



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder durante
la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

Barba Rivera, Jimmy Paul (orcid.org/0000-0003-4848-2718)

Ramos Chirinos, Jhonatan Carlos Eduardo (orcid.org/0000-0001-5154-3003)

ASESOR:

Mgtr. Cautín Martínez, Alfredo (orcid.org/0000-0001-6502-8870)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A nuestras familias por haber estado a nuestro lado y ser testigo de este proceso por años, gracias por toda su confianza y apoyo incondicional.

Agradecimiento

Gracias a nuestro docente, porque gracias a su incondicional ayuda este proyecto fue posible y se concluyó con éxito.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	17
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	17
3.3. Escenario de estudio.....	17
3.4. Participantes.....	18
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.6. Procedimiento.....	19
3.7. Rigor científico.....	19
3.8. Método de análisis de datos.....	21
3.9. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	22
V. CONCLUSIONES.....	48
VI. RECOMENDACIONES.....	50
REFERENCIAS.....	51
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1: Validadores	20
Tabla 2: Tabla V de Aiken	20

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad estudiar el discurso televisivo del programa “Cuarto Poder” durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales 2021, programa dominical televisivo de gran audiencia, donde se busca entender en todas sus dimensiones el discurso televisivo que se emplea en los medios de comunicación en el Perú.

La investigación tiene enfoque cualitativo, de nivel hermenéutico, de paradigma interpretativo, de diseño estudio de casos y como instrumento la guía de observación.

Los resultados y conclusiones de la presente investigación arrojaron que el discurso televisivo del programa Cuarto Poder durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021 se presentaron datos verídicos de materia informativa sustentadas por estudios y expertos, pero también se recurrió a la especulación y recreación de posibles hechos a favor de un candidato por sobre el otro, teniendo en cuenta el contexto temático, discurso textual, discurso vocal y lenguaje audiovisual.

Palabras clave: Discurso televisivo, contexto temático, discurso textual, discurso vocal, lenguaje audiovisual.

Abstract

The purpose of this research work was to study the television discourse of the program "Cuarto Poder" during the second round of the presidential elections 2021, a Sunday television program of great audience, where we seek to understand in all its dimensions the television discourse used in the media in Peru.

The research has a qualitative approach, hermeneutic level, interpretative paradigm, case study design and observation guide as an instrument.

The results of this research showed that the television discourse of the program Cuarto Poder during the second round of the presidential elections of 2021 presented true data of informative matter supported by studies and experts, but also resorted to speculation and recreation of possible facts in favor of one candidate over the other, taking into account the thematic context, textual discourse, vocal discourse and audiovisual language.

Keywords: Television discourse, thematic context, textual discourse, vocal discourse, audiovisual language.

I. INTRODUCCIÓN

La televisión es el medio de comunicación en la que se transmite información de sonidos e imágenes de manera simultánea que son percibidas por la audiencia, este contenido puede ser informativo o de entretenimiento. En la actualidad, presenta cambios y retos en la forma de producción para adaptarse a sus nuevos telespectadores y seguir en vigencia ante la gran ola de información que se propaga en el internet mediante todas las plataformas digitales.

Sin embargo, en los últimos años, la televisión ha jugado un papel muy importante, sobre todo en la coyuntura actual, en donde se ha incrementado la teleaudiencia debido a la necesidad de tener mayor información sobre los sucesos ocurridos en gran parte del mundo por causa de la COVID-19. En ese sentido Casero (2020), mediante un análisis de distintas plataformas de información consumidas en Estados Unidos durante la crisis sanitaria, evidenció que hubo incrementos en el consumo de la televisión (96%) por sobre los medios impresos (93%) y, por más diferencia, sobre las redes sociales (87%).

En el Perú, la televisión también presentó un incremento en su audiencia en los últimos años, no solo por el tema de la pandemia, sino que además factores políticos y sociales provocaron que los espectadores busquen estar más informados a través de este medio de comunicación, tal es así que los diversos canales televisivos peruanos abordaron la información coyuntural en distintas relevancias según la línea editorial. En tal sentido, Maccasi (2021) a través de su estudio cualitativo para CONCORTV, sostiene que la parrilla de contenidos de los distintos medios masivos de comunicación peruanos, en pleno desarrollo de la segunda vuelta electoral 2021: América Noticias, produce noticias breves y de carácter estándar en un 99.4%; 24 Horas, emplea ambos formatos en un 75%; finalmente 90 segundos, transmite más notas breves en un 24.9%.

En el año 2021, entre los meses de abril, mayo y junio, las emisiones del programa “Cuarto Poder”, conducido por los periodistas Mávila Huertas y Mario Ghibellini, el cual se transmitía los domingos en el horario de las 8:00 p.m. a 10:00 p.m., se abordaron la temática de las elecciones presidenciales, porque era la coyuntura en nuestro contexto nacional. Durante este periodo de tiempo

en las emisiones, se pudo apreciar cómo es que dicho programa ilustraba al detalle cada aspecto que acontecía durante la segunda vuelta electoral de esos momentos a través del discurso televisivo presentado por dichos conductores mediante los reportajes y entrevistas. De acuerdo con Pérez (2021) el discurso televisivo es comprendido como una forma de comunicación que se emplea por una o más personas en televisión con el objetivo de tratar un determinado tema que presenta contexto temático, discurso textual, discurso vocal y un lenguaje audiovisual que puede ser plasmado de manera sintáctica, como también de manera morfológica. Es decir, se trata de la interacción entre una o más personas en un set de televisión donde abordan un tema de interés público y que obedece a una pauta determinada, donde influyen los elementos del lenguaje audiovisual, el contexto temático, el discurso vocal y el discurso textual.

Es por ello que nos planteamos la siguiente interrogante: “¿Cómo se presentó el discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021?”. Como problemas específicos se plantea lo siguiente: “¿Cómo se presentó el contexto temático del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021?”, “¿Cómo se presentó el discurso textual del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021?”, “¿Cómo se presentó el discurso vocal del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021?” y “¿Cómo se presentó el lenguaje audiovisual del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021?”.

Esta investigación se justificó a nivel metodológico, porque recolectará los datos empleando el enfoque cualitativo, de nivel hermenéutico, porque se hará un análisis o interpretación del ámbito temático, en razón de las categorías y subcategorías propuestas por el citado autor en razón al programa “Cuarto Poder”, emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021.

A nivel práctico, se justifica porque se presentará un informe de carácter cualitativo del programa “Cuarto Poder”, porque es importante entender en todas sus dimensiones el discurso televisivo que se emplea en los diversos medios de comunicación masiva en el Perú, ya que de esta manera los miembros de un

medio televisivo puedan comprender la importancia que tendrá el discurso que sus conductores y contenidos presenten ante los televidentes de acuerdo al contexto temático, discurso textual, discurso vocal y lenguaje audiovisual que obedecen a una misma ideología social.

Por consiguiente, el objetivo general de esta investigación es analizar el discurso televisivo del programa “Cuarto Poder” emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021. Asimismo, el estudio cuenta con cuatro objetivos específicos: Analizar el contexto temático del programa “Cuarto Poder” emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021, analizar el discurso textual del programa “Cuarto Poder” emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021, analizar el discurso vocal del programa “Cuarto Poder” emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021 y analizar el lenguaje audiovisual del programa “Cuarto Poder” emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Díaz (2017) en su estudio tuvo como finalidad analizar el discurso televisivo del capítulo final de la serie turca “Las mil y una noches” emitida en Lima en el 2017; serie de mucha audiencia en señal abierta donde se consideró fundamental teorizar y fundamentar sobre el importante rol de los medios masivos de comunicación en la producción de contenidos. La autora utilizó un enfoque cualitativo, a nivel hermenéutico, y como diseño el estudio de caso. La técnica empleada fue la observación y el instrumento utilizado para la recolección de datos fue la guía de observación.

El estudio concluyó que el propósito de usar este tipo de características del discurso televisivo en la serie era mostrar la intención del medio, la manera en cómo se destacaba la realidad sociocultural que se presentaba en los elementos ficticios y simbólicos de la serie turca.

Navarrete (2020) en su estudio tuvo como finalidad analizar el discurso televisivo en la civilización del espectáculo: caso América Noticias Edición Central, el cual busca ayudar a generar en los periodistas a elaborar un periodismo de calidad con criterio en el mundo televisivo. El autor utilizó el enfoque cualitativo, de nivel fenomenológico, empleó como instrumento la guía de entrevista y como técnica utilizada, la entrevista.

En el estudio concluyó que es común utilizar como recurso la intriga y calificativos para mantener al televidente en expectativa, donde los periodistas usan frecuentemente la especulación en sus discursos alejándose de la información directa, todo con la finalidad de dejar a la interpretación de la audiencia.

Aranda (2021) en su estudio analizó el discurso televisivo de los programas nocturnos “La Noche es Mía” y “La Banda del Chino”, productos icónicos de la televisión nacional en el rubro del entretenimiento en el horario de la noche, esto lo realizó para evidenciar los cambios y adaptaciones de sus discursos, durante el tiempo en que se fueron desarrollados. El autor empleó el enfoque cualitativo, de nivel hermenéutico y como diseño al estudio de casos. Asimismo, empleó

como instrumento la guía de observación y por ende como técnica a la observación.

El autor concluyó que dichos programas coincidieron en el modo que presentaban al equipo de producción, utilizándolos como parte del discurso, aunque en sus notas o contenidos que mostraban eran evidentes las diferencias narrativas, estos se caracterizaron por la actualizada información que mostraron, sin embargo, se diferenciaron en la manera de construirla y desarrollarla.

Guzmán y Rodrigo (2018) en la investigación que realizaron tuvo como finalidad analizar el caso “Baguazo” en el discurso periodístico peruano. Un análisis crítico de los medios durante el conflicto amazónico de 2009, donde se analizaron la manera en la que se presentó el discurso verbal que ilustró desde un enfoque social el origen de este conflicto en el cual se destacó a la crítica por parte de grupos étnicos hacia los sectores políticos. Los autores emplearon el enfoque de investigación cualitativa y como diseño el estudio de casos, así también utilizaron como instrumento la guía de observación y, por ende, como técnica la observación.

Los autores concluyeron que el discurso presentado en este caso destacó por el rechazo que se vio reflejado en cada pueblo indígena, el cual reclamaba la falta de apoyo del estado peruano hacia el conflicto amazónico.

Sampaio (2020) en su estudio tuvo como finalidad analizar la estructura del discurso de la serie de Netflix “13 Reasons Why”, en su primera temporada. Esta serie en el sector adolescente logró tener mucha acogida, desencadenando efectos negativos en su audiencia. La autora empleó el enfoque cualitativo, de nivel hermenéutico y como diseño el estudio de casos. Asimismo, empleó como instrumento la guía de observación y, por ende, como técnica, la observación.

La autora concluyó que esta serie impactó e influyó en los adolescentes de todo el mundo, ya que los elementos del discurso influenciaron a los espectadores sobre el suicidio.

Molina (2020) en su estudio tuvo como finalidad analizar el discurso televisivo y la humorización de la política, como estudio de caso: Programa “En corto”, donde se elaboró la narrativa humorística y los componentes que se

involucran para que la política tenga un enfoque de entretenimiento. La autora empleó el enfoque de investigación cualitativo y como diseño el estudio de caso. Asimismo, utilizó como instrumentos la guía de observación como técnica cualitativa.

En el estudio, la autora concluyó que la cualidad que más destacó en el discurso presentado en este caso fue el humor y el impulso al cambio político con el propósito de generar un ambiente jocoso en medio de una sociedad hastiada de tantos problemas de desigualdad y corrupción.

Para ello, se presenta el concepto del ámbito temático y de las categorías que la conforman. Como ámbito temático tenemos al discurso televisivo.

Para Pérez (2021) el discurso televisivo es comprendido como una forma de comunicación que se emplea por una o más personas en televisión con el objeto de tratar una temática determinada, la cual presenta intención, cargada de contenido e ilustrada con expresión, mediante el uso de un lenguaje que puede ser plasmado de manera sintáctica, como también de manera morfológica.

Del mismo modo, para Llanos (2017) describe al discurso televisivo como una elaboración de signos y símbolos, donde existen un contexto y tiempo determinado, generando contenido que atiende a fines específicos, entre los cuales se puede motivar el consumo de productos, ideologías y conductas sociales.

Como primera categoría de estudio tenemos al contexto temático. Para Ruano y Millán (2005) el contexto temático en la televisión fue una gran revolución para los medios, ya que en la pauta televisiva se empezaron a emplear varios géneros de producción, mostrando hechos reales, dramatizaciones o exageración de los acontecimientos para poder persuadir o cautivar, con el fin generar mayor entretenimiento, adoptaron un rol más activo con respecto a sus programaciones clásicas, empezaron a seleccionar contenidos segmentados el cual, obtuvo una respuesta positiva y de mayor satisfacción por parte del televidente, es por ello que el objetivo actual de los medios de comunicación no es conseguir la máxima audiencia, sino conseguir un público satisfecho con la programación.

Del mismo modo, para Hernández (2017) el contexto temático de la televisión, busca resolver la necesidad de contenido y que este tenga una organización particular donde influye la intención, el tipo de contenido y expresión que se desea transmitir. De esta manera la información se pueda adaptarse a su audiencia, satisfaciendo sus distintas necesidades, adecuándose a los gustos y necesidades más concretas de telespectadores.

Como primera subcategoría del contexto temático tenemos a la intención comunicativa que para Mas (2011) es informativa, si se muestra la realidad tal y como es, pues presenta los hechos y eventos a través de una ventana al mundo real de manera objetiva. El autor refiere que en ciertas ocasiones la intención de los medios de comunicación es mostrar el hecho noticioso de manera objetiva, sin elegir datos interesados y mucho menos alterarla para su audiencia.

Asimismo, para Portoles (2016) la intención informativa se refiere cuando el hablante quiere dejar un conjunto de manifiestos o suposiciones a su público, mientras que para Tomasello (2018) esta intención radica en que los comunicadores tienen ese compromiso de transmitir información a los demás sin dejar de lado la honestidad y la precisión, todo ello conllevando únicamente a la verdad. Por eso, teniendo en cuenta el discurso televisivo, Marín (2019) indica que mientras un producto audiovisual como el reportaje se muestre más imparcial al momento de explicar los datos, tendrá mayor credibilidad en la audiencia.

Del mismo modo, Mas (2011) explica que la intención es persuasiva cuando se elige manera interesada o mal intencionada algún dato de la información, según le convenga al medio. Es decir, los medios masivos eligen, procesan y presentan algunos datos de la información para darle cierto enfoque a la noticia, todo depende de su ideología o posición del medio de comunicación en contextos sociales, políticos o económicos.

En ese sentido, para Escalona (2022) la persuasión es una técnica comunicativa intencional que pretende cambiar la actitud, ideas o los pensamientos de la persona o conjunto de personas que han recibido el mensaje. Además, Calicchio (2020) comparte la idea de Escalona explicando que la persuasión es una forma particular de interacción que tiene como finalidad

dar un giro o cambiar las creencias, los comportamientos y actitudes de sus destinatarios. Adicionalmente, esta intención comunicativa persuasiva se encuentra más en los discursos publicitarios y políticos.

Por último, es lúdica o entretenida si se crea una realidad distinta a lo abordado, es decir se especula o se crean datos no corroborados. Esta intención pretende recomponer el hecho noticioso con la finalidad de generar mayor audiencia a través de contenidos encubiertos y que no se adecúan a lo que verdaderamente trata la noticia.

Como segunda subcategoría del contexto temático tenemos a la estructura temática que para Mas (2011) señala que consiste en la organización del discurso mediante la temática del mensaje. Es decir, es el ordenamiento de los temas a tratar teniendo en cuenta una jerarquía coherente y lógica, donde se ordenan los datos principales, los secundarios y, por último, los detalles. Asimismo, Bocchi (2019) señala que los contenidos informativos, deben tener una estructura y orden coherente, por ello la información debe estar de en un orden jerárquico según la importancia de lo que se desea transmitir y posteriormente todos los detalles secundarios.

Como segunda categoría tenemos al discurso textual. Según Fuentes (2022) menciona que es todo aquello que transmite información concreta, con conceptos casi precisos y este se manifiesta cuando un emisor transmite y comunica el mensaje de manera precisa tal como suceden los hechos.

Como primera subcategoría del discurso textual tenemos al estilo informativo directo, donde Estéves (2020) señala que el relator o redactor periodístico es una parte primordial el cual busca transmitir información de manera neutral, urgente y con credibilidad. Logrando ofrecer a la audiencia la posibilidad de conocer mejor la fuente de información a través de su propia voz o redacción.

Como segunda subcategoría del discurso textual tenemos al estilo informativo coloquial. Según Zárate (2021), sostiene que el presentador, relator o redactor, busca la manera de transmitir siendo participante de la información, manteniendo un estilo de interés para poder facilitar al espectador entender

mejor el mensaje, muchas veces la forma de comunicación puede ser informal y espontánea.

Como tercera subcategoría del discurso textual tenemos al estilo informativo sugestivo, es cuando el presentador participa plenamente de la noticia, apelando a la informalidad y emocionando al espectador a propósito de las informaciones.

Como tercera categoría tenemos al discurso vocal que para Mas (2011) es la locución de la información, entendida como la combinación de palabras que son acopladas mediante ritmos y pausas con expresión, con niveles de timbre altos que son únicamente articulados a través de una dicción que garantice el entendimiento de la información. El autor añade que el presentador de televisión emplea su voz para expresar de la mejor manera el texto que tiene delante de él.

Según Rosado, Benítez y Arias (2020) la palabra oral fue el principal medio de comunicación empleado por las personas para que pudieran interactuar entre sí, apoyados por el ritmo, la entonación, los ademanes y gestos del hablante hacia el receptor de la información.

Por otro lado; Ibáñez, Villalonga y Marta-Lazo (2021) señalan que la voz es la principal vía de comunicación y una herramienta diferenciadora que le permite al ser humano interactuar con la audiencia, evocando así emociones. Asimismo, sus variaciones de la voz como el tono, la intensidad y el ritmo transmiten estados de ánimo y pueden influir en la interpretación y percepción del mensaje. Por eso, añaden las autoras, una voz muy preparada, capaz de mejorar las expresiones, la claridad del mensaje, ostenta poder e influye en su público.

Como primera subcategoría del discurso vocal tenemos a los picos tonales que según Mas (2011) es cuando se aumenta la tonalidad de una a dos sílabas, aquí se enfatiza la información de la noticia. En ese sentido, Yanes (2017) define que la tonalidad o entonación es la forma de modulación de nuestra voz y cómo puede pasar de tonos más bajos a otros más altos o viceversa, teniendo relación con los sonidos agudos, medios y graves dentro de las mismas palabras.

Como segunda subcategoría del discurso vocal tenemos a la prominencia, que se refiere al aumento de la tonalidad, intensidad y duración de las sílabas de las palabras claves. Para Callegari (2022) la intensidad es el nivel de volumen que usamos cuando hablamos, puede ser fuerte, débil o moderado y va a depender mucho de la cantidad de aire que tengamos antes de emitir cualquier información.

Como tercera subcategoría del discurso vocal tenemos a plateau, que es una porción de información que no tiene ni picos tonales ni prominencias y, mucho menos, información relevante durante la presentación de la noticia. Por eso, para Fernández (2016) el ritmo de la voz hace referencia al número de palabras que son emitidas durante un tiempo determinado que podría ser de duración rápida, pausada o lenta. Este tipo de discurso vocal se ve a menudo en los programas de televisión donde la expresividad y la duración con la que narran la información dependerá del contexto de la noticia ya sea positiva, negativa, amena, triste o incluso sensacionalista.

Como cuarta categoría de estudio tenemos al lenguaje audiovisual. Según Román (2022) sostiene que el término audiovisual es equivalente a la vista y el oído conjuntamente, a toda aquella manifestación comunicativa que los medios audiovisuales emplean para transmitir un mensaje a su público y que se sustentan en la percepción de lo visual y auditivo. Se trata pues del cine, la multimedia, el video que contiene un significado a través de las imágenes y el sonido. Es decir, es una forma de comunicación que incluye tanto la imagen como el sonido para poder transmitir un mensaje, ya sean ideas, sentimientos, expresiones o incluso emociones que son percibidas por el sentido de la audición y visión de la persona.

Valhondo (2019) tiene una idea parecida a lo anterior mencionado, pues para él el lenguaje audiovisual no solo se trata de cine en la actualidad, sino que también este tipo de comunicación aporta en el mundo de los videojuegos, las series televisivas de plataformas digitales y otros géneros más recientes. En pocas palabras, el lenguaje audiovisual se encuentra compuesto por muchos géneros televisivos que parten desde lo más común como un programa de televisión, hasta una serie de ficción que es emitida en una plataforma de streaming.

En ese mismo sentido, para Delgado (2019) todo producto audiovisual es entendido mediante un sistema multisensorial, llamada así a la integración y funcionamiento tanto de la vista y el oído, donde predominan los contenidos icónicos por encima de los verbales. Es así que nuestro cerebro procesa toda la información del contenido audiovisual de manera unificada y donde adquiere mayor relevancia la sensibilidad que el mismo intelecto.

Por otro lado, Marín (2020) teniendo en cuenta el periodismo televisivo, aborda el lenguaje audiovisual como la forma más simple al momento de elaborar una noticia, que está compuesta por elementos técnicos como lo son las imágenes, el silencio, la música y los sonidos. Para el autor, sería el mensaje construido mediante la narración audiovisual, grabada con cámaras, perfeccionada o editada a partir de los desperfectos de la imagen y el sonido y, posteriormente, transmitida por el equipo de la realización televisiva.

Como primer código de esta segunda categoría, tenemos al aspecto sintáctico del lenguaje audiovisual. Para Jódar (2018) principalmente son: el color, los planos, la angulación, movimientos de cámara, la iluminación y la composición son los elementos que incluye dentro de los aspectos sintácticos. En ese sentido, Gallo (2021) menciona que, para elaborar un relato auditivo y visual, conjuntamente, es necesario contar con estos recursos, porque de acuerdo a su utilización se puede variar la forma de expresión de las imágenes en movimiento.

Para Rodríguez (2013), el construir un mensaje no se basa solamente en incluir adjetivos, verbos y nombres, sino que se necesita la presencia de ciertas normas sintácticas para darle un significado. Entonces, para abordar el mensaje audiovisual se siguen las mismas reglas para darle un sentido al mensaje que se transmite a través del sonido y de la imagen: ángulos, planos, profundidad de campo y composición, continuidad, distancia focal, ritmo, color iluminación y movimientos de cámara. Lo anterior es respaldado por la Editorial Digital UNID (2015) señalando que la dimensión o aspecto sintáctico del lenguaje audiovisual se refiere a la integración, orden y vínculo entre la profundidad de campo, los movimientos de cámara, la iluminación, los planos, la composición, el ritmo, los ángulos y la distancia focal. Asimismo, resalta que la función de estos elementos

que hacen posible este aspecto posibilita la construcción de un mensaje significativo mediante la combinación de estos componentes sintácticos.

Bedoya y León (2016) refieren al plano como los encargados de establecer una coherencia de distancia, que tiene como finalidad informarnos sobre la cercanía o lejanía de los objetos o personajes que podemos percibir en el campo visual. Para Morales (2013) el plano es la mínima unidad representativa de la realidad que está dentro del espacio tiempo, es entonces la porción despedazada de la realidad audiovisual que se encuentra tanto en la escena como en la misma secuencia. Todo el contenido observado en el plano corresponde básicamente a las acciones, objetos y elementos que acostumbramos a decodificarlo de la manera más sencilla para comprenderlas.

Los ángulos según Pina (2020) se trata de la diferencia que existe entre la altura de la cámara y el punto filmado (personaje). Los tipos de ángulos se utilizan de acuerdo a las emociones presentadas por los protagonistas de la imagen, algunas, por ejemplo, aluden a la superioridad, lo magnífico, como es el ángulo contrapicado; lo contrario sucede con el picado, que se le atribuye la pérdida de dominancia, jerarquía o empequeñecimiento; el normal, equivale a la tranquilidad, estabilidad, igualdad. Bartoll (2016) menciona que los tipos de ángulos son: normal o neutro, inclinado, picado y contrapicado. Por otro lado, Fernández (2020) señala que existen seis tipos de ángulos: normal o a nivel, contrapicado, picado, cenital o picado perfecto, nadir o contrapicado perfecto y, por último, el ángulo de gusano.

Atienza (2013) señala que los movimientos de la cámara son todos los desplazamientos físicos del aparato u ópticos (zoom), estos últimos haciendo manipulación de la lente de la cámara. El movimiento panorámico es cuando la cámara se encuentra fijada en un solo lugar, puede ser en un trípode, y gira entorno a su propio eje enfocando al sujeto y objeto; mientras que el trávelin se desplaza hacia atrás o adelante, derecha o izquierda, fijando el movimiento en relación al personaje dentro del encuadre.

El encuadre para Román (2017) es donde entran a tallar las líneas y que una horizontal puede significar quietud; la línea vertical, confianza o elevación; líneas oblicuas, inestabilidad o tensión y las curvas, dinamismo. Por otra parte,

Coya (2014) explica que el encuadre es todo referido a la cámara, desde sus ajustes y movimientos para que las acciones de los personajes queden registradas dentro de la imagen grabada.

Como segundo código de esta segunda categoría, tenemos al aspecto morfológico del lenguaje audiovisual que para Rodríguez (2013) son los elementos visuales y sonoros que conforman el lenguaje audiovisual.

El punto, según Alard y Monfort (2017), es la unidad mínima del lenguaje a través de imágenes y su posición puede atraer la atención de nuestros ojos. Por su parte, Wenham (2003), señala que el punto a pesar de parecer algo pequeño e insignificante, puede producir otros elementos como la línea; por el rastro o movimiento de un bolígrafo y por consiguiente a otro elemento visual como la figura. Entonces, podemos decir que el punto es un elemento base y fundamental, porque su presencia en una imagen puede generar otros elementos y de esta forma se logra reforzar lo que se muestra.

Para Iglesias (2021), la línea es un punto en movimiento y se usa para construir imágenes y formas. En ese sentido Castillo (2017) indica que produce dinamismo, se caracteriza por su direccionalidad, asimismo permite que el ojo humano siga el recorrido de la línea en una dirección determinada y según su simbología pueden ser verticales, horizontales, diagonales y curvas. Los dos autores explican que la línea es un elemento visual dinámico, pues representa tanto la forma como la estructura de cada figura que encontremos en una fotografía o video, asimismo podemos determinar su posición y dirección.

La forma o también llamado plano, según Revilla y Murillo (2019) es producto del desplazamiento de una línea, se trata de una superficie bidimensional que posee tanto altura como anchura, pero no profundidades. Los dos autores y Malavasi (2005) apuntan que existen dos tipos de formas: las naturales y las artificiales. Es decir, las primeras son las figuras geométricas como cuadrado, círculo y triángulo, las denominadas formas básicas; mientras que las segundas, son representaciones u objetos reales que poseen similitud con las tres figuras básicas.

Los autores Bedoya y León (2016) sostienen que el color tiene una función que apela a lo emocional [...] los cineastas no buscaban imitar la realidad tal y como es, sino recrearla, en tener una aproximación de lo que se ve. El color se encuentra en todas partes y nos permite una vida más alegre y dinámica. Asimismo, Serrano y Biel (2013) señalan que los colores nos ayudan a diferenciar las formas que componen una imagen.

Iglesias (2021) respecto al color, se asocia a las emociones y presenta diferentes connotaciones de acuerdo a las culturas. Por ejemplo, el verde representa la esperanza y el negro, el duelo, la lucha. A su vez, Román (2017) explica que el efecto del color en los receptores es muy natural, porque su interpretación es totalmente universal. Además, los colores representan diferentes significaciones culturales, teniendo en cuenta los sitios geográficos donde se encuentren las personas.

Román comparte la información de Iglesias y acota que hay muchos significados de los colores, como por ejemplo la elegancia, la muerte, misterio y siniestro pueden ser representados por el color negro; el blanco, la pureza, juventud, nacimiento; el azul, tristeza. Podemos deducir que es un elemento que refuerza los contenidos audiovisuales mostrados en la fotografía y en el cine. Además, puede representar la realidad, tiene significados e influye por el lado expresivo y emocional de las personas.

Alard y Monfort (2019) señalan que para la construcción del mensaje auditivo se disponen de cuatro elementos sonoros primordiales, como lo es el silencio, la palabra, los efectos de sonido y la música. Teniendo en cuenta un programa de televisión, para Mora (2020) existen principalmente cinco elementos, los cuales serían la palabra, el silencio, el sonido ambiente, los efectos sonoros y la música.

La palabra para Ferro (2020), considerando la historia del cine, es un recurso sonoro clave y por excelencia en la producción de diversos productos audiovisuales. Por eso, añade, que es un elemento muy utilizado debido a que la palabra se ve reflejada en los diálogos entre dos personajes, en la voz en off que funciona como discurso en tercera persona, en un monólogo interior de un intérprete y también en la música por la letra musical de la misma.

Los efectos de sonido para Pereyra (2020) son los agregados sonoros que dan vida a los personajes, para así darle más realismo, emoción o incluso suspenso dependiendo del contexto presentado. Prácticamente serían recursos sonoros humanos, naturales o efectos especiales.

Para Bedoya y León (2016), la música se utiliza como un acompañamiento de las imágenes para darle dramatismo y crea una atmósfera tiempo – espacio que sirve para apoyar la ambientación donde se realizan los hechos. Además, la música proporciona sentido a las escenas, a las acciones, a la intensidad o velocidad de las tomas, a la misma trama de lo que se ve y tiene un rol fundamental en contextos que aluden a la tristeza, euforia o la melancolía. En ese sentido, Ferro (2020) explica que la música ayuda al espectador a familiarizarse con la trama, ya que es una vía para la creación un clima emocional y facilita que los sucesos se desarrollen de manera fluida.

Gustems (2013) detalla que el silencio como elemento sonoro es de uso exclusivo en los filmes de terror, porque abusan de su uso debido a la tensión o dramatismo que genera en la narración, aumentando así la expectativa. También, se usa el silencio para aumentar la incertidumbre de los personajes, para simbolizar lo desconocido como la muerte, el vacío, la angustia, el horror. Por eso para Rodríguez (2021) el silencio es un elemento poderoso de expresión, porque va mucho más allá que las mismas expresiones sonoras como las ya mencionadas anteriormente. Román (2017) el silencio tiene diversos significados en diferentes contextos audiovisuales tales como la tranquilidad, reflexión, desesperanza, desolación, muerte, arrepentimiento.

Esta investigación se argumenta en la teoría de la agenda setting. En la cual Feezell (2017) menciona que en dicha agenda los medios de comunicación transfieren información donde se instaura un grado de importancia de las noticias para poder influir en la audiencia y posteriormente generar una opinión pública. Es por ello que la agenda setting desde la perspectiva del discurso tiene una serie de elementos que influyen significativamente en el público. La agenda setting es una teoría que ha sido llevado en el mundo de los medios, así como también en áreas como la política y la agenda pública, por tal razón, es importante resaltar aquello, porque en el presente estudio veremos cómo es que esta teoría justifica la manera en que el discurso televisivo que presentó el

programa “Cuarto Poder” durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021, donde se presentaron ciertos elementos que se mencionan en la cita del autor en mención.

Asimismo, la teoría del Newsmaking desde la perspectiva de Jenkins y Jerónimo (2021) señalan que dicha teoría estudia todo tipo de proceso de la información, en donde los profesionales de la comunicación elaboran el mensaje desde su perspectiva en un proceso complejo y desde su punto de vista, para convertirla en la realidad, es decir un producto mediático, para generar la mayor cantidad de audiencia. En ese sentido en el presente estudio veremos cómo es que esta teoría justifica la manera en que el discurso televisivo presentó el programa “Cuarto Poder” durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021.

Por último, la teoría del Framing o Encuadre para Piñeiro y Mangana (2018) se trata sobre la selección de algunos aspectos o datos de la realidad y plasmarlos en un texto noticioso, donde es narrado por periodistas de un medio de comunicación y presentado a la audiencia. Los autores señalan también que la palabra “framing” implica dos funciones, la de seleccionar la información y poner énfasis en los datos elegidos. Es así que el encuadre de ciertos temas noticiosos consiste en destacar ciertos datos de la realidad, dejando de lado otros que no se encuentran dentro de ese encuadre o que no tienen relevancia alguna para el medio de comunicación. Es decir, existen varios aspectos que no son considerados al momento de explicar una realidad y es que son los mismos medios masivos lo que dotan de cierto enfoque a las noticias. En ese mismo sentido, Ardévol (2015) señala que la teoría del Framing o Encuadre se basa en la selección de algunos elementos de la realidad, escogidos intencionalmente y a los que se les dará mayor importancia y énfasis al momento de presentar la noticia. Por eso, la presente investigación buscará tener cierta relación con esta teoría, ya que para Muñiz (2020) el “framing” se desarrolla con más frecuencia dentro del campo de la comunicación política.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación: La presente investigación es de tipo básica. Según Escudero y Cortez (2018) se le conoce también como pura o teórica, porque se basa exclusivamente en definiciones teóricas, sin llegar a ponerlas en práctica. En ese mismo sentido, Esteban (2018) es llamada también sustentativa, porque se centra en la curiosidad del investigador y en su objetivo de descubrir nuevos conocimientos, a partir de otro marco teórico, para aportar a la ciencia sin una finalidad práctica. Entonces, la investigación básica es aquella donde surgen nuevos conocimientos a partir de otros ya descubiertos, donde no existe una aplicación práctica de los mismos.

3.1.2. Diseño de investigación: El tipo de diseño de investigación es el análisis de contenido que según Andréu (2018) es el análisis textual o visual de la recolección de información de manera sistemática y objetiva donde se busca interpretar toda clase de registro de datos, ya sean videos, escritos, entrevistas, filmaciones y discursos de tal manera que se generen nuevos y diversos conocimientos.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Esta investigación tiene como ámbito temático al discurso televisivo y sus categorías son: contexto temático, discurso textual, discurso vocal y lenguaje audiovisual. La primera categoría tiene como subcategorías a la intención y contenido. La segunda categoría tiene como subcategorías al estilo informativo directo, estilo informativo coloquial y al estilo informativo sugestivo; la tercera, picos tonales, prominencia y plateau, la cuarta, los aspectos sintácticos y morfológicos. Dichas categorías y subcategorías están presentes en la matriz de categorización apriorística del presente estudio (Ver anexo 1).

3.3. Escenario de estudio

El escenario de estudio de esta investigación será el programa “Cuarto Poder”, dominical que se transmitía en el canal América TV en el horario de 08:00 p.m., conducido por los periodistas Mávila Huertas y Mario Ghibellini en el año 2021

entre los meses junio y julio. Asimismo, durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021, se abordó temas de política sobre las campañas electorales de los candidatos Keiko Fujimori Higuchi y Pedro Castillo Terrones, a través de reportajes, enlaces y entrevistas durante seis semanas con emisión dominical y una duración de 40 minutos por emisión.

3.4. Participantes

Para el presente estudio los participantes serán los discursos de los personajes implicados durante el tiempo estimado de las 7 ediciones dominicales que se presentaron durante la campaña de la segunda vuelta electoral 2021 en el programa “Cuarto Poder”, con la finalidad de alcanzar los objetivos trazados en esta investigación. Para ello, se empleó la muestra no probabilística por conveniencia, donde Otzen (2017) refiere que esta muestra permitirá seleccionar a los individuos según la conveniencia de los investigadores, ya sea por su accesibilidad o proximidad a los datos.

En el presente estudio, los investigadores analizaron los discursos presentados en las emisiones del programa Cuarto Poder, donde se desarrollaron 7 emisiones de cuatro bloques sobre la temática de la segunda vuelta electoral, de los cuales solo se escogieron un bloque por cada emisión. Dichas emisiones cumplen con las características relacionadas al ámbito político de las elecciones presidenciales, donde se observan discursos televisivos por parte de los conductores, narradores, entrevistados y candidatos.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Este estudio empleará la técnica de la observación para la recolección de datos. Para Jociles (2018) menciona que la técnica de observación es la exploración de las prácticas o quehaceres y acontecimientos de un fenómeno, hecho o caso, con la finalidad de ser registrado para luego ser analizado. Para ello, la información recopilada implica una codificación sistemática o mediante los sistemas de producción.

Asimismo, se empleará como instrumento de recolección de datos a la guía de observación. En ese sentido, para Sánchez, Fernández y Díaz (2020) señalan que la guía de observación es un formato o instrumento donde se registran apuntes descriptivos e indicadores, los cuales ayudan al observador recolectar y

obtener información relevante de lo que se está investigando. Estos formatos pueden incluir, nombre de la investigación, propósito, situación, hora y fecha, participantes, tema, impresiones o un resumen de lo sucedido, del mismo modo se puede abordar una serie de preguntas o afirmaciones que orienten los aspectos fundamentales del estudio.

3.6. Procedimiento

Para la elaboración del presente estudio se realizó la triangulación de datos, donde en primer lugar se hizo una búsqueda exhaustiva de estudios previos nacionales y extranjeros, los que sirvieron para contribuir a la interpretación del ámbito temático. De igual modo, con las categorías y subcategorías que se consideraron a raíz de los estudios anteriores, obtenidos en plataformas virtuales como Alicia Concytec, EBSCO, ProQuest, Google Académico, Scielo, Scopus, entre otros más. Luego, se procedió a la realización del instrumento que ayudará a registrar los datos necesarios para la interpretación y alcance de los propósitos trazados en el estudio. Después, se procedió a validar el instrumento con autorización de expertos profesionales en el tema del discurso televisivo. Finalmente, a través de la técnica de observación, se obtuvieron los resultados sobre el discurso televisivo en el programa Cuarto Poder durante la segunda vuelta electoral de 2021.

3.7. Rigor científico

Una vez diseñado el instrumento de recolección de datos, se procederá a la búsqueda de tres maestros en la especialidad de periodismo televisivo con el propósito de obtener su calificación con respecto al instrumento, con la finalidad de demostrar que el mismo respeta el principio de consistencia lógica, auditabilidad y transferibilidad para ser empleado en la recolección de información del caso a analizar en este estudio. Para ello, se ha considerado al Mg. Iturrizaga Urbina César Martín, Mg. Tomanguilla Reyna Homero y al Mg. Javier Napa Anthony Johnson para la respectiva validación del instrumento de recolección de datos.

<i>Validadores</i>	<i>Grado Académico</i>	<i>Experiencia Profesional</i>
1. <i>Tomanguilla Reyna, Homero</i>	Magíster en Gestión Pública	Universidad César Vallejo
2. <i>Javier Napa, Anthony Johnson</i>	Maestro en Docencia Universitaria	Universidad César Vallejo
3. <i>Iturrizaga Urbina, César Martín</i>	Maestro en Ciencias de la Educación con mención en Docencia Superior e Investigación	Universidad César Vallejo

Fuente: Elaboración propia

Para la presente investigación se empleó el coeficiente V de Aiken donde se medirá la confiabilidad del instrumento de recolección de datos con las calificaciones de los expertos. En tal sentido, Robles (2018) refiere que el coeficiente aplica un método de validez a los instrumentos de una investigación científica, el cual emplea una técnica para medir la confiabilidad sobre un material evaluativo. Asimismo, tiene valores (0 a 1), donde 1 es el valor máximo y que significa una conformidad entre los expertos y jueces.

COEFICIENTE V DE AIKEN CUALITATIVO

Pregunta	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Suma	Total
Ítem 1	1	1	1	3	100%
Ítem 2	1	1	1	3	100%
Ítem 3	1	1	1	3	100%
Ítem 4	1	1	1	3	100%
Ítem 5	1	1	1	3	100%
Ítem 6	1	1	1	3	100%
Ítem 7	1	1	1	3	100%
Ítem 8	1	1	1	3	100%
Ítem 9	1	1	1	3	100%
Ítem 10	1	1	1	3	100%
					100%

3.8. Método de análisis de datos

Una vez recolectados los datos mediante el instrumento, se procederá a ejecutar el método cualitativo de los esquemas semánticos, con los cuales se realizará un análisis ideográfico donde se plasmarán las cualidades encontradas por los investigadores y así alcanzar los objetivos trazados en la investigación.

3.9. Aspectos éticos

La investigación durante el proceso de ejecución, se centró en respetar el estilo y principios de redacción en formato APA. Adicionalmente, se tomaron en cuenta los principios de beneficencia, autonomía, no maleficencia y justicia. Según Siurana (2017) estos cuatro principios éticos se definen de la siguiente manera: Beneficencia: mediante identificación y uso de citas de un estudio, se respetará la propiedad intelectual de los autores. Sin maleficencia: esto no pretende infringir el trabajo original de otra persona. Autonomía: principio que se basa en la honra de los derechos de autor. Justicia: en relación a la actitud del investigador, puede merecer o recibir un premio o castigo. Así mismo este texto demuestra su originalidad, mediante el reporte de turnitin. (Ver anexo 4).

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La presente investigación planteó como problema general la siguiente pregunta: ¿Cómo se presentó el discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021? Para ello, se realizó el análisis de las emisiones grabadas y publicadas en YouTube aplicando guías de observación validadas por tres expertos en la rama de periodismo o del área del conocimiento pertinente de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

A continuación, se presentan los resultados de esta investigación:

4.1. Análisis del video “Así votó el Perú”

Esta emisión fue del 18 de abril de 2021, donde se presentó un reportaje que abordó el tema de los resultados de la primera vuelta de las elecciones presidenciales de 2021, donde se centra, principalmente, en el candidato del partido político “Perú Libre”, Pedro Castillo, y su primera aparición en los resultados de las elecciones.

Figura 1

Así votó Perú (Reportaje)



Reportaje sobre los días posteriores a la primera vuelta de las elecciones presidenciales de 2021.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría que es contexto temático, se muestra que en la subcategoría que es intención comunicativa se hace énfasis en la transmisión de datos verídicos de la información, objetivos de la realidad mostrada y que no se eligen datos específicos ni mucho menos se altera el suceso que es presentado a la audiencia. Es decir, el discurso presentado por el narrador del reportaje se basa en datos reales del sorprendente primer lugar del candidato Pedro Castillo por encima de otros favoritos a ganar las elecciones presidenciales de 2021, que son corroborados por las encuestadoras y la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) y que no recaen en informaciones falsas o recreadas sobre este suceso, porque son explicados por especialistas políticos que no muestran una preferencia en particular, simplemente muestran el hecho noticioso tal y como es.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Marín (2019) señala que mientras un producto audiovisual como el reportaje se muestre más imparcial al momento de explicar los datos, tendrá mayor credibilidad en la audiencia, por lo que coincide con los resultados de la investigación, porque el discurso del reportaje analizado muestra los hechos reales del primer lugar del candidato Pedro Castillo y sobre la limitación de las encuestadoras en solo centrar sus conteos en Lima y no en provincias. Entonces, se muestran datos que son contrastados y confirmados tanto por el programa, entrevistados, encuestadoras y máximas autoridades como la ONPE.

Esto se confirma con la teoría del Newsmaking, ya que se trata de un proceso para transformar un hecho en noticia teniendo en cuenta ciertos criterios como la noticiabilidad, evolución y trascendencia del hecho, grado o nivel jerárquico de los sujetos implicados. Entonces, por tratarse de un candidato que nunca apareció en las encuestas previas a las elecciones y que dejó atrás a candidatos como Keiko Fujimori, Hernando de Soto, López Aliaga y Verónica Mendoza, se convierte en noticiable porque nunca se supo de la presencia de Castillo en las encuestas. Se convierte en indispensable porque no se tenía mucha información de Pedro Castillo, ya que nunca se abordó una noticia sobre él en la campaña electoral de la primera vuelta y su inclusión en la segunda. Según el reportaje analizado, adquiere trascendencia en el proceso electoral.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría que es discurso textual, se muestra que en la subcategoría que es estilo informativo directo no se encontró preferencia en ningún candidato, porque el narrador del reportaje que sigue una pauta o guion solo pretende informar sobre el nuevo favorito a ganar la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021, quien es Pedro Castillo del partido político “Perú Libre”. Es decir, la finalidad de la redacción del reportaje como del medio de comunicación “Cuarto Poder” es únicamente describir lo que sucedió después de los primeros resultados del proceso electoral, explicando temas relacionados sobre Pedro Castillo como su campaña electoral previas a la segunda vuelta, su postura política, su gran avance político, acogida por la ciudadanía y también sobre los retos que tendrá que enfrentar para ser el nuevo presidente de Perú.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Navarrete (2020) señala que la labor del reportero, en el lugar de los hechos, es corroborar la información con distintas fuentes, encontrar diversas versiones del hecho para que el contenido a difundir sea lo más objetivo e imparcial posible, por lo que se ajusta a los resultados de esta investigación, porque el reportaje analizado teniendo en cuenta su redacción (pauta) y narración del reportero es de carácter justo y objetivo de la realidad percibida, pues no muestra datos falsos, una postura del medio o datos inconclusos que dejen con dudas a la audiencia.

Sobre la categoría 3:

En cuanto a la tercera categoría que es discurso vocal, se muestra que en la subcategoría que es prominencia sí hubo presencia de la tonalidad, intensidad y ritmo en cuanto al discurso del narrador del reportaje. Hubo énfasis y repetición de palabras claves como “votos”, “candidato”, “Perú Libre”, “elecciones”, “resultados”, “Pedro Castillo”, aumento del tono en frases y oraciones sobre el candidato Pedro Castillo y ritmo rápido y/o lento en algunos momentos. Estos elementos, en conjunto, hacen posible que los receptores de la información puedan influir en la interpretación del mensaje, pues depende de qué palabras claves enfaticen, en qué momento del reportaje se aumentó el volumen de la voz y cuándo fue necesario pasar de un ritmo de narración lenta a rápida o viceversa.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Molina (2020) sostiene que tanto la dicción como la voz son indispensables para la buena recepción de la información y decodificación del mensaje, donde el tono, la intensidad y ritmo son determinantes al momento de construir una narración, por lo que le ajusta y coincide con los resultados de la investigación, porque el reportaje analizado hace uso de estos elementos del discurso vocal, donde la tonalidad aparece en las palabras que abarcan gran parte del reportaje; la intensidad, donde aumenta o disminuye el volumen la voz en una parte del discurso que puede ser relevante o no para el medio de comunicación; ritmo, donde, por tratarse de ser una noticia del ámbito político, el narrador procura en pronunciar gran cantidad de palabras en un tiempo reducido, ya que el hecho noticioso amerita en compartir la mayor información posible en poco tiempo.

Sobre la categoría 4:

En cuanto a la cuarta categoría que es lenguaje audiovisual, se muestra que en la subcategoría que es aspectos sintácticos el reportaje analizado contó con planos como es el americano, busto, general y entero; ángulos, como el normal y contrapicado; movimientos de cámara, como el travelling y panorámica. Todos estos elementos del aspecto sintáctico se apreciaron durante las grabaciones de los candidatos durante la campaña electoral, tomas de apoyo de Pedro Castillo, entrevistas vía zoom y presencial en la emisión de este reportaje titulado “Así votó Perú” del programa Cuarto Poder.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Aranda (2021) señala que los aspectos sintácticos del programa “La Banda del Chino” tienen bien estructurados los movimientos de cámara, encuadre, planos y ángulos de acuerdo a las acciones de los personajes implicados del programa. Por otro lado, en el programa “La Noches es Mía” el uso de estos elementos del aspecto sintáctico son de manera improvisada, debido a no seguir tanto a una pauta o estructura como lo usaría un noticiero o una serie de televisión. Por ese motivo, sí coincide con los resultados de la investigación, porque se aprecian tanto tomas estructuradas como no estructuradas como, por ejemplo, grabaciones de una entrevista ya pactada vía zoom, tomas de apoyo de los lugares donde acudieron los candidatos, así como videos capturados en momentos inoportunos como en la calle de Lima u otra provincia de Perú.

4.2. Análisis del video “Entrevista a Pedro Castillo”

Esta emisión fue del 25 de abril de 2021, donde la periodista Mávila Huertas entabló una conversación con el entonces candidato Pedro Castillo, donde se abordaron temas políticos, sociales y económicos sobre los planes de gobierno del aspirante a la presidencia de Perú.

Figura 2



Entrevista al candidato Pedro Castillo del partido político “Perú Libre”.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría que es contexto temático, se muestra que en la subcategoría que es intención comunicativa el programa eligió ciertos datos del tema a tratar para darle así un enfoque. Es decir, la periodista Mávila Huertas escoge temas como el cambio de la constitución, el AFP, las empresas privadas y el trabajo en conjunto con el congreso, en un posible gobierno de Pedro Castillo, para así entablar conversación con el candidato presidencial. Asimismo, la entrevistadora se muestra firme al momento de plantear estas preguntas, ya que se evidencia que las respuestas de Castillo no la convencen del todo a la periodista de Cuarto Poder o que no van acorde a la información que ella necesita, por lo que sí o sí presiona al candidato indirectamente para que responda con objetividad y sin rodeos sobre los temas que a Huertas le parece conveniente.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Aranda (2021) indica que la persuasión en el programa “La Noche es Mía” es en base a la creación de información y generar así una interacción con sus invitados, retractoros y espectadores, por lo que sí guarda relación con los resultados de la investigación, ya que el simple hecho de elegir ciertos aspectos de la realidad durante la entrevista demuestra que el candidato Castillo no es una buena elección, pues las preguntas de la periodista pretenden buscar una solución o posible salida a las consecuencias que podrían traer consigo un futuro mandato presidencial de Pedro Castillo.

Esto se confirma con la teoría del Framing, porque la periodista Mávila Huertas en representación del programa Cuarto Poder, selecciona la información y pone énfasis en los datos elegidos en base a sus preguntas y diálogos con el candidato Pedro Castillo. Tal como lo señalan Piñeiro y Mangana (2018), la teoría del framing o encuadre consiste en destacar ciertos datos de la realidad, dejando de lado otros que no se encuentran dentro de ese encuadre o que no tienen relevancia alguna para el medio de comunicación.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría que es discurso textual, se muestra que en la subcategoría que es estilo informativo sugestivo hay participación plena de la noticia por parte de la entrevistadora y del entrevistado. Es decir, al tratarse de un acontecimiento importante y de interés, tanto Mávila Huertas como Pedro Castillo se incluyen o, incluso, se sienten inmersos en la noticia, porque ambos sostienen una conversación plena sin dejar de lado su postura política, defendiendo así tanto pregunta como respuesta.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Aranda (2021) explica que el programa “La Noche es Mía” sí presentaba participación con el equipo de producción durante sus transmisiones, pero no fue hasta 2013 con el ingreso del conductor Carlos Galdós que este equipo se volvió protagonista e indispensable, ya que esta interacción o participación plena dentro del set de televisión se volvió imprescindible en el discurso del programa. En cambio, en el programa “La Banda del Chino” también hay participación plena, pero se apega más a un periodismo serio en lugar de un programa de entretenimiento como lo es “La

Noche es mía” donde abordan temas con un enfoque humorístico. Entonces, estos resultados sí guardan relación con la investigación, porque el candidato Pedro Castillo refiere muchas veces en su discurso que trabajará en su posible mandato en base a “lo que diga el pueblo”, como si este diálogo lo trasladara a una comunidad para acordar con los ciudadanos sobre asuntos políticos, sociales y económicos. Es decir, mientras diserta siente que está dentro del contexto como si lo estuviera viviendo en esos momentos.

Sobre la categoría 3:

En cuanto a la tercera categoría que es discurso vocal, se muestra que en la subcategoría que es prominencia sí hubo presencia de la tonalidad, intensidad y ritmo en los discursos de la entrevistadora Mávila Huertas y el entrevistado Pedro Castillo. Hubo énfasis en palabras y frases como “empresa privada”, “respeto”, “constitución”, “pueblo”, “¿cómo hará?”, “¿dialogará con las otras bancadas?”, “gente que no votó por usted”, “¿cómo funciona en la práctica?”, “¿qué pueden esperar de un gobierno suyo?”, “nuevo congreso”, “electos”, “relación legislativo – ejecutivo”, “el pueblo ya eligió”. Asimismo, tanto Mávila Huertas como Pedro Castillo aumentaron el volumen de su voz cuando querían dejar en claro sus ideas, como por ejemplo cuando la periodista elevaba su voz para recalcarle a Castillo que su respuesta debía centrarse únicamente en el tema y no desviarse de ello. Por último, el ritmo que manejaban ambos protagonistas de la entrevista dependió de la situación, algunas veces hablaban rápido cuando se trataba de volver a repetir la información o cuando querían ahondar más datos en una idea.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Molina (2020) detalla que la entonación varía dependiendo del tipo de noticia que se aborda, ya que se pone énfasis en las palabras o frases importantes del hecho noticioso, por lo que sí guarda relación con los resultados de esta investigación, porque tanto la periodista como el candidato seleccionan ciertas palabras de su propio discurso para darle énfasis a lo que desean transmitir, elevan su tono de voz en momentos cruciales o sumamente importantes y hablan de manera rápida o lenta teniendo en cuenta si el contexto era tranquilo, tenso o incómodo.

Sobre la categoría 4:

En cuanto a la cuarta categoría que es lenguaje audiovisual, se muestra que en la categoría que es aspectos sintácticos solo se muestran planos medios o primeros planos, ya que se trata de una entrevista vía zoom desde el set de televisión. Por un lado, la periodista Mávila Huerta es captada en un plano medio mientras plantea las preguntas al candidato y refuta algunas de sus respuestas. Mientras que por el otro, a Pedro Castillo en un plano corto o cerca de un primer plano corto solo en los primeros minutos de la entrevista, puesto que después no se le ve en pantalla, pero sí se le escucha.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Molina (2020) sostiene que el programa En Corto de Ecuador empleó 125 veces el plano busto; plano medio, 106 veces y el primer plano corto, 68 veces. Para la autora, este programa ecuatoriano utilizó estos planos para describir la personalización del personaje, donde lo primordial era capturar el diálogo entrevistador – entrevistado y las reacciones de ambos. Lo anterior se ajusta a los resultados de esta investigación, porque el programa Cuarto Poder eligió el plano medio porque se ajusta más para una charla o discurso, muy aparte para describir las acciones de Mávila Huertas como sus movimientos de manos y brazos (ademanes). Además, a Pedro Castillo se le ve, durante pocos minutos, con un gesto cansado y serio que justamente se adecuaba dentro de un plano expresivo como es el corto y muy cerca de un primer plano.

4.3. Análisis de retransmisión de debate “Encuentro en Chota: pandemia y salud, economía y corrupción”

Esta emisión fue del 02 de mayo de 2021, donde el programa Cuarto Poder presentó un resumen de lo que fue el primer debate electoral entre los dos aspirantes al sillón presidencial durante la campaña de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021. Los temas a tratar en este primer encuentro en Cajamarca fueron tres: pandemia y salud, economía y corrupción.

Figura 3



Retransmisión del primer debate electoral entre los candidatos Keiko Fujimori y Pedro Castillo en Cajamarca.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría que es contexto temático, se muestra que en la subcategoría que es intención comunicativa hubo dramatización de los hechos durante los discursos de los candidatos Keiko Fujimori y Pedro Castillo. Es decir, ambos recrean o reelaboran una realidad distinta llegando a especular o fiarse de datos no confirmados para así poder ganarse el voto de la audiencia. Como en toda campaña electoral se escuchan las propuestas de los candidatos, sin embargo, muchas veces son ideas poco creíbles e incluso inviables que ellos consideran posibles, como por ejemplo promesas de Fujimori como la vacunación total de todos los peruanos antes de acabar el año 2021, la entrega de una tablet y un celular con internet para los niños, la construcción de 3000

colegios, la repartición del 40% del canon minero a la población que reciben a las empresas mineras, duplicar la pensión de los beneficiarios de Pensión 65. Por otro lado, la dramatización de los hechos por parte de Pedro Castillo fue prometer invertir 10% del PBI al sector educativo, extender el beneficio de pensión 65 a adultos mayor a 60 años, la renegociación de los contratos con empresas internacionales afincadas en Perú y el prohibir las importaciones.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán y Rodrigo (2018) en su investigación sobre el discurso periodístico durante conflicto amazónico en 2009, sostienen que los medios de comunicación silenciaron, desautorizaron y sacaron de contexto los reclamos de los residentes de la Amazonía, favoreciendo su postura a favor del Estado Peruano. Asimismo, los medios de información emplearon un estilo de conflictividad en su discurso para presentar como enemigo al pueblo indígena de la Amazonía frente a un Estado Peruano victimizado. Lo anterior coincide con los resultados de la investigación porque tanto el Estado Peruano, según el estudio de Guzmán y Rodrigo, como el discurso de los candidatos presentados en el primer debate mediante el programa Cuarto Poder, recrearon o dramatizaron los hechos en sus discursos para buscar reforzar sus ideas y expresiones que no tenían sustento y que muchas veces no se ajustaban a la realidad percibida.

Esto se confirma con la teoría del Framing, porque los candidatos eligen ciertos aspectos de la realidad que muchas veces son tergiversados y carecen de viabilidad en un futuro mandato presidencial. Fujimori y Castillo le dan un enfoque de total importancia a estas propuestas en sus discursos, aunque carezcan de argumentos válidos, debido a que necesitan convencer a la ciudadanía de que cada uno de ellos son la opción que el país se merece. Tal como lo señalan Piñeiro y Mangana (2018), la teoría del framing o encuadre consiste en destacar ciertos datos de la realidad, dejando de lado otros que no se encuentran dentro de ese encuadre o que no tienen relevancia alguna.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría que es discurso textual se muestra que en la subcategoría que es estilo informativo coloquial sí hubo presencia de una conversación informal o interpersonal. Es decir, tanto Keiko Fujimori como Pedro Castillo emplearon un discurso parecido a una charla informal, como si estuvieran hablando directamente con los pobladores de Chota, pues emplean términos cercanos y familiares permitiéndoles una retroalimentación con su público.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Molina (2020) concluyó en su investigación que aborda el discurso televisivo y la humanización en la política que el programa ecuatoriano En Corto emplea un lenguaje popular, muy cercano al habla de su público para así presentarles fragmentos sumamente cortos y rápidos, de fácil comprensión y divertidos que generen en su público esas ansias de continuar viendo un próximo relato o historia del programa. En ese sentido, los resultados de Molina sí se ajustan a los de esta investigación, porque el discurso presentado por los candidatos Castillo y Fujimori no dejaban de emplear un lenguaje coloquial o tan cercano cuando se dirigían a los espectadores del debate, como si tanto ellos como las personas presentes estuvieran entablando una conversación y, en algunos casos, una discusión sobre las propuestas teniendo en cuenta la postura política de la audiencia.

Sobre la categoría 3:

En cuanto a la tercera categoría que es discurso vocal se muestra que en la subcategoría que es prominencia sí hubo presencia aumento de la tonalidad, intensidad y ritmo en el discurso de ambos aspirantes a la presidencia, pues se encontró el aumento de picos tonales en palabras claves y frases como “primer encuentro de cuatro más”, “excusas”, “obras”, “vacunas”, “respeto a ciudadanos”, “yo no me corro”, “no habrá importaciones”, “propongo”, “población”, “reactivaremos la economía”, “delincuentes políticos”, “Vladimir Cerrón”. Además, los candidatos aumentaron el volumen de su voz en momentos significativos y de tensión, mayormente cuando se expresaban ideas de su contrincante que ellos rechazaban, como por ejemplo cuando Pedro Castillo saludó de manera irónica a Keiko Fujimori dándole a entender que desconocía

si ella trabajaba que tuvo como consecuencia la devolución de otro saludo sarcástico y con elevado tono de voz de Keiko o cuando la candidata de Fuerza Popular no dudaba en elevar considerablemente su volumen de voz cuando los ciudadanos la pifiaban. Asimismo, emplearon un ritmo lento en la voz cuando explicaban de manera tranquila las propuestas de su posible y cercano mandato presidencial. Por otro lado, un ritmo rápido cuando terminaban de escuchar los ataques de su adversario y no dudaban en responder de la misma forma agresiva y despectiva para defender su postura política.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Ibáñez, Villalonga y Marta-Lazo (2021) señalan que la voz es la principal vía de comunicación y una herramienta diferenciadora que le permite al ser humano interactuar con la audiencia, evocando así emociones. Asimismo, sus variaciones de la voz como el tono, la intensidad y el ritmo transmiten estados de ánimo y pueden influir en la interpretación y percepción del mensaje. Todo lo anterior mencionado se ajusta a los resultados de la investigación, porque Keiko Fujimori emplea muchas veces una voz fuerte y firme para recalcarle a su adversario, Pedro Castillo, que un gobierno comunista no es y tampoco será opción para el Perú, asimismo ataca con una intensidad fuerte de voz al candidato de Perú Libre y esto también se hace presente cuando los ciudadanos rechazan el discurso de Fujimori con silbidos, a lo que ella eleva el volumen de voz para restarle importancia a estos rechazos. Por su parte, Pedro Castillo emplea un ritmo lento en su discurso, porque no pretende atacar ni muchos menos recriminar a la candidata de Fuerza Popular, su disertación y postura en el debate se mantiene con una intensidad de voz baja porque al parecer él considera que de esta manera puede enfrentar a Fujimori en este primer debate, omitiendo un discurso con voz alta, agresiva y rápida como la de Keiko.

Sobre la categoría 4:

En cuanto a la cuarta categoría que es el lenguaje audiovisual se muestra que en la subcategoría que es aspectos sintácticos sí hubo presencia planos como el general, gran plano general, entero, busto, medio y americano durante toda la retransmisión del primer debate presidencial. Estos planos se aprecian en el recorrido de Keiko Fujimori hasta la ciudad de Chota, lugares de la ciudad cajamarquina, el lugar del debate, la audiencia y en entrevistas a los candidatos.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Navarrete (2020) concluye, en su investigación que aborda el tratamiento de la noticia en la civilización del espectáculo en el programa América Noticias, que hay mucha presencia de planos expresivos en la transmisión de noticias para provocar un dramatismo excesivo en las escenas mostradas. Lo anterior sí se ajusta a los resultados de esta investigación, porque en pleno debate hay presencia de planos bustos, medios y americanos, principalmente, para apreciar la expresividad de los candidatos al momento de presentar sus propuestas, inconformidades y soluciones si en caso alguno de ellos sale elegido como próximo Presidente de la República del Perú.

4.4. Análisis del video “Segunda vuelta”

El tercer video fue “Segunda vuelta”. Esta emisión aborda los resultados de la última encuesta IEP de la república, entrevista con el cardenal Pedro Barreto, reportajes sobre el financiamiento de las campañas y los endoses políticos de los candidatos Pedro Castillo y Keiko Fujimori. El cual se desarrolló del 3 al 9 de mayo del 2021.

Figura 4

Segunda vuelta: financiación de la campaña



Se presentan pruebas de la financiación y alianzas políticas de los candidatos a la presidencia del Perú.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría que es Contexto temático, los resultados de esta investigación muestran que la sub categoría específica es intención comunicativa y el código es partes del hecho, ya que, al visualizar la emisión durante la entrevista, la conductora Mavila Huertas con el Cardenal Pedro Barreto, muestran y expresan en su discurso mensajes de zozobra e incertidumbre si en caso el comunismo llegara a la Presidencia de la Republica.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Mas (2011) menciona que, la intención comunicativa es persuasiva cuando se elige de manera interesada o mal intencionada algún dato de la información o discurso de los involucrados, según le convenga al medio, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación porque el programa durante dicha emisión, a través de la entrevista desarrollada entre la conductora y el Cardenal Pedro Barreto, se toma parte del hecho en resaltar que el Perú entraría en inestabilidad de gobernar el candidato Pedro Castillo por estar presuntamente vinculado al comunismo, mas no se hace una imparcialidad en discrepar sobre la otra candidata.

Esto se confirma con la teoría del Framing. Tal como lo señala Piñeiro y Mangana (2018) los medios de comunicación seleccionan algunos aspectos o datos de la realidad intencionalmente y lo plasman en un hecho noticioso, dándole más énfasis o importancia a un acontecimiento sobre otro, como en el caso de los candidatos Pedro Castillo y Keiko Fujimori en la segunda vuelta electoral.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría que es discurso textual, los resultados de esta investigación señalan que la sub categoría estilo informativo directo y el código actitud neutral, se manifiesta en el discurso de la comparación de aliados políticos entre ambos candidatos, que enfatizan más en los políticos que rodean a Pedro Castillo.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Estéves (2020) señala que el relator del medio de comunicación es una parte primordial el cual busca transmitir información de manera neutral, urgente y con credibilidad, por lo que,

discrepa justamente con los resultados de la investigación, porque el programa durante su emisión, porque no transmiten con imparcialidad sus discursos sobre las alianzas políticas de ambos candidatos, por lo contrario enfatizan y resaltan más el riesgo a la ideología del comunismo o por ser partidarios de la izquierda política.

Esto se confirma con la teoría del Newsmaking. Tal como lo señala Jenkins y Jerónimo (2021) los conductores o narradores de los medios de comunicación elaboran el mensaje desde su perspectiva en un proceso complejo y desde su punto de vista, para convertirla en la realidad, es decir un producto mediático, para generar la mayor cantidad de audiencia.

Sobre la categoría 3:

En cuanto a la tercera categoría que es discurso vocal, los resultados de esta investigación señalan que la sub categoría específica es picos tonales y el código es aumento de la tonalidad de sílabas, porque enfatizan en su discurso las palabras clave de comunismo, izquierda, crisis durante toda la transmisión del programa.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Callegari (2022) señala que la forma de relatar los acontecimientos en un medio de comunicación es primordial la intensidad, el nivel de volumen que se usa al hablar, puede ser fuerte, débil o moderado, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, porque durante la emisión del dominical, los conductores, entrevistados y narradores, enfatizan palabras como, izquierda, pobreza, crisis, comunismo, sector privado, dólar, las cuales causan atención y expectativa en la audiencia.

Esto se confirma con la teoría del Framing. Tal como lo señala Piñeiro y Mangana (2018) los medios de comunicación seleccionan algunos aspectos o datos intencionalmente, dándole más énfasis o importancia a un acontecimiento sobre otro para cautivar a su audiencia.

Sobre la categoría 4:

En cuanto a la cuarta categoría que es lenguaje audiovisual, los resultados de esta investigación señalan que la sub categoría específica es aspectos sintácticos y el código es planos, porque al visualizar la emisión del programa hay presencia del plano, general, entero, busto, americano y primer plano. Los cuales nos muestran detalles, contexto y expresiones de la campaña de los candidatos en la segunda vuelta electoral.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Gallo (2021) menciona que, para elaborar un relato audiovisual, es necesario contar con el sonido e imágenes compuestas, porque de acuerdo a su utilización se puede variar la forma de expresión de lo que se desea transmitir, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, porque el programa durante su transmisión, emplean variedad de planos para la cobertura de la noticia y acontecimientos que suceden con los candidatos Pedro Castillo y Keiko Fujimori, durante su desplazamiento en la campaña política de la segunda vuelta electoral.

4.5. Análisis del video “Voto 2021”

El cuarto video fue “Voto 2021”. Esta emisión aborda los resultados de la última encuesta de CPI, entrevistas a Dina Boluarte y Luis Galarreta, los reportajes sobre una semana de campaña de los candidatos Pedro Castillo y Keiko Fujimori. El cual se desarrolló del 10 al 16 de mayo del 2021.

Figura 5

Voto 2021: La semana de campaña los candidatos Pedro Castillo y Keiko Fujimori.



Campaña electoral de la última semana de los candidatos a la presidencia del Perú.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría que es contexto temático, los resultados de esta investigación muestran que la sub categoría específica es intención comunicativa y el código es hechos reales, ya que, al visualizar la emisión del dominical se muestran datos objetivos de la realidad, sin alterar ni manipular la información de todos los sucesos que transcurren durante la semana de campaña de ambos candidatos.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Tomasello (2018) menciona que, radica en que los comunicadores tienen ese compromiso de transmitir información a los demás sin dejar de lado la honestidad y la precisión, todo ello conllevando únicamente a la verdad, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación porque se muestran con transparencia todas las actividades que desarrollaron Keiko Fujimori y Pedro Castillo durante una semana de campaña electoral, por la segunda vuelta a la presidencia de la república.

Esto se confirma con la teoría del Framing. Tal como lo señala Piñeiro y Mangana (2018) los medios de comunicación seleccionan datos de la realidad y lo plasman en un hecho noticioso, dándole más énfasis a un acontecimiento sobre otro, como en el caso de la semana de campaña electoral de los candidatos Pedro Castillo y Keiko Fujimori, por sobre otras noticias que suscitan en el país.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría que es discurso textual, los resultados de esta investigación señalan que la sub categoría al estilo informativo sugestivo y el código apela a las emociones, se manifiesta en el discurso del estilo informativo sugestivo. Donde se intenta llamar la atención del público con la intimidación por parte de Luis Galarreta de elegir por el candidato Pedro Castillo, dejaría al Perú en la ruina como el país de Venezuela.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Estéves (2020) señala que el discurso de los comunicadores, deben buscar transmitir información de manera neutral y con credibilidad, por lo que, discrepa justamente con los resultados de la investigación, porque el programa durante su emisión, la conductora Mavila Huertas no es imparcial en el trato de con la entrevistada Dina Boluarte, cuestionando sus respuestas y poniendo en duda la credibilidad a comparación de las declaraciones de Luis Galarreta.

Esto se confirma con la teoría de la Agenda Setting. Tal como lo señala Feezell (2017) los medios de comunicación determinan la información de lo que desea noticiable y se rigen bajo una línea editorial, preestablecida en favorecer sus intereses. Al no tratar con imparcialidad a los entrevistados los conductores del programa Cuarto Poder, cuestionando sobre las propuestas y respuestas de Dina Boluarte y siendo condescendientes con Luis Galarreta.

Sobre la categoría 3:

En cuanto a la tercera categoría que es discurso vocal, los resultados de esta investigación señalan que la sub categoría específica es picos tonales y el código es aumento de la tonalidad de sílabas, porque resaltan los discursos en las palabras de las declaraciones de los candidatos Pedro Castillo y Kekiko Fujimori,

durante la semana de campaña, de esta manera generar expectativa en la audiencia.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Callegari (2022) señala que la forma de relatar los acontecimientos en un medio de comunicación es primordial la intensidad, para dar énfasis y cautivar a la audiencia o público, esto coincide justamente con los resultados de la investigación, porque durante la emisión del programa cuarto poder, los conductores, entrevistados y narradores, enfatizan palabras de los discursos políticos de los candidatos , los cuales causan atención y expectativa en el electorado.

Esto se confirma con la teoría del Framing. Tal como lo señala Piñeiro y Mangana (2018) los comunicadores seleccionan algunos aspectos o datos de la noticia o información intencionalmente, dándole más énfasis a un acontecimiento sobre otro para cautivar a su audiencia. Como son los discursos de los conductores del programa cuarto poder Mavila Huertas, Mario Ghibellini y los entrevistados Dina Boluarte y Luis Galarreta.

Sobre la categoría 4:

En cuanto a la Cuarta categoría que es lenguaje audiovisual, los resultados de esta investigación señalan que la sub categoría específica es aspectos morfológicos y el código es elementos sonoros, al visualizar la emisión del programa hay presencia de la banda sonora del programa y fondos musicales que enriquecen el discurso de los participantes del programa Cuarto Poder, generando más atención a la información.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Alard y Monfort (2019) un recurso sonoro es clave y por excelencia en la producción de diversos productos audiovisuales, para ello se debe hacer uso del silencio, la palabra, los efectos de sonido y la música, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, en el cual se emplean en distintos momentos del desarrollo del programa variedad de sonorización, con música de fondo y efectos, para acompañar el reportaje la cobertura de la noticia y acontecimientos que suceden en el set de televisión, como con los candidatos Pedro Castillo y Keiko Fujimori.

4.6. Análisis del video “Así fue la marcha Keiko No Va a nivel nacional”

Esta emisión fue del 23 de mayo de 2021 donde se aborda la cobertura a la marcha nacional contra la candidata de Fuerza Popular, Keiko Fujimori.

Figura 6



Reportaje

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría que es contexto temático, los resultados de esta investigación muestran que la subcategoría intención comunicativa resalta el código hechos reales. El discurso de los participantes y del narrador que registra esta movilización, muestran datos e información de manera objetiva sobre los sucesos que acontecieron en la época del expresidente Alberto Fujimori, sin desviarse o manipular el manejo de la información.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes Marín (2019) señala que los hechos reales durante la transmisión de la información en la actualidad juegan un papel muy importante, ya que de este modo buscan segmentar y conseguir de esta manera un público satisfecho con la programación, por lo que coincide con los resultados de esta investigación, porque se muestran en toda la cobertura a nivel nacional los discursos de los involucrados en las manifestaciones con hechos e informaciones veraces de lo que aconteció en el

gobierno del expresidente Alberto Fujimori, quien es señalado por no ser juzgado con severidad por todos los crímenes a los que se le alude.

Esto se contradice con la teoría de la Agenda Setting donde Feezell (2017) menciona que los medios de comunicación se rigen bajo una línea editorial preestablecida con la finalidad de favorecerse, pero en el programa Cuarto Poder lejos de apoyar abiertamente a la candidata Keiko Fujimori también en ciertos reportajes insinuó ser imparcial, lo cual trajo algunos problemas entre periodistas y directores.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría que es discurso textual, los resultados de esta investigación muestran que la subcategoría estilo informativo directo resalta el código actitud neutral, porque el discurso empleado en el reportaje sobre la cobertura de la marcha contra Keiko Fujimori no se omiten datos ni declaraciones expresamente en contra y, de esta manera, aporta una aparente neutralidad del programa Cuarto Poder en su información presentada a su audiencia.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Estévez (2020) refiere que los discursos que se emplean en un medio de comunicación deben ser con total neutralidad y credibilidad para garantizar la calidad informativa, por lo que coincide justamente con los resultados de la investigación ya que se evidenció por parte de la narración y conductores la neutralidad en dicha manifestación, mostrando todos los sucesos sin ser apelados ni alterados.

Sobre la categoría 3:

En cuanto a la tercera categoría que es discurso vocal, los resultados de esta investigación muestran que la subcategoría picos tonales donde resalta el código el aumento de la tonalidad de sílabas, porque los participantes de las manifestaciones, como el narrador y narradores del programa Cuarto Poder emplean un aumento de la tonalidad en sílabas enfatizando palabras claves durante el desarrollo del programa.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Callegari (2022) menciona que la forma de relatar ciertos acontecimientos en un medio de comunicación dando énfasis en las sílabas se podrá cautivar a la audiencia, esto

coincide justamente con los resultados de la investigación, porque los participantes y narrador del reportaje usan fuertes entonaciones en sílabas para expresar su rechazo hacia la candidata Keiko Fujimori y, en el caso del narrador, aumenta la entonación para dar énfasis a datos que sucedieron en el gobierno del expresidente Alberto Fujimori con la finalidad de tener a los televidentes cautivados.

Sobre la categoría 4:

En cuanto a la cuarta categoría que es lenguaje audiovisual, los resultados de esta investigación muestran que la subcategoría aspectos sintácticos donde resaltan los planos, los cuales durante todas las manifestaciones con este recurso se buscó mostrar las expresiones, movilizaciones de todos los participantes a nivel nacional.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, para Jódar (2018) señala que los planos cumplen un papel importante al momento de acompañar en la transmisión de un mensaje, porque aporta en la contextualización y espacio de los hechos que se están desarrollando. Lo anterior justamente coincide con los resultados de la investigación, porque durante el reportaje se hace uso de planos generales, primer plano, plano americano y detalle, los cuales van a resaltar la expresividad de la indignación hacia la candidata Keiko Fujimori y mostrar la magnitud de la manifestación en su contra.

4.7. Análisis del video “Entrevista a Edwar Quiroga”

En esta emisión se aborda la entrevista entre los conductores Mávila Huertas y Mario Ghibellini con el confeso marxista leninista Edwar Quiroga, donde recrean situaciones de lo que es el comunismo y un posible escenario si el Perú tuviera un presidente izquierdista.

Figura 7

Voto 2021: Comunismo en época electoral en Perú.



Entrevista Edwar Quiroga, el místico marxista leninista.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría que es contexto temático, los resultados de esta investigación muestran que la sub categoría específica es intención comunicativa y el código es dramatización del hecho, porque al visualizar la emisión del programa dominical Cuarto Poder, porque recrean hechos noticiosos y de la realidad para generar en la audiencia zozobra, mostrando hechos ficticios de un país que pueda ser elegido por el comunismo, desde la perspectiva de un confeso marxista leninista.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Calicchio (2020) refiere la dramatización de los hechos en los medios de comunicación buscan la persuadir de una forma particular de interacción con la finalidad dar un giro o cambiar las creencias, los comportamientos y actitudes de su audiencia. Esto se

evidencia en el discurso de los conductores Mavila Huertas, Mario Ghibellini y el entrevistado Edwar Quiroga, al presentar a su audiencia en la última semana de la segunda vuelta electoral el caos que sería del país, si se eligiera a algún candidato relacionado al comunismo.

Esto se confirma con la teoría del Framing. Tal como lo señala Piñeiro y Mangana (2018) en donde los medios eligen datos de la realidad, para recrear un hecho noticioso, dándole más énfasis sus intereses, También se refuerza esto con la teoría de la Agenda Setting, donde Feezell (2017) menciona que en dicha agenda los medios difunden información instaurando un grado de importancia de las noticias para poder influir en la audiencia, porque el programa Cuarto Poder en la última semana de campaña electoral solo toma postura clara en contra de un candidato sin ser parciales y tratando de generar duda en los televidentes por un posible escenario de que ganara el candidato Pedro Castillo, por tener presuntamente nexos con el comunismo

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría que es discurso textual, los resultados de esta investigación señalan que la sub categoría al estilo informativo directo y es actitud neutral, porque en el discurso de los conductores del programa Cuarto Poder no cuentan con una postura imparcial, porque durante su última emisión solo expusieron posturas en contra del candidato Pedro Castillo por sus presuntos vínculos con el comunismo

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Estéves (2020) señala que los comunicadores en sus discursos deben transmitir información de manera neutral y con credibilidad, por lo que, discrepa justamente con los resultados de la investigación, ya que se evidencio que no hubo una actitud neutral durante la última emisión del programa Cuarto Poder, favoreciendo únicamente a la candidata Keiko Fujimori, por no tener la severidad de los posibles vínculos con terroristas el candidato Pedro Castillo.

Esto se confirma con la teoría de la Agenda Setting. Tal como lo señala Feezell (2017) los medios de comunicación determinan la información de lo que desea noticiable y se rigen bajo una línea editorial, preestablecida en favorecer sus intereses. Esto se evidencia al no tratar con imparcialidad a ambos candidatos

los conductores del programa Cuarto Poder, resaltando en la última semana de campaña solo entrevistas o información que cause preocupación en la población por los posibles vínculos del candidato Pedro Castillo y sus aliados, con el comunismo.

Sobre la categoría 3:

En cuanto a la tercera categoría que es discurso vocal, los resultados de esta investigación señalan que la sub categoría específica es picos tonales y el código es aumento de la tonalidad de sílabas, porque durante la transmisión se resalta en los discursos de los conductores del Programa Cuarto poder las palabras de las acerca de los candidatos a la presidencia del Perú y de esta