodismo digno para la sociedad.

Según Fraser (como se citó en Gargurevich, 2002, p. 21), “El periodismo tiene cuatro principales razones de ser: informar, interpretar, orientar y entretener. Además realiza otras funciones importantes, como la circulación de avisos y la diseminación de un cúmulo de informaciones y comentarios que difícilmente encuadran en el concepto general de lo que es noticia”.

Comprendiendo lo antes mencionado se puede inferir que la noticia es una información veraz, oportuna y objetiva que pone en práctica el ejercicio del periodismo, para ello se hizo mención a la siguiente cita:

Según Levenberg (citado por Martini y Luchessi, 2004), la noticia es “Una construcción, pero es una construcción que tiene un anclaje en la realidad, por eso es una construcción. De algún lado salió algún dato, ocurrió algún hecho que después nosotros armamos como noticia” (p.108).

De esta manera, el fin del tratamiento periodístico en las portadas de los diarios, logró un análisis exhaustivo de las mismas, determinando el manejo de la información, desde el lenguaje empleado en los titulares, la fotografía, el diseño y diagramación, según decisión del medio frente a hechos que lograrán ser noticia.

Ante tal importancia, se analizó el tratamiento periodístico del atentado de Tarata en Lima, el cual ocupó portadas en los diarios “El Comercio” y “La República”, que se seleccionaron sin arbitrariedad alguna.

Asimismo, dentro de los medios impresos, las noticias toman fuerza, desde el momento que aparece en las primeras planas o portadas, cuya información es elaborada con el fin de informar los sucesos relevantes.

Frente a esto, se refiere a cómo las portadas de los diarios, son los principales vehículos de información para mostrar y revelar la noticia, tal como lo señala Aguado (citado por Berganza, Del Hoyo, Chaparro, 2011), el estudio de la primera página de los diarios es de tal relevancia para los medios impresos es así, que “La primera página, llamada portada, constituye la tarjeta de presentación del periódico, el escaparate o la vitrina, desde la que se intenta llamar la atención de la audiencia, ofreciéndole lo mejor de su contenido” (p.105).

Mediante el análisis de las portadas (titulares, fotografía, diseño y diagramación) se demostró como los medios trataron la información periodística de un mismo hecho ocurrido a inicio de los 90’.

Esto nos lleva al objeto de estudio de esta investigación, la cual analizó las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” desde el 17 al 20 de julio de 1992, en el caso: Atentado de Tarata, este hecho ocupó sus primeras planas o portadas, mostradas en una época en la que se encontraba como contexto el terrorismo.

Según Alvarado y Ruiz en su publicación “Humor, ironía y géneros textuales”, definen a los titulares como:

“La parte más visible e inmediata de una noticia; concretamente el titular de prensa de portada es el que contiene la información considerada como la más importante por la línea editorial de un periódico antes del cierre para su publicación. Del titular depende que el lector siga leyendo o no, que atraiga o no su atención, y que le interese o no la información. En definitiva, el título ocupó la doble función: Informar y atraer. En principio, el título resume el artículo y en ocasiones lo completa; y el periodista opta por destacar una dimensión u otra de la noticia. Desde el periodismo, el titular, es el elemento esencial de la estructura de la noticia y, desde la percepción del lector, recoge o debe recoger los elementos esenciales de la información. Lo que se conoce bajo el nombre de trascendencia informativa” (2013, p. 174).

Es así que en la estructura externa de la noticia – el titular logra un espacio importante, de tal manera que despierta el interés en los lectores para adentrarse en el cuerpo informativo.

De igual manera lo menciona Toledo (como se citó en Gargurevich, 2000) “Los titulares son lo que jala, son la parte vital del periódico” (p. 275).

Asimismo, las fotografías son pieza fundamental dentro de una portada, siendo los más llamativos e importante frente a un hecho noticioso.

Según Lynn, Rodrigo y Rosales en su publicación “Fotografía: Manual básico de blanco y negro”, señala que “En principio hay que entender que la realización de una imagen fotográfica responde a una necesidad de expresión del creador, así como a una necesidad de apropiación del entorno que lo rodea, además de comunicar, transmitir, emocionar, provocar, dejar huella, entre otros” (2007, p.141).

Por otro lado, Keene en su libro “Práctica de la fotografía de prensa”, menciona que “La fotografía es la narración de una historia en forma visual la cual abarca los diversos temas que pueden ser: deportes, cultura, política, etc” (1995, p. 120).

Del cual se desprende de acuerdo al género periodístico, las siguientes características:

Actualidad: La fotografía expuesta debe de reflejar el acontecimiento, este tiene que ser reciente y relevante; Objetividad: El hecho o suceso representado fotográficamente es una imagen fiable y cuidadosa, los cuales tienen que estar representados tanto en su contenido como en el tono; Narrativa: Aquí la imagen se refuerza con otros elementos informativos, los cuales la convierten comprensiblemente para los lectores de diversos niveles culturales; Estética: En ella la imagen mantiene el rigor de la estética fotográfica como la luz, encuadre, entre otros.

Asimismo, se tomó como objeto de estudio al análisis del tratamiento periodístico de las portadas dos diarios peruanos, como lo son “El Comercio” y “La República”, elegidos sin arbitrariedad alguna al momento de difundir las portadas de sus respectivos diarios en el marco de una guerra interna.

En ese sentido, consiguen un rol protagónico los medios impresos al abarcar dentro de sus portadas un hecho relevante, tales como “El Comercio” y “La República”, dos diarios de la época que ejercían la función del periodismo.

Diario “El Comercio”

El Comercio, es un diario peruano que a inicios del siglo XX se convirtió en el medio más influyente para el país. Imprime más de 100.000 ejemplares diarios. Se fundó

el 4 de mayo de 1839, bajo el mando la dirección de Alejandro y Aurelio Miro Quezada, el cual cuenta con un formato sabana, con una línea editorial derecha moderada, con una cobertura a nivel nacional. Tiene como competencia directa al diario “La República”. Dentro de sus secciones de interés cuenta con política, social, economía, cultural, internacional, espectáculos y deportiva. Bajo un costo de aquella época de dos nuevos soles, lo cual lo convierte en el segundo diario existente más antiguo y en el más importante del país y uno de los más antiguos de la lengua castellana. (El Comercio.pe (s.f.). Recuperado el 3 de mayo de 2015, de <http://elcomercio.pe/>).

Asimismo, este diario se inició en una etapa en la cual el país se encontraba en su auge, es decir con una estabilidad tanto política como social.

Según Gargurevich “La aparición del diario “El Comercio” coincide con el comienzo de una nueva etapa en nuestra historia, en la que se busca la estabilidad política, llegan capitales extranjeros y nuevas prácticas comerciales que harán posible la inserción del Perú en el capitalismo. Cuando se publica “El Comercio”, todavía gobernaba el mariscal Gamarra, que pocos meses después fue víctima de la brutal lucha por el poder” (2011, p.91).

Diario “La República”

“La República” es un diario peruano que nació hace 31 años, para ser más preciso un 16 de noviembre de 1981, teniendo como Director Fundador a Gustavo Mohme Llona, quien fue un político, empresario y periodista, el cual fallece el 23 de abril de 2000, víctima de un ataque al corazón. Actualmente el cargo de director es ocupado por su hijo, Gustavo Mohme Seminario. Este medio impreso pertenece al Grupo La República Publicaciones S.A.

Este diario guarda relaciones políticas de centro izquierda moderada, el cual a sus inicios se presenta con el formato berlinés pero decide cambiar al formato tabloide finales de la década de los 80. Asimismo el 1998 regresa al berlinés hasta el 2014 que retoma el tabloide. Finalmente, para noviembre del 2011 este medio impreso decide renovarse pasando nuevamente a su formato con el que se dio a conocer, es decir el berlinés. Su cobertura es a nivel nacional, dentro de sus secciones de interés cuenta con política, social, economía, cultural, internacional, espectáculos y

deportiva. Bajo el costo de un nuevo sol, (La Republica.pe (s.f.). Recuperado el 2 de mayo de 2015, de <http://larepublica.pe/>).

Para esta investigación es preciso considerar otros estudios relacionadas con el tema de fondo, para una visión más clara del panorama con respecto a los objetivos de la investigación. Se presentan una serie de temas de tesis similares a esta investigación. Se dividen en investigaciones nacionales e internacionales.

La investigación realizada por Edwin Iván Guerra, en el *Análisis de tratamiento periodístico en notas informativas del diario La República sobre terrorismo en el Vraem- operación libertad*. Lima, 2009, señaló que el diario “La República” realizó un tratamiento periodístico objetivo al enfatizar en una posición contraria a la exaltación de los actos terroristas y una propuesta de lucha por los derechos humanos, apreciando una labor interpretativa dedicada a informar los distintos ángulos de la noticia, anotando que en las dimensiones investigadas resaltaba ese factor de importancia por lo noticiable en el caso de “Operación Libertad”.

Siguiendo con la información, se puede deducir que el empleo y distribución de la información tratada por el medio, es muy concierne debido a que el fin de esta es ser muy precisos y claros, al momento de ser presentado al público.

Asimismo, se añadió una segunda investigación internacional de Ana Milena Fong Vega y Daniela Marcela Triana Arias, titulada *análisis comparativo del tratamiento periodístico dado por los medios impresos “El tiempo” y “El país” a la información relacionada con un hecho de carácter internacional: El terremoto en Haití del 2012*. Donde se menciona que el tratamiento periodístico suscitado tras al terremoto de Haití proyecta a los lectores de la imagen de un país azotado por la pobreza, la corrupción, política y las enfermedades venéreas como el síndrome de inmunodeficiencia adquirida (SIDA); un país al que los demás del continente americano han olvidado. Anotando que en las dimensiones investigadas resalte el factor noticiable en el caso del terremoto en Haití.

Por tal motivo se concluye que el análisis del tratamiento periodístico a las portadas logra tener mayor relevancia al analizar y contrastar dos diarios frente a un hecho noticioso para ambos.

2.2 Formulación del Problema

2.2.1 Problema General

¿Cómo se presentó el tratamiento periodístico en las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992?

2.2.2 Problemas Específicos

¿Cómo se presentó el lenguaje empleado en los titulares de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992?

¿De qué manera se presentó la fotografía en las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992?

¿Cómo fue el diseño y diagramación de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992?

2.3 Justificación

Frente a una época de terrorismo, suscitada en los años 80', con la aparición de grupos subversivos como Sendero Luminoso y el Movimiento Revolucionario Túpac Amaru, los cuales sumergieron al país en una crisis social y política, es necesario saber cómo se realizó el ejercicio de los medios de comunicación, en especial la prensa escrita en cuanto al manejo de la información frente a un suceso tan relevante y trascendental como fue el caso del Atentado de Tarata, suscitado dentro de un gobierno quebrado por la inseguridad y bajo el antecedente de un golpe de estado.

Por tal razón, podemos decir que la justificación se afianza en la necesidad de analizar la diferencia de enfoques de una misma noticia en las portadas de diarios, en julio de 1992, ya que como periodistas se debe cumplir siempre la función de velar por la transparencia y el bienestar de la sociedad.

Esto implica conocer el rol que tiene la prensa escrita al signar la propagación de los diversos actos terroristas reflejado en sus portadas que circulaban en aquella época.

El informe dado por la Comisión de la Verdad y La Reconciliación revela que “La diversidad de ataques y mecanismos de propaganda, actos intimidatorios y coerción de los dirigentes llegaron al paroxismo con la violencia desatada entre 1989-1992, en donde la batalla final por el poder pasaba por la conquista de la zona Centro, como centro económico y político de la nación. La zona centro de Lima concentró, en 1992, la mayor cantidad de atentados de todo el país” (2003, pág. 466).

Es así, que frente a un marco de violencia y caos, es difícil saber direccionar los ideales para el buen ejercicio del periodismo, por ello se debe tener presente los códigos de ética del periodista, para no caer en el afán de informar con la exacerbación del momento, ya que esto acarrearía un desconcierto en la sociedad.

De esta manera surgió el interés por investigar el análisis del tratamiento periodístico de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” (elegidos sin arbitrariedad alguna) en el caso: Atentado de Tarata en Lima del 17 al 20 de julio, para ello analizamos los días posteriores al suceso para un mejor análisis,

utilizando elementos de los titulares; como el lenguaje, la fotografía y el diseño y diagramación.

2.4 Relevancia

A lo largo de nuestra historia, es importante hacer mención de todo lo que ha causado el terrorismo en el Perú, desde sus inicios en provincias hasta su llegada a la capital limeña. Para conocer un poco más de estos sucesos, es inevitable no poder examinar los diversos medios, donde el más accesible para ese entonces después de la radio fue la prensa escrita, logrando plasmar la información dentro de sus portadas.

Para Violette Morin (1974), el tratamiento periodístico “Es el modo en que los medios impresos eligen la información; la transforma en imágenes y en texto, la ubican en páginas y la ponen en circulación” (p.23).

Esta investigación es relevante porque se logró contrastar el tratamiento periodístico de dos medios antagónicos como lo son “El Comercio” y “La República” en cuanto a un mismo acontecimiento, de acuerdo al uso de las herramientas periodísticas empleadas en sus portadas, y a su valor periodístico frente a un atentado terrorista.

Ante tal relevancia, el código de ética de periodistas del Perú, detalla que “La difusión noticiosa no debe perturbar la moral, el orden ni la tranquilidad a que tiene derecho los receptores y el público en general”. (Como se citó en Calero, s.f., p. 167).

2.5 Contribución

Esta investigación contribuye a las ciencias de la comunicación debido a que sus elementos analizados ayudaron a generar un conocimiento más avanzado en cuanto al tratamiento periodístico en medios impresos, frente a sucesos de relevancia y de envergadura, como fueron los atentados terroristas.

Asimismo, aporta en gran magnitud a los futuros comunicadores debido a que es importante saber y conocer a detalle cómo se mostró el tratamiento periodístico suscitado en aquella época para tener conocimientos previos ante futuros casos similares, puesto que generaría en ellos la iniciativa para la investigación periodística en cuanto al tratamiento de la información que realizan los diversos medios de comunicación con las noticias de coyuntura al mostrarlas en sus portadas.

Finalmente, servirá como precedente para futuros trabajos de investigación, debido a que no solo se analizan de manera independiente sino que se contrastan entre sí, logrando recabar mayor información en cuanto a sus principales elementos como son el lenguaje empleado en sus titulares, la fotografía y su diseño y diagramación.

2.6 Objetivos

2.6.1 Objetivo General

Analizar el tratamiento periodístico en las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992.

2.6.2 Objetivos Específicos

Analizar el lenguaje empleado en los titulares de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992.

Analizar la fotografía en las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992.

Describir el diseño y diagramación de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992.

2.7 Supuestos

2.7.1 Supuesto General

El tratamiento periodístico en las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992 presentaron distintos enfoques entre sí, en cuanto a la información brindada.

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Metodología

Según Caballero Romero (2014), la define como “Ciencia cuya especialidad o campo de estudio son las orientaciones racionales que requerimos para resolver problemas nuevos y para adquirir o descubrir nuevos conocimientos a partir de los provisoriamente establecidos y sistematizados por la humanidad” (p. 78).

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), la metodología presenta un enfoque cualitativo porque se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos de personas a los que se investigará) acerca de los fenómenos que lo rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad (p.364).

En la realización de esta investigación en cuanto al análisis del tratamiento periodístico de los diarios “El Comercio” y “La República” acerca del Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992 se empleó el enfoque cualitativo, ya que permite observar los fenómenos que se dan dentro del contexto, para que luego sean analizados sistemáticamente, donde las variables no son manipuladas porque ya ocurrieron.

3.1.1 Tipo de estudio

Este trabajo de investigación, según su tipo de estudio es aplicado, porque complementa los conocimientos adquiridos con los resultados de la investigación, para lograr de esta manera un resultado más riguroso, para conocer la realidad. Con el fin de ofrecer un referente comprensible de la expresión, ya que nos encontramos en una realidad que siempre está en constante cambio.

El nivel de la investigación del presente estudio es Hermenéutico, debido a que nos ayuda a descubrir los signos y sus interpretaciones, de escritos y textos, entre otros.

“La hermenéutica tendría como misión descubrir los significados de las cosas, interpretar lo mejor posible las palabras, los escritos, los textos, los gestos y, en general, el comportamiento humano, así como cualquier acto u obra suya, pero conservando su singularidad en el contexto de que forma parte”, Dilthey (como se citó en Martínez, 2004, p. 102).

3.1.2 Diseño de Investigación

Para la correcta investigación se utilizó el diseño de estudio de caso, porque se mide a través del registro del fenómeno estudiado, como son documentos, registro de archivos y principalmente la observación de los participantes u objetos.

Según Vélez y Galeano (cómo se citó en Cifuentes, 2011, p 48) “Es una estrategia investigativa de descripción, interpretación o evaluación de una realidad social particular”.

3.2 Escenario de Estudio

La investigación asignada tuvo como escenario de estudio a las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” del 17 al 20 de Julio de 1992, es decir el periodo de tiempo que se presentó el atentado de Tarata.

3.3 Caracterización de sujetos

Los diarios que se utilizaron para este análisis son “El Comercio” y “La República” desde el 17 al 20 de julio de 1992, siendo un total de ocho las portadas por desarrollar.

SUJETOS	CARACTERÍSTICAS
Diario “La República”	<ul style="list-style-type: none">• Fundación: 16 de Noviembre de 1981• Director fundador: Gustavo Mohme Llona• Formato: Tabloide• Línea Editorial: Centro izquierda• Cobertura: A nivel nacional• Competencia directa: Diario “El Comercio”• Secciones de interés: política, social, economía, cultural, internacional, espectáculos y deportiva.• Precio: Un nuevo sol.

3.4 Plan de análisis o trayectoria metodológica

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “La investigación a realizarse es un estudio cualitativo, por ello se busca obtener información, la cual permitan ser

<p>Diario “El Comercio”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fundación: 4 de Mayo de 1839 • Director fundador: Alejandro Miro Quesada y Aurelio Miro Quesada. • Formato: Sabana • Línea editorial: Derecha moderada • Cobertura: Nivel nacional • Competencia directa: Diario “La República” • Secciones de interés: política, social, economía, cultural, internacional, espectáculos y deportiva. • Precio: Dos nuevos soles.
---	---

analizadas y comprendidas con la finalidad de lograr responder a las preguntas de la investigación, de esta manera generar nuevos conocimientos” (p. 408).

Para este plan de análisis o trayectoria metodológica se tomó como primer punto, la recolección de datos, obtenidos a través de las guías de observación a 8 portadas, que incluye el lenguaje lingüístico o para lingüístico de los titulares, la fotografía, el diseño y diagramación de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” con respecto al tratamiento periodístico en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992..

Es así que para el análisis de esta investigación se realizaron:

- Obtención de la información: Guías de observación para la validación del estudio.
- Transcripción de la información: La información fue transcrita de audios y videos grabados desde celular y cámaras semi - profesionales, así como de textos encontrados en libros, tesis y páginas web, imágenes de las portadas de los periódicos de la investigación, libro de notas con los comentarios de especialistas en el tema.
- Interpretación y ordenamiento: Aquí se reúne, ordena e interpreta toda la información, de acuerdo a los conceptos e ideas que el investigador encontró en el desarrollo de la investigación.

Finalmente relacionamos todos los pasos antes mencionados con los fundamentos teóricos de la investigación, obteniendo así aspectos denotativos con las guías de observación y aspectos connotativos, propios de las entrevistas y consultas.

3.5 Técnica e instrumentos de recolección de datos

Para la presente investigación se utilizaron técnicas e instrumentos de recolección de datos, tales como la observación, entrevistas semiestructuradas y análisis de documentos.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “La indagación cualitativa, los instrumentos no son estandarizados, en ella se trabaja con múltiples fuentes de datos, que pueden ser entrevistas, observaciones directas, documentos, material audiovisual, etc.”(p. 409).

Observación

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) señalan que “No es una mera contemplación (“sentarse a ver el mundo y tomar notas”); implica adentrarnos en profundidad a situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones” (p. 411).

Para esta investigación se empleó esta técnica que permitió analizar el tratamiento periodístico que se le dio a las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992. Asimismo se elaboró las guías de observación, que sirvieron para recopilar datos más precisos.

Análisis de documentos

Otra técnica empleada en esta investigación fueron los análisis de documentos, que según Hernández, Fernández y Baptista (2010) señala que “Son una fuente muy valiosa de datos cualitativos como son los documentos, materiales y artefactos (...) que le sirven al investigador para conocer los antecedentes de un ambiente, las experiencias, vivencias o situaciones y su funcionamiento cotidiano”. (p.433).

Es por ello que se utilizó la revisión de libros, dossiers fotográficos, páginas web y antecedentes que sirven como soporte teórico para la investigación.

3.6 Tratamiento de la Información

3.6.1 Unidades temáticas:

Tratamiento periodístico en medios impresos

Para Violette Morin (1974, p.23) el tratamiento periodístico “Es el modo en que los medios impresos eligen la información; la transforman en imágenes y en textos, la ubican en páginas y lo ponen en circulación”.

Este concepto ha sido debatido por especialistas y académicos, y centra su atención en el estudio del papel que cumplen los medios masivos de comunicación, en la formación de la conciencia ciudadana.

Ante ello no podemos obviar que los medios impresos cada día procesan información, la cual es generada de acuerdo a los diversos acontecimientos que suscitan en la sociedad, estas son catalogadas como noticia, que según Vázquez en su libro “Noticias a la carta” lo define como “Una producción lingüística que requiere de un acontecimiento que sea reseñable (...) la cual su importancia de ésta radica en la habilidad del periodista para convertir el acontecimiento en texto, siendo este un producto informativo que requiere, además, un público (2009,p. 75).

Portada: Proveniente del latín portare. Está ubicado al inicio de toda publicación impresa la cual resalta la información más importante de su contenido. Periodísticamente, de la cual se desprende el hecho noticioso, seguido de sus datos técnicos como lo son las titulares, voladas, foto noticia, bajadas, pie de foto y logotipo del diario o revista. (“DeConceptos.com,” s.f.)

Del mismo modo, Xóse López (2003, p.196) define que “La portada o primera página desempeña el papel estelar del diario, su escaparate. El hecho de llevar una información a portada constituye una prueba evidente de que el diario le otorga una importancia superior a la del resto de contenidos”.

Dimensiones

3.6.1.1 Lenguaje

Tomando como base, Kristeva (1999) define al lenguaje como “La materia del pensamiento, también es el elemento propio de la comunicación social. Una sociedad sin lenguaje no existe, como tampoco puede existir sin comunicación. Todo lo que se produce en relación con el lenguaje sucede para ser comunicado en el intercambio social” (p.14)

También como lo menciona Carreto (2005), “El lenguaje es la facultad humana, la capacidad que tienen los hombres de comunicarse por medio de un sistema de signos vocales (o lengua).La función primordial del lenguaje es la de ser instrumento de comunicación (p.87)

Por consiguiente, el análisis del tratamiento periodístico a las portadas será abordado desde el estudio del lenguaje el cual permitirá el estudio de los titulares y sus elementos.

Titulares

Dentro de un diario o medio local impreso los titulares juegan un papel importante, ya que es la parte esencial de la noticia, además que despierta el interés del lector, implícitamente se ve desarrollado el esfuerzo periodístico.

Según Garrido (citado por Pérez y Salazar, 2014), los titulares “Son el lugar preferido para las opiniones implícitas, el resumen de todo titular supone, exige una valoración de lo que es importante, interesante o pertinente” (p. 241).

Por esta razón, el análisis de los titulares proporcionará datos de interés acerca de los valores e ideologías de los periodistas que usarán la información de la noticia para la elaboración de su conocimiento y opiniones acerca de la realidad.

A partir de lo expuesto se puede dar a conocer los elementos de los titulares, los cuales son:

- **Volada:** Refuerza la información necesaria para complementarla con la del título principal.
- **Título Principal:** Presenta a la noticia para así atraer al lector con la información más breve, precisa y concisa.

- **Sub título:** Amplía algunas referencias esenciales que estaban señalados en el título principal.
- **Bajada:** Añade información adicional al titular, reforzándolo con datos extras como nombres de personas, lugares, fechas, etc.
- **Entradilla:** Elemento del titular utilizado para anunciar y resaltar el contenido de un texto periodístico, recogiendo los aspectos fundamentales, circunstanciales del acontecer suscitado.
- **Cuerpo de texto:** En su mayoría se desarrolla después de una entrada, siendo ésta donde se contextualiza la información de manera detallada de acuerdo al hecho noticioso.
- **Llamadas:** Breve información que sirve como nexo para captar la atención del lector por estar encasillada y así poder llevarlo a indagar en el desarrollo de la información al interior del diario.
- **Subtítulo:** Amplía algunos detalles que estaban apunados en el título principal o volada.

Clasificación de los Titulares:

Según Sánchez (Citado por Alarcos, 1977) “Los titulares de prensa son, semiológicamente, los significantes de la información” (p. 11).

Tomando como base a ello, se clasifican en:

- **Informativo:** Apela a que la información sea difundida de manera precisa y neutral, incitando a la lectura.
- **Interpretativo:** La información es más amplia debido al juicio de valor empleado por el periodista.
- **Temático:** Informa de los sucesos ocurridos sin ahondar.
- **Apelativo:** Busca llamar la atención de lector ya que emplea un lenguaje deslumbrante.
- **Expresivo:** Muestra el punto de vista del periodista frente al hecho noticioso.
- **Declarativo:** Empleados para recoger actos del habla. Se clasifican en:
 - Cita directa**
Son expresados de forma literal.
 - **Cita indirecta**

Interpretación de las declaraciones del personaje alineadas en un solo discurso.

Funciones del lenguaje:

De acuerdo a Adriana Cabrera y Neneka Pelayo (2002, p.31) las funciones del lenguaje vienen a ser el uso de la lengua que emplea el emisor, es decir en base a lo que el hablante desee transmitir, cuya función será la desempeñe el lenguaje.

Dichas funciones se dividen en:

- **Función emotiva o expresiva:** Se presenta en la emisión de sentimientos o estado anímico por parte del emisor.
- **Función conativa o apelativa:** Función en la que se pretende provocar reacción por parte del receptor.
- **Función referencial:** Función usada al momento de transmitir una información sin hacer juicio de valor en el interlocutor.
- **Función metalingüística:** Se emplea al momento de utilizar la lengua para dialogar de la misma lengua u otra.
- **Función fática:** Función usada para verificar que el canal continúa abierto. Es decir, que la comunicación se llegara a efectuar.
- **Función poética:** Se emplea principalmente en la literatura ya que es usada para crear belleza en el lenguaje.

Variedad Lingüística

De acuerdo a Albert Álvarez (2006, p.38) la variedad lingüística “Está determinada por sus relaciones sociales o geográficas, la cual se desempeña en base a la ubicación donde reside el emisor, llamada dialecto, también por el grupo social, donde influye el nivel de educación denominada sociolecto”.

Por consiguiente, se puede definir que el diferente uso que le proporcionamos a nuestro idioma, genera los diversos niveles del habla, los cuales surgen de acuerdo a la formación sociocultural del hablante así como los hábitos lingüísticos de la sociedad y del contexto donde sucede.

Esta se divide en cuatro niveles, los cuales son:

- **Nivel Culto:** El grado de instrucción empleado en este nivel hace que los hablantes lo empleen con sumo cuidado.

- **Nivel Estándar:** Este nivel es usado de forma frecuente en los hablantes, empleándolo de manera correcta pero no con la rigurosidad del nivel culto.
- **Nivel Coloquial:** Es utilizado por la gran mayoría de los hablantes que poseen un nivel medio de instrucción.
- **Nivel Vulgar:** Nivel propio de los hablantes que carecen de un nivel de instrucción, los cuales alteran y se alejan de las normas, recurriendo en incorrecciones.

Tono de la Información

Según Raymundo Riva (2013) el tono de la información “Tiene la potestad de mantener al lector enganchado al texto, determinando así que se puede entender lo leído. Su estructura es muy importante pero el tono es originado al seleccionar palabras, las cuales pueden ser cortas, simples y familiares, siendo estas las que generan un tono distintivo a diferencia de palabras gastadas” (p.5).

Se dividen en:

- **Peyorativo:** Este tono indica una expresión o idea poco favorable.
- **Triunfalista:** Expresa un tono exagerado en base a una determinada actitud.
- **Tajante:** Hace referencia a que la información brindada suene contundente, preciso, concluyente, terminante.
- **Neutro:** Se caracteriza por ser imparcial, en ello se puede percibir que el autor no recurre a juicios de valor.

3.6.1.2 Fotografía

Según Keene en su libro “Práctica de la fotografía de prensa”, menciona que “La fotografía es la narración de una historia en forma visual la cual abarca los diversos temas que pueden ser: deportes, cultura, política, etc. Son realizadas y presentadas en diversos medios ya sean diarios, revistas, páginas webs, entre otros. (1995, p. 120).

Es así, que de acuerdo al género periodístico lo caracteriza de la siguiente manera:

- **Actualidad:** La fotografía expuesta debe de reflejar el acontecimiento, este tiene que ser reciente y relevante.

- **Objetividad:** El hecho o suceso representado fotográficamente es una imagen fiable y cuidadosa, los cuales tienen que estar representados tanto en su contenido como en el tono.
- **Narrativa:** Aquí la imagen se refuerza con otros elementos informativos, los cuales la convierten comprensiblemente para los lectores de diversos niveles culturales.
- **Estética:** En ella la imagen mantiene el rigor de la estética fotográfica como la luz, encuadre, entre otros.

Planos Fotográficos

En ello la fotografía ubica distintos planos, permitiendo expresar diversos conceptos de acorde al especialista, estos se definen de la siguiente manera:

- **Plano General:** Este plano representa al personaje de cuerpo entero en todo el contexto.
- **Plano Entero**
Este plano, muestra al personaje desde los pies a la cabeza, plasmando sus acciones físicas.
- **Plano Conjunto**
En este plano se muestra a un conjunto de personajes que manifiestan una relación entre sí.
- **Plano Medio:** Plano que muestra al sujeto hasta la altura de la cintura. Es muy requerido debido a que es utilizado sin enfatizar sus sentimientos.
- **Plano Americano:** Plano que corta al personaje por las rodillas o por debajo de las mismas. Originaria de las películas western americana, mostrando al sujeto en movimiento.
- **Primer Plano:** Este plano se emplea para resaltar la mirada o el gesto del personaje, encuadrando y cortándolo por los hombros.
- **Primerísimo primer plano:** Este plano enfatiza más la expresión del personaje, cortándolo por encima de los ojos y por debajo de la boca, descartando cuello y hombros.
- **Plano Detalle:** Consiste en encuadrar algún objeto muy significativo en un momento determinado. Suele usarse para mantener enganchado al público de siguientes acciones.

Ángulo Fotográfico

En ello la fotografía ubica distintos ángulos, permitiendo expresar diversos conceptos de acorde al especialista.

Se definen de la siguiente manera:

- **Ángulo normal:** En este ángulo la cámara se ubica a la altura de los ojos del sujeto. Busca retratar el suceso de manera objetiva.
- **Ángulo picado:** Se ejecuta la toma desde arriba del sujeto, generalmente se utiliza para mostrar el aplastamiento de este, es decir su minimización.
- **Ángulo cenital:** Llamado también vista de pájaro porque se sitúa en una posición completamente vertical sobre el sujeto.
- **Ángulo contrapicado:** Toma realizada desde abajo por lo que adquiere dignidad y fuerzas al sujeto pero también puede darle un perfil de fortaleza y optimismo.
- **Ángulo nadir:** Llamado también vista de gusano porque se sitúa en una posición contrapicado absoluto.

Encuadre Fotográfico

Es uno de los recursos y lenguajes propios de la fotografía, el cual se utiliza para organizar los distintos elementos compositivos como lo son el color, los planos, los ángulos, y la iluminación. De esta manera se seleccionara de toda la realidad de aquello que nos rodea o que queremos enseñar o destacar, lo demás es parte de otra historia.

En ella se puede seleccionar lo que se adjuntara o no en el marco fotográfico.

Estos suelen ser:

- **Encuadre simple:** Encuadra al tema principal en forma de primer plano, exaltando al sujeto para profundizar en el tema.
- **Encuadre compuesto:** Este encuadre se basa en resaltar una imagen dentro de otra.
- **Corte encuadre:** Es aquel que condiciona la imagen, es así que de forma horizontal resalta el espacio, mientras que de forma vertical la magnificencia.

Iluminación

Según Calleja, Durante, Trabadelo en su libro “CamSma: Fotografía Digital” define a la iluminación como “Técnica fotográfica que permite crear un ambiente más allá de la ocasión de los objetos en una escena y del punto de vista que se utilizara en la captura fotográfica. Dependiendo de las características de la misma se conseguirá resaltar u ocultar determinados aspectos de la escena, informar sobre las características de los objetos o personajes fotografiados, crear volúmenes o disminuirlos” (p. 104).

Ante esto, los autores mencionados anteriormente dividen la iluminación en luz natural y luz artificial y la definen de la siguiente manera:

- **Luz natural:** Esta depende de cualquier momento del día o de la noche, ya que esta es generada por el sol y la luna, variando en función a las horas, las estaciones y al clima. Busca la objetividad de una manera convincente.
- **Luz Artificial:** Es aquella que no se produce por la luz del sol, la luna, los astros, ni cualquier fuente de la naturaleza, si no que sus fuentes serán generadas por fuentes creadas por el hombre, siendo de carácter industrial como los fluorescentes, velas y fuegos, así como también el flash de las cámaras siendo este de carácter electrónico.

Pie de foto o leyenda

Según Bernabeu y Gonzáles (2011) señalan que el pie de foto o leyenda “Es el texto que aparece a lado de la fotografía, teniendo como objetivo complementar un sentido concreto para cada imagen. Esta puede tener distintos párrafos o tan solo uno a su vez. En diarios y revistas nacionales son relevantes los pies de foto, debido a que esta descripción es redactada por expertos, los cuales, diseñan, distribuyen y procesan la información para posteriormente publicarlas” (p.54)

Esto se divide en:

- **Un sintagma:** Se basa en que toda oración ya sea en estructura profunda o superficial están compuestas de unidades sintácticas las cuales reciben el nombre de sintagma, está misma contiene como mínimo una palabra con significado léxico como un verbo, adjetivo, adverbio.
- **Una frase sin verbo:** Es un conjunto de palabras los cuales están ordenadas, tienen sentido pero no es completo a la falta de acción, es decir que el sentido viene por parte del contexto en que este suscita.

- **Una frase simple:** Es la que consta de sujeto y predicado, refiriéndose a una sola descripción.
- **Una frase compuesta:** Es aquella que consta de una frase seguida de otra la cual está relacionada o subordinada
- **Nombre del protagonista y lugar:** En ella se hace referencia al actor del suceso y el contexto donde se desarrollan los hechos.
- **Situación de los protagonistas y lugar:** Hace referencia al estado en el que se encuentra y al contexto donde se desarrollan los hechos.
- **Nombre de los protagonistas y profesión:** Se hace mención de los datos personales del actor del suceso noticioso y su desempeño profesional.
- **Juicio o valoración:** Es el criterio y aporte personal que le atribuye el autor de la imagen.

Color

De acuerdo a Paul Gavin (2006, p.176) el color es “Es una de las percepciones sensoriales que más reacciones, conscientes e inconscientes, despierta en el ser humano. Por ello, conocer y dominar el uso del color en el diseño puede redundar en una eficaz comunicación del mensaje y en una agradable sensación de infundir “personalidad” a una creación”.

A su vez Tocavén, (1992, p. 35) clasifica los colores en tres grupos; cálidos, fríos neutros, teniendo en cuenta la serie de asociaciones psicológicas

Los colores están clasificados en tres agrupaciones; cálidos, fríos y neutros.

- **Colores cálidos:** Expresan aproximación, intimidad y generan impacto al ser luminosos y vibrantes, dentro de la gama, se encuentra el rojo, naranja, amarillo.
- **Calores fríos:** Este tipo de tonalidades proporcionan sensación de transfiguración, tranquilidad y expresan serenidad, están formados por el verde, violeta y azul.
- **Calores neutros:** Estos colores se encuentran dentro de las tonalidades de los grises los cuales expresan elegancia, transmitiendo una sensación de seriedad, están formados por el blanco, negro y gris.

3.6.1.3 Diseño y Diagramación

Según Lari en su libro “Principios y fundamentos del diseño y diagramación”, el diseño y diagramación juegan un papel importante en todo el diario, es por ello que al momento de colocar la información existe una distribución para los diversos elementos que componen la realización de las portadas (1993, p.53).

Es por ello que para lograr un mejor concepto de lo que es diseñar y diagramar se tiene que precisar los conceptos puntuales de estos dos términos:

Para Lari el diseño “Es la formulación de normas generales con el cual diagramar puede definirse como “elaborar el proyecto de distribución gráfica de lo que va a ser impreso (textos, títulos, fotos, ilustraciones, etc.), de acuerdo con determinados criterios periodísticos y visuales (1993, p.53).

Asimismo, según Aguado (citado por Lari, 1993) diagramar “Es definir los elementos fundamentales de presentación que configuran la personalidad de una publicación. Es, por tanto, la determinación, paso a paso, de todos y cada uno de los ingredientes de su apariencia exterior” (p. 53).

Es así que para entender el diseño y diagramación, se toma como punto de partida al diseño de cada medio impreso, es decir el formato donde se plasmara toda la noticia.

Formato

Según Gonzáles y Bernabéu (2008, p.17), menciona que “Con el paso del tiempo, el formato en los diarios ha desarrollado distintas dimensiones dentro de la prensa escrita, convirtiéndose estos en referentes de un tipo de periodismo”.

Las cuatro más comunes son:

- **Sábana o estándar:** Presenta una medida de 50 a más centímetros de largo, se caracteriza por ser el formato más usado por los medios impresos serios, además de poder brindar una amplia información de calidad.
- **Berlinés o medio:** Presenta una medida de 45 a 49 centímetros de largo, utilizado con mayor frecuencia en los países del centro y este de Europa.
- **Tabloide:** Presenta una medida de 37 a 44 centímetros de largo. Este formato surgió a raíz de su adopción por la prensa amarillista desde sus inicios. Actualmente es utilizado como base para diarios europeos, brindando todo tipo de información, siendo esta más manejable y compacta.

Imágenes

Según Lari en su libro “Principios y fundamentos del diseño y diagramación” define a la imagen como una “figura ya reproducida o que hay que reproducir, en cualquier fase del proceso de reproducción o de preparación de las formas de impresión (1993, p. 186).

De estas se desprenden:

- **Fotomontajes:** Técnica que se utiliza para recortar imágenes y colocarla encima de otra para así crear una nueva.
- **Infografías:** Es el mejor elemento para explicar una parte importante de una información, aprovechando las aproximaciones y detalles que se obtengan en la comunicación, documentación o creación.

Ornamentación

Según Lari en su libro “Principios y fundamentos del diseño y diagramación” define a la ornamentación como un “Termino para designar los elementos o adornos decorativos tipográficos” (1993, p. 190).

Las cuales se dividen en:

- **Viñetas:** Decoración pequeña que sirve para resaltar al inicio o al final de un texto.
- **Filetes:** Por lo general son líneas negras o de color, usada para separar textos o partes del periódico, así por ejemplo, se utiliza para separar el rótulo o cabecera de la página de diarios, revistas, etc.
- **Orlas:** Es un filete formado por dibujos y continuo que rodea el texto dentro de una portada.

Tipografía

De acuerdo a Lari en su libro “Principios y fundamentos del diseño y diagramación” define la tipografía como “Un arte que comprende varias operaciones que conducen a la impresión de textos, que van desde la creación de los caracteres mismos hasta su composición e impresión, de manera que resulte un producto, al mismo tiempo, legible y agradable. Tiene como objetivo básico comunicar una información por medio de la letra impresa” (1993, p. 103).

Para Turnbull y Baird (citado por Lari, 1993) la tipografía, “Es todo símbolo visual visto en la página impresa. Estos símbolos colectivamente se denominan caracteres e incluyen letras, números, signos de puntuación y otros símbolos diversos, como el signo de pesos, el de centavos, el símbolo y las fracciones” (p. 103).

Asimismo existe un vasto conocimiento de las familias tipográficas, las cuales se clasifican por:

- **Por su altura**

- **Altas:** Son las letras mayúsculas.
- **Bajas:** Son las letras minúsculas.
- **Versalitas:** Letra mayúscula de igual tamaño que la minúscula y del mismo cuerpo, tipo y clase.

- **Por su color**

- **Blancas:** Recomendada para expresar una textura ligera en el texto ya que la letra es ligeramente expandida en estos casos.
- **Seminegras:** Se emplea en gran parte de textos continuos y es considerado si se desea causar impresión.
- **Negras:** Versión pesada de la seminegras, utilizada para resaltar, destacar palabras claves así como también encabezados, títulos, subtítulos, etc.

- **Por su posición**

- **Redonda:** Denominada de esta forma a la versión regular dentro de la tipografía.
- **Cursiva:** Letra con el ojo inclinado de izquierda a derecha, a la cual también se le denomina itálica, bastardilla o inclinada.

- **Por su dimensión**

Se basa al tamaño que presenta cada tipo, esta se mide en puntos, que se dividen en:

- 48 puntos
- 36 puntos
- 24 puntos

- **Por su ancho o forma**

- **Normal:** Presentada de forma natural.
 - **Condensadas:** Llamadas también chupadas, su presentación es con letras alargadas.
 - **Extendidas:** Su presentación es con letras anchas.
- **Por su familia**

Es el grupo de caracteres, los cuales tienen como base un mismo formato estrechamente a fin.

 - **Garamond:** Considerado como una de las familias con un tipo de letra serif más legibles al momento de emplearlas y posteriormente al de su impresión. Actualmente la versión con más demanda es adobe Garamond la cual es usada en revistas, diarios, libros, páginas web.
 - **London:** Está inspirado y basado en el clásico Bodoni (Negro MT), con importantes ajustes en los bucles, las orejas, las espuelas y anchura total. Viene en dos versiones (regulares y relleno).
 - **Franklin:** Utilizada con un tipo de sans –serif extra negrita, basada en modelos anteriores pero manteniendo el tipo de letra de un alto perfil, empleada en anuncios y titulares de diarios.
 - **Goudy:** Tipo de letra con serifa clásica, la cual es considerada en la tipografía como Goudy Old Style. Esta ha ido renovándose con el transcurrir del tiempo, aplicada en diarios, revistas, etc.
 - **Cooper Black:** Empleada con un estilo serif el cual es dibujado en negrita extra de Cooper old style.
- **Por su diseño**
 - **Con serif:** Este tipo de letras son aquellas que tienen pequeños adornos los cuales se encuentran ubicados en los extremos de las líneas de los caracteres tipográficos.
 - **Sin o sans serif:** Son aquellas letras que no cuentan con diseños o remates, y en su mayoría son utilizados para titulares pero no para cuerpos de textos.

3.7 Rigor científico

Según Noreña, Alcaraz, Rojas y Rebolledo (2012), el rigor científico es “Un concepto transversal en el desarrollo de un proyecto de investigación y permite valorar la aplicación escrupulosa y científica de los métodos de investigación y de las técnicas de análisis para la obtención y procesamientos de datos” (p. 265).

Los criterios del rigor científico en la investigación cualitativa están comprendidos por credibilidad, transferibilidad, consistencia, confirmabilidad, relevancia y

adecuación teórico - epistemológica. De los cuales para esta investigación se utilizaron los siguientes.

Criterios	Característica del criterio	Procedimientos
Credibilidad	Aproximación de los resultados de una investigación frente al fenómeno observado.	Los resultados son reconocidos “verdaderos” por los participantes - Observación continua y prolongada del fenómeno - Triangulación
Dependencia	La complejidad de la investigación cualitativa dificulta la estabilidad de los datos. Tampoco es posible la replicabilidad exacta del estudio	- Triangulación - Empleo de evaluador externo - Descripción detallada del proceso de recogida, análisis e interpretación de los datos - Reflexividad del investigador
Veracidad	Los resultados de la investigación deben garantizar la veracidad de las descripciones realizadas por los participantes.	- Transcripciones textuales de las entrevistas - Contrastación de los resultados con la literatura existente - Revisión de hallazgos por otros investigadores - Identificación y descripción de limitaciones y alcances del investigador

IV. RESULTADOS

4.1. Descripción de resultados

Los resultados correspondientes se determinaron a través de las guías de observación en cuanto al análisis de las 8 portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992, obteniendo los siguientes datos de acuerdo a las dimensiones:

Dimensión: Lenguaje empleado en los titulares

a) Volada

Clasificación	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Informativo	1	-
Interpretativo	0	-
Temático	0	-
Apelativo	2	-
Expresivo	0	-
Declarativo:		
-Cita directa	0	-
-Cita indirecta	0	-

Según la clasificación del lenguaje empleado de las voladas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **1 informativa y 2 apelativas**, además, el día 19 de julio no tuvo voladas referentes al atentado.

Funciones del Lenguaje	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Emotiva o Expresiva	0	-
Conativa o Apelativa	2	-
Referencial	1	-

Metalingüística	0	-
Fática	0	-
Poética	0	-

Según la función del lenguaje empleado de las voladas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **2 conativas o apelativas y 1 referencial**, además, el día 19 de julio no tuvo voladas referentes al atentado.

Variedad Lingüística	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Culto	0	-
Estándar	3	-
Coloquial	0	-
Vulgar	0	-

Según la variedad lingüística empleada en las voladas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **3 de manera estándar**, además, el día 19 de julio no tuvo voladas referentes al atentado.

Tono de la Información	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Peyorativo	2	-
Triunfalista	0	-
Tajante	0	-

Neutro	1	-
--------	---	---

Según el tono de la información empleado de las voladas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **1 peyorativo, 1 tajante y 1 neutro**, además, que el día 19 de julio no tuvo voladas referentes al atentado.

En base a los resultados obtenidos podemos afirmar que el diario “La República” empleó dentro de sus titulares, voladas que en su mayoría buscaron la reacción del receptor, con una variedad lingüística estándar.

b) Título Principal

Clasificación	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Informativo	1	3
Interpretativo	0	0
Temático	0	0
Apelativo	2	1
Expresivo	0	0
Declarativo	0	0
-Cita directa	0	0
-Cita indirecta	0	0

Según la clasificación del lenguaje empleado en el título principal de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **1 informativa y 1 temático y 1 apelativo**, el día 19 de julio no presenta título principal referente al atentado. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **3 informativos y 1 apelativo**.

Funciones del Lenguaje	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Emotiva o Expresiva	0	0
Conativa o Apelativa	2	2
Referencial	0	2
Metalingüística	0	0
Fática	1	0
Poética	0	0

Según las funciones del lenguaje empleado en el título principal de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **2 conativas o apelativas y 1 fática**, el día 19 de julio no presenta título principal referente al atentado. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **2 conativas o apelativas y 2 referenciales**.

Variedad Lingüística	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Culto	0	4
Estándar	3	0
Coloquial	0	0
Vulgar	0	0

Según la variedad lingüística del lenguaje empleado en el título principal de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **3 de manera estándar**, el día 19 de julio no presenta título principal referente al atentado. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó sus **4 de manera culta**.

Tono de la Información	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Peyorativo	2	2
Triunfalista	0	0
Tajante	0	2
Neutro	1	0

Según el tono de la información del lenguaje empleado en el título principal de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **2 peyorativos y 1 neutro**, el día 19 de julio no presenta título principal referente al atentado. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó 2 peyorativos y 2 tajantes.

En base a los resultados obtenidos podemos afirmar que el diario “La República” empleó dentro de sus títulos principales una variedad lingüística estándar mientras que “El Comercio” culto, a pesar de ello ambos buscaron una reacción en el receptor, debido a que emplearon tonos peyorativos. Y Solamente se encuentra una mayor diferencia en cuanto a su clasificación por que “El Comercio” es más informativo que el diario “La República” en esta ocasión.

c) Subtítulo

Clasificación	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Informativo	0	6
Interpretativo	0	0
Temático	1	0

Apelativo	0	3
Expresivo	0	0
Declarativo	0	0
-Cita directa	0	0
-Cita indirecta	0	0

Según la clasificación del lenguaje empleado en el subtítulo de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **1 temático**, los días 17, 18 y 19 de julio no cuentan con subtítulos. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **6 informativos y 3 apelativo**.

Funciones del Lenguaje	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Emotiva o Expresiva	0	0
Conativa o Apelativa	0	4
Referencial	1	5
Metalingüística	0	0
Fática	0	0
Poética	0	0

Según las funciones del lenguaje empleado en el subtítulo de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **1 referencial**, los días 17, 18 y 19 de julio no cuentan con subtítulos. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **4 conativos o apelativos y 5 referenciales**.

Variedad Lingüística	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Culto	0	8

Estándar	1	1
Coloquial	0	0
Vulgar	0	0

Según la variedad lingüística del lenguaje empleado en el subtítulo pal de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **1 de manera estándar**, los días 17, 18 y 19 de julio no cuentan con subtítulos. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó sus **8 de manera culta y 1 de manera estándar**.

Tono de la Información	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Peyorativo	0	7
Triunfalista	0	0
Tajante	0	0
Neutro	1	2

Según el tono de la información del lenguaje empleado en el subtítulo de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **1 de manera neutra**, los días 17, 18 y 19 de julio no cuentan con subtítulos. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó sus **7 peyorativos y 2 neutros**.

En base a los resultados obtenidos podemos afirmar que el diario “La República” empleó solo un subtítulo dentro del periodo de análisis, mientras que “El Comercio” utilizó subtítulos dentro del cuerpo de texto, y estos fueron en su mayoría informativos, creando una discusión entre buscar la reacción del receptor o no agregar juicios de valor, por el tono empleado.

d) Bajada

Clasificación	Frecuencia
----------------------	-------------------

	La República	El Comercio
Informativo	2	3
Interpretativo	0	0
Temático	1	0
Apelativo	0	1
Expresivo	0	0
Declarativo	0	0
-Cita directa	0	0
-Cita indirecta	0	0

Según la clasificación del lenguaje empleado en las bajadas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **2 informativos y 1 temático**, el día 19 de julio no cuentan con bajada. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **3 informativos y 1 apelativo**.

Funciones del Lenguaje	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Emotiva o Expresiva	0	0
Conativa o Apelativa	0	1
Referencial	1	3
Metalingüística	0	0
Fática	2	0
Poética	0	0

Según las funciones del lenguaje empleado en las bajadas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **1 referencial y 2 fáticas**, el día 19 de julio no cuentan con bajada. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **1 conativa o apelativa y 3 referencial**.

Variedad Lingüística	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Culto	0	4
Estándar	3	0
Coloquial	0	0
Vulgar	0	0

Según la variedad lingüística del lenguaje empleado en las bajadas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **3 de manera estándar**, el día 19 de julio no cuentan con bajada. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **4 de manera culta**.

Tono de la Información	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Peyorativo	1	2
Triunfalista	0	0
Tajante	0	0
Neutro	2	2

Según el tono de la información del lenguaje empleado en las bajadas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **1 peyorativo y 2 neutros**, el día 19 de julio no cuentan con bajada. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **2 peyorativos y 2 neutros**.

En base a los resultados obtenidos podemos afirmar que ambos diarios emplearon bajadas en su mayoría informativas.

e) Entradilla

Clasificación	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Informativo	-	4
Interpretativo	-	0
Temático	-	0
Apelativo	-	0
Expresivo	-	0
Declarativo	-	0
-Cita directa	-	0
-Cita indirecta	-	0

Según la clasificación del lenguaje empleado en las entradillas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares no maneja entradillas. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **las 4 de manera informativa**.

Funciones del Lenguaje	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Emotiva o Expresiva	-	0
Conativa o Apelativa	-	0
Referencial	-	4
Metalingüística	-	0
Fática	-	0
Poética	-	0

Según las funciones del lenguaje empleado en las entradillas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares no maneja entradillas. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **las 4 de manera referencial**.

Variedad Lingüística	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Culto	-	4
Estándar	-	0
Coloquial	-	0
Vulgar	-	0

Según la variedad lingüística empleada en las entradillas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares no maneja entradillas. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **las 4 de manera culta**.

Tono de la Información	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Peyorativo	-	2
Triunfalista	-	0
Tajante	-	2
Neutro	-	0

Según el tono de la información del lenguaje empleado en las entradillas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares no maneja entradillas. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **2 de manera peyorativo y 2 tajantes**.

En base a los resultados obtenidos podemos afirmar que el diario “La República” no emplea entradillas dentro de sus titulares, mientras que “El Comercio” manejó para todas sus entradillas misma clasificación, función, variedad lingüística, mientras que en cuanto al tono de la información creo una especie de discusión entre buscar la reacción del receptor o no agregar juicios de valor.

f) Cuerpo de Texto

Clasificación	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Informativo	-	4
Interpretativo	-	0
Temático	-	0
Apelativo	-	0
Expresivo	-	0
Declarativo	-	1
-Cita directa	-	1
-Cita indirecta	-	3

Según la clasificación del lenguaje empleado en el cuerpo de texto de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares no maneja cuerpo de texto. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **las 4 de manera informativa, dentro de uno de ellos se trabajó declarativas con 1 cita directa y 3 indirectas.**

Funciones del Lenguaje	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Emotiva o Expresiva	-	0
Conativa o Apelativa	-	0
Referencial	-	4
Metalingüística	-	0

Fática	-	0
Poética	-	0

Según las funciones del lenguaje empleado en el cuerpo de texto de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares no maneja cuerpo de texto. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **las 4 referenciales**.

Variedad Lingüística	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Culto	-	4
Estándar	-	0
Coloquial	-	0
Vulgar	-	0

Según la variedad lingüística empleada en el cuerpo de texto de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares no maneja entradillas. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **las 4 de manera culto**.

Tono de la Información	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Peyorativo	-	1
Triunfalista	-	0
Tajante	-	2
Neutro	-	1

Según el tono de la información del lenguaje empleado en el cuerpo de texto de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares no maneja entradillas. Mientras que el diario “El Comercio” trabajó **1 de manera peyorativa, 2 tajantes y 1 neutro.**

En base a los resultados obtenidos podemos afirmar que el diario “La República” no emplea cuerpo de texto dentro de sus titulares, mientras que “El Comercio” manejó cuerpos de texto, los cuales fueron de clasificación informativos, agregándole al del día 19 una cita directa y 3 indirectas. Además de utilizar un lenguaje tajante en 2 de ellos.

g) Llamadas

Clasificación	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Informativo	4	-
Interpretativo	0	-
Temático	0	-
Apelativo	1	-
Expresivo	0	-
Declarativo	0	-
-Cita directa		
-Cita indirecta	0	-

Según la clasificación del lenguaje empleado en las llamadas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **4 informativos y 1 apelativo.** Mientras que el diario “El Comercio” no utilizó llamadas en sus titulares.

Funciones del Lenguaje	Frecuencia
------------------------	------------

	La República	El Comercio
Emotiva o Expresiva	0	-
Conativa o Apelativa	2	-
Referencial	2	-
Metalingüística	0	-
Fática	1	-
Poética	0	-

Según las funciones del lenguaje empleado en las llamadas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **2 conativas o apelativas, 2 referenciales y 1 fática**. Mientras que el diario “El Comercio” no utilizó llamadas en sus titulares.

Variedad Lingüística	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Culto	0	-
Estándar	4	-
Coloquial	0	-
Vulgar	0	-

Según la variedad lingüística empleada en las llamadas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **2 de manera estándar**. Mientras que el diario “El Comercio” no utilizó llamadas en sus titulares.

Tono de la Información	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Peyorativo	3	-
Triunfalista	0	-

Tajante	0	-
Neutro	2	-

Según el tono de la información empleado en las llamadas de las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” en cuanto a sus titulares manejó **3 de manera peyorativas y 2 de manera neutral**. Mientras que el diario “El Comercio” no utilizó llamadas en sus titulares.

En base a los resultados obtenidos podemos afirmar que el diario “La República” emplea sus llamadas con mensajes poco favorables e imparciales, buscando llamar la atención del receptor, además que el día 19 empleó dos llamadas del caso Tarata. Mientras que “El Comercio” no utilizó llamadas.

Dimensión: Fotografía

a) Planos

Fotografía		
Planos	Frecuencia	
	La República	El Comercio
General	0	5
Medio	0	0
Entero	2	0
Conjunto	2	0
Americano	0	0
Primer plano	0	0
P. Primer Plano	0	0
Detalle	0	0

Según los planos de la fotografía empleada en las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” manejó **4 fotografías, 2 en plano entero y 2 en conjunto**. Mientras que el diario “El Comercio” utilizó **5 fotografías, todas con plano general**.

b) Ángulos

Ángulos	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Normal	2	0
Picado	1	2
Cenital	0	0
Contrapicado	1	3
Nadir	0	0

Según los ángulos de la fotografía empleada en las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” manejó **4 fotografías, 2 en ángulo normal, 1 picado y 1 contrapicado**. Mientras que el diario “El Comercio” utilizó 5 fotografías, **2 con ángulo picado y 3 contrapicados**.

c) Encuadre

Encuadre	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Simple	3	0
Compuesto	1	3
Corte Encuadre	0	2

Según el encuadre de la fotografía empleada en las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” manejó **4 fotografías, 3 en encuadre simple y 1 compuesto**. Mientras que el diario “El Comercio” utilizó **5 fotografías, 3 con encuadre compuesto y 2 de corte encuadre**.

d) Iluminación

Iluminación	Frecuencia
-------------	------------

	La República	El Comercio
Luz Natural	3	4
Luz Artificial	1	1

Según la iluminación de la fotografía empleada en las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” manejó **4 fotografías, 2 con luz natural y 2 con luz artificial**. Mientras que el diario “El Comercio” utilizó **5 fotografías, 4 con luz natural y 1 con luz artificial**.

e) Pie de Foto o Leyenda

PIE DE FOTO O LEYENDA	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Un sintagma	0	0
Una frase sin verbo	0	0
Una frase simple	0	0
Una frase compuesta	0	0
Nombre del protagonista y lugar	0	0
Situación del protagonista y lugar	3	4
Nombre del protagonista y profesión	0	0
Juicio y valoración	1	1

Según el pie de foto o leyenda de la fotografía empleada en las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” manejó **4 fotografías, 3 mencionando la situación del protagonista y el lugar y 1 empleando juicio y valoración**. Mientras que el diario “El Comercio” utilizó **5 fotografías, mencionando la situación del protagonista y el lugar y 1 empleando juicio y valoración**.

f) Color

Color	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Cálidos	2	3
Fríos	2	1
Neutros	0	1

Según el color de la fotografía empleada en las 8 portadas analizadas, 4 del diario “El Comercio” y 4 del diario “La República”, sobre el caso del Atentado de Tarata, en el periodo del 17 al 20 de julio de 1992, el análisis arrojó que el diario “La República” manejó **4 fotografías, 2 con colores cálidos y 2 con colores fríos**. Mientras que el diario “El Comercio” utilizó **5 fotografías, 3 con colores cálidos, 1 con colores fríos y 1 con colores neutros**.

En base a los resultados obtenidos, el diario “El Comercio” fue más cuidadoso al mostrar sus fotografías en sus portadas.

Dimensión: Diseño y Diagramación

a) Formato

Formato	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Sabana	0	4
Berlinés	0	0
Tabloide	4	0

Según el formato el diario “La República” trabajó un formato tabloide, mientras que “El Comercio” un formato tipo sabana.

b) Imágenes

Imágenes	Frecuencia	
	La República	El Comercio
Fotomontajes	0	0
Infografías	0	1

Según las imágenes el diario “La República” no mostró fotomontajes, ni infografías, mientras “El Comercio” no mostró fotomontajes, pero sí una infografía que ilustra el cómo se dio el suceso.

Para un análisis más breve de los resultados tenemos lo siguiente:

El lenguaje empleado en los titulares de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992, se presentó de la siguiente manera:

Diario “La República”, presentó en cuanto al análisis empleado en sus titulares (volada, título principal, subtítulo, bajada, entradilla, cuerpo de texto, llamada) de acuerdo a su clasificación un lenguaje **apelativo y temático**, seguido de una función lingüística **conativa o apelativa**, con una variedad lingüística **estándar** y un tono de información **peyorativo y tajante**.

Diario “El Comercio”, presentó en sus titulares (título principal, subtítulo, bajada, entradilla, cuerpo de texto) de acuerdo a su clasificación un lenguaje **informativo e interpretativo**, seguido de una función lingüística **referencial y conativa o apelativa**, con una variedad lingüística netamente **culto**, y un tono de información **peyorativo y tajante**.

La fotografía en los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992, se presentó de la siguiente manera:

Diario “La República”, presentó planos **generales y americanos**, en ángulos **normales y contrapicados**, con encuadres **simples**, de iluminación **natural y artificial**, con colores **cálidos y fríos**, agregándole un pie de foto o leyenda, la cual **revelaba la situación del protagonista y lugar**.

Diario “El Comercio”, presentó planos **generales**, en ángulos **picados y contrapicados**, con encuadres **compuestos y corte encuadre**, de iluminación **natural**, con colores **cálidos y fríos**, agregándole un pie de foto o leyenda, la cual **revelaba la situación del protagonista y lugar**.

El diseño y la diagramación de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” en el caso: Atentado de Tarata en Lima, del 17 al 20 de julio de 1992, fue de la siguiente manera:

Diario “La República”, presentó un formato **tabloide**, no presentó **fotomontajes ni infografías**, seguida de una ornamentación llena de **viñetas, orlas y filetes**.

Además de una tipografía empleada en sus titulares (volada, título principal, subtítulo, bajada, entradilla, cuerpo de texto, llamada) que según su altura solo en el título principal **altas**, mientras que en los demás recursos **altas y bajas**. Por su color **negras y blancas**, en su mayoría **negras**. Por su posición **redondas y cursivas**, en su mayoría **redondas**. Por su dimensión empleó los tres formatos, **24, 36 y 48 puntos**. Por su forma es **normal**. Por su familia **Garamond** y por su diseño **sin serif**.

Diario “El Comercio”, presentó un formato **sabana**, con **infografía** el día 18 de julio, seguida de una ornamentación de solo **filetes**, además de una tipografía empleada en sus titulares (título principal, subtítulo, bajada, entradilla, cuerpo de texto) que según su altura fueron **altas**. Por su color **negras**. Por su posición **redondas**. Por su dimensión empleó los formatos de **24 y 36 puntos**. Por su forma es **normal**. Por su familia **Franklin** y por su diseño **con serif**.

V. DISCUSIÓN

5.1 Aproximación al objeto de estudio

De acuerdo a los resultados obtenidos a través del análisis de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República”, en cuanto al Atentado de Tarata, abarcado del 17 al 20 de julio de 1992, se plantea y discute la relación que se tiene con la Teoría del Estructuralismo de Ferdinand de Saussure, además de la interpretación de los resultados obtenidos.

La teoría del Estructuralismo de Ferdinand de Saussure, plantea que no puede existir un significado, sin un significante, debido a que estos expuestos en la realidad se manifiestan a través de signos lingüísticos, el cual lleva un significante y significado, el primero representado por una imagen acústica o componente

material y el segundo por componentes conceptuales, dando como resultado una estructura. Bajo esta premisa podemos decir que el análisis del tratamiento periodístico empleado en las guías de observación se ejecutó en base a esta teoría.

Según lo identificado en las portadas de los diarios, la primera dimensión “Lenguaje empleado en los titulares”, el diario “El Comercio” tuvo como significativo los elementos de los titulares que se comprometen más con la noticia, ya que en este diario, se pudo apreciar el empleo de los recursos periodísticos que sirven para apoyar a los titulares, tal como lo menciona, Garrido (citado por Pérez y Salazar, 2014) señalando que los titulares “son el lugar preferido para las opiniones implícitas, el resumen de todo titular supone, exige una valoración de lo que es importante, interesante o pertinente”, por ello los titulares mostrados y analizados fueron: la volada, título principal, subtítulo, bajada, entradilla, cuerpo de texto y llamada, cumplen con tales postulados.

Este diario empleó mayor número de recursos periodísticos en sus portadas, obteniendo de acuerdo a esta dimensión, un significado que puso en manifiesto por su clasificación, un lenguaje informativo e interpretativo, ya que estuvo cargada de precisión y amplitud en la información con juicios de valor, seguido de una función conativa o apelativa (pretende provocar reacción en el receptor), con una variedad lingüística netamente culto, y en su mayoría con un tono de información tajante, debido a que su información brindada fue precisa y terminante.

De otro lado se aprecia el trabajo que realizó el diario “La República” que tuvo como significativo los elementos de los titulares, como la volada, título principal, subtítulo, bajada, y llamadas, las cuales con mayor incidencia son presentadas una como complemento de otra, logrando de esta manera ser entendida por el lector con el objetivo de llevar una mayor carga informativa.

Asimismo, este diario empleó menor número de recursos periodísticos en sus portadas, obteniendo de acuerdo a esta dimensión, un significado que por su clasificación fue plenamente apelativo, seguido de una función conativa o apelativa, por buscar provocar la reacción por parte del receptor. Por su variedad lingüística fue estándar y tuvo un tono de información peyorativo, debido a que dentro de sus titulares, incidió en exagerar con ideas desfavorables.

Entonces, en relación al tipo de lenguaje empleado en los titulares correspondientes a la noticia principal, en los diarios “El Comercio” y “La República”, se determinó que ambos diarios fueron redactados bajo carácter informativo, diferenciándose entre sí, ya que “El Comercio” buscaba brindar información amplia, precisa y terminante, “La República” apelaba a crear una reacción desfavorable por parte del receptor frente a los sucesos ocurridos. Es decir, que el primer diario analizado empleó tonos medios y neutros, mientras que el segundo contó los sucesos de manera literal.

Ante los resultados del segundo diario analizado, se viene una interrogante: ¿Es posible que en medio de un marco de violencia político social los medios de comunicación empleen un lenguaje que realce sensacionalistamente estos acontecimientos?

Según el Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú (como se citó en Calero, s.f., p. 168), señala lo siguiente: “No destacar sensacionalistamente los actos de violencia ni de terrorismo, de narcotráfico y otros delitos cuyos autores buscan notoriedad en lo que se escriba y se difunda. Limitarse a los hechos (...)”.

La segunda dimensión “fotografía”, de la cual se sigue desprendiendo el análisis de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” demuestra que estos diarios utilizaron algunos recursos para complementar la información expuesta en sus titulares, estos recursos son: planos, ángulos, encuadre, iluminación, pie de foto o leyenda y color.

El diario “El Comercio” en cuanto a su afán de retratar los acontecimientos, determinó como significativo, a las imágenes fotográficas dentro de sus portadas. Es así que a partir de ello el significado se clasificó, en primer lugar, por sus planos que en su totalidad fueron generales, porque representaba y centraban el contexto, es decir el suceso. En cuanto a sus ángulos fueron normales, porque buscaron retratar el suceso de manera objetiva. Seguido de un encuadre compuesto, ya que resaltó una imagen dentro de otra. Con una iluminación de luz natural, buscando la objetividad de una manera convincente. Así mismo reforzó sus imágenes fotográficas, con el pie de foto o leyenda en la cual destaca la situación del protagonista y lugar. El color de acuerdo a su clasificación, fueron los colores fríos,

siendo el color más resaltante el tono violeta, expresando así sensación de transformación, variación.

De la misma manera el diario “La República” dentro del análisis de sus portadas, fueron las imágenes lo que se determinó como significativo, y a partir de ello su significado, en cuanto al empleo de esta a través de sus planos que fueron conjunto y entero, buscando representar la relación entre los sujetos y la acción en sí. En cuanto a sus ángulos fueron picados y contrapicados, porque por un lado mostraba las consecuencias del desastre y por el otro lado buscaron retratar un perfil de fortaleza y optimismo frente al suceso. Seguido de un encuadre simple, ya que exaltó a los sujetos para profundizar en el tema principal. Con una iluminación de luz natural, buscando la objetividad de una manera convincente. Así mismo reforzó sus imágenes fotográficas, con el pie de foto o leyenda en la cual destaca la situación del protagonista y lugar. El color de acuerdo a su clasificación, fueron los tonos cálidos, siendo el más resaltante el rojo, expresando así violencia y agresividad.

Es indiscutible, que las imágenes fotográficas desarrollan un papel fundamental al momento de retratar y contextualizar parte de la historia, como lo señala Burke en su publicación “Visto y No Visto; El uso de la imagen como documento histórico” que: “Antes de intentar leer las imágenes «entre líneas» y de utilizarlas como testimonio histórico, sería prudente empezar hablando de sus significados” (2005, p. 43).

Es así que el análisis de las fotografías presentadas en las portadas de los diarios, no solo son simples imágenes que muestran una parte de la realidad, sino también fuentes de información cargadas de técnicas que necesitan ser interpretadas para una mejor lectura o entendimiento de lo que se quiere contar y el cómo se cuenta.

Ante esta premisa se desprende que la fotografía dentro de las portadas no solo debe representar un hecho o acontecimiento de manera literal sino con medidas que respeten el contexto suscitado, tal y como se estipula en el Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú.

La tercera dimensión “Diseño y Diagramación”, con la cual terminamos el análisis de las portadas de los diarios “El Comercio” y “La República” es también importante

para comprender el tratamiento periodístico, por la manera en que estas basaron su estructuración y organización, no solo enfocándose en poner creativamente diversas herramientas comunicativas, como el texto, las imágenes, infografías, etc, sino también, lo que estas significaron a través de su exposición en el papel.

El diario “El Comercio” dentro de sus portadas utilizó como significativo al formato, imágenes, ornamentación y tipografía, de la cual se desprende un significado para cada una de estas, en cuanto a su formato fue sabana, la cual permitía mayor información de calidad, seguido del empleo de infografías, para lograr una aproximación del suceso y detallarlo, asimismo filetes que rigieron un orden, finalmente la tipografía empleada a través de sus diversas características (color, altura, familia, forma, posición, dimensión y diseño).

Mientras que el diario “La República” también trabajo como significativo al formato, imágenes, ornamentación y tipografía, de las cuales nacen significados, en cuanto a su formato fue tabloide, el cual se caracterizó por ser el más manejable en cuanto a la información, careciendo de imágenes, con una saturación de viñetas, orlas y filetes. Además del empleo de una tipografía exagerada y deslumbrante

Es así que el análisis del diseño y la diagramación presentado en las portadas de los diarios revelan la importancia que estos medios ejercieron en cuanto al manejo de la información.

VI. CONCLUSIONES

Teniendo como referencia los resultados mediante las guías de observación, y su correcta interpretación, se llegó a concluir lo siguiente:

- a. El tratamiento periodístico de los diarios “El Comercio” y “La República” frente al caso del atentado de Tarata del 17 al 20 de julio de 1992, tuvieron distintos enfoques entre sí, ya que dichos enfoques periodísticos retrataron la noticia desde aspectos políticos, históricos, culturales, sociales e ideológicos, siendo este último el más predominante, debido a que el diario “El Comercio” presentó la noticia de una manera objetiva, cuidadosa e imparcial, acogándose a una posición en defensa del orden social. Mientras que el diario “La República” fue

terminante, en cuanto a las expresiones exageradas de violencia, apelando muchas veces al sensacionalismo.

- b. Con respecto al lenguaje empleado en los titulares de los diarios “El Comercio” y “La República” se concluyó que ambos diarios buscaron una reacción en el receptor empleando un determinado lenguaje de acuerdo a una parte de la realidad. Por su parte el diario “El Comercio” brindaba una información más detallada y cuidadosa en sus portadas, por otro lado “La República” inducía indirectamente al caos social, con un lenguaje peyorativo.
- c. El análisis de la fotografía empleado en los diarios “El Comercio” y “La República” concluye que existe una cierta relación con sus titulares, debido a que el diario “El Comercio” cuidó mucho las técnicas empleadas en sus imágenes, logrando coherencia con el lenguaje en sus titulares, más por el contrario, el diario “La República”, reforzó sus imágenes poco cuidadosas, con sus titulares.
- d. Finalmente el diseño y la diagramación de los diarios “El Comercio” y “La República”, se concluyó que las diversas herramientas empleadas para la elaboración de los diarios, hacen la diferencia no solo en su tamaño (formato), sino por los recursos (ornamentación, imágenes y tipografía) apoyaron la noticia para que esta pueda ser presentada en sus portadas, es así que el diario “El Comercio”, logró emplear menos recursos periodísticos, pese a ello no le restó objetividad en cuanto a la noticia, mientras que el diario “La República”, logró apelar al sensacionalismo debido a la exageración de sus recursos periodísticos.

VII. RECOMENDACIONES

El tratamiento periodístico que merece un suceso violento o de caos social, exige un mayor cuidado por parte de los medios de comunicación debido a que no solo se habla de personas, sino una sociedad en conjunto, la cual se rige bajo ciertos parámetros, como es la delgada línea de la ética periodística y el afán ininterrumpido de mostrar noticias por parte de los medios de comunicación.

El ejercicio del periodismo en cuanto al acceso de información, no debería ser prioridad el convertirla en noticia y generar grandes titulares sin un previo análisis, ya que los medios de comunicación no solo son vehículos donde se hacen

denuncias, sino también generadores de soluciones para la mejora de nuestra sociedad.

Fortalecer los parámetros de los códigos de ética periodística en los diversos medios de comunicación e instituciones educativas, además de afianzar los puentes de comunicación con la sociedad, para que así estos códigos no sean violadas, y de no ser así, sancionar ejemplarmente a los medios de comunicación por permitirlos.

Finalmente, que la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad César Vallejo, cree un grupo de fiscalización en cuanto al desempeño de las prácticas pre profesionales de sus alumnos, en las diversas entidades laborales, para que así pueda aportar a la práctica correcta de los códigos de ética profesional.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, B. (2010). Estudio de las fotografías de las portadas del medio impreso nuestro diario. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0752.pdf
- Alvarado, B. y Ruiz, L. (2013). *Humor, ironía y géneros textuales*. (1.ª ed.). España: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- Álvarez, A. (2006). La variación lingüística y el léxico: conceptos fundamentales y problemas metodológicos (1.ª ed.). Hermosillo, Sonora: Editorial Universidad de Sonora.
- Barthes J. (Febrero, 2014). Perú: *Ferdinand de Saussure y el estructuralismo*. *Revista latinoamericana de teorías de la comunicación* recuperado de:

<http://papeldeperiodico.com/2014/02/05/ferdinand-de-saussure-y-el-estructuralismo/>

- Berganza, R. (2011). *Desarrollo y características de los diarios gratuitos en España* (1.ª ed.). Madrid: Editorial DYKINSON.
- Burke P. (2005). *Visto y no visto, el uso de la imagen como documento histórico* (1.ª ed.). España: A&M Grafic
- Caballero R., A. (2014). *Metodología integral innovadora para planes y tesis*. (1.ª ed.). Perú: Cengage Learning.
- Calero, M. (s. f.) *Ética Profesional* (1.ª ed.). Perú: Editorial San Marcos.
- Carreto. M. (2005). *Constructivismo y educación*. (2.ed.).México: Editorial Progreso.
- Carrión, M., B. (2007). *Ensayos de Arte y Cultura*. (1.ª ed.) Estados Unidos: Universidad Autónoma de Juárez.
- Cerda, A., Mayorga, F. y Amezcua, C. (2007). *Taller de Lectura y Redacción I*. (1.ª ed.). México: Umbral Editorial, S.A.
- Cifuentes, R. (2011). *Diseño de proyectos de investigación cualitativa*. (1.ª ed.). Buenos Aires: Noveduc Libros.
- Deconceptos.com. (Mayo, 2015). Recuperado de <http://deconceptos.com/>
- De Saussure, F. (1945). *Curso de Lingüística General*. (24.va ed.). Buenos Aires: Losada S.A.
- Fernández, C. y Galguera, L. (2009). *Teorías de la Comunicación*. (1.ª ed.) México: McGraw- Hill Interamericana Editores, S.A.
- Fong, A y Triana, D. (2012). *Análisis comparativo del tratamiento periodístico dado por los medios impresos “El Tiempo” y “El País” a la información relacionada con un hecho de carácter internacional: el terremoto en Haití del 2012*. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://bdigital.uao.edu.co/bitstream/10614/3413/1/TCS01154.pdf>
- Garrido, M. (1984). *Teoría semiótica, lenguajes y textos hispánicos* (1.ª ed.). España: Imp. Taravilla.
- Gargurevich, R., J. (2002). *La prensa sensacionalista en el Perú*. (1.ª ed.). Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gargurevich, R., J. (2002). *La prensa sensacionalista en el Perú*. (2.ª ed.). Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

- Gargurevich, R., J. (2011). *Introducción a la Historia del Periodismo*. (1.ª ed.). Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Guerra, E. (2009). Análisis de tratamiento periodístico en notas informativas del diario La República sobre terrorismo en el Vraem- operación libertad. (Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo Lima Norte). (Acceso 10 de Abril de 2015).
- Guerra Salcedo, E. (2011). Análisis del tratamiento sobre el caso de despido del Ex Ministro de Salud Fernando Barrios en las portadas de los diarios Perú 21 y La Primera desde el 23 de noviembre del 2010 al 7 de diciembre del 2010. (Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo Lima Norte). (Acceso el 07 de Abril de 2015).
- Huamán Velásquez, L. (2012). Medios de comunicación en conflictos socio-ambientales: Tratamiento periodístico del conflicto socio-ambiental QUELLAVECO (Tesis de Bachiller, Pontificia Universidad Católica del Perú). (Acceso el 14 de Abril de 2015).
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación*. (5.ª ed.). México: McGRAW-HILL/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Hernández, S., Zapata, S. y Mendoza, T. (2013). *Metodología de la investigación*. (1.ª ed.). México: McGRAW-HILL/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Kimura, R. (2005). *Alberto Fujimori: El presidente que se atrevió a soñar*. (1.ª ed.). México: Ediciones Felou, S.A.
- Keene, M. (1995). *Práctica de la fotografía de prensa: Una guía para profesionales* (1.ª ed.). España: Paidós Ibérica.
- Kristeva, J. (1999). *El lenguaje de ese desconocido* (2.ª ed.). España: Editorial Fundamentos.
- Lari, F. (1993). *Principios y fundamentos del diseño y diagramación* (1.ª ed.). Perú: Cicosul.
- López, X. (2003). *O discurso dos medios impresos no caso das "vacas tolas"* (1.ª ed.). Santiago de la Compostela: Edición bilingüe galego.
- López, G., G. (2004). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública: Las elecciones generales del año 2000*. (1.ª ed.) España: Servei de Publicacions de la Universitat de Valencia.

- Lozano, R., J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. (1.ª ed.) México: Pearson Educación, S.A.
- Lynn., G., Rodrigo, E. y Rosales, R. (2007). *Fotografía: Manual básico de blanco y negro*. (1.ª ed.). México: Escuela Nacional de Artes Plásticas.
- Martínez, M. (2004) *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa*. (1.ª ed.). Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.
- Martini, S. y Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia*. (1.ª ed.). Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.
- Mercado, S. (2010). El tratamiento periodístico que recibió el referéndum revocatorio en Bolivia: una comparación entre Clarín, La Nación y Página/12. (Tesis de Maestría). Recuperada de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/1968/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Morín, V. (1974). *Tratamiento periodístico de la información* (1.ª ed.). Francia: Asesoría técnica de ediciones.

ANEXOS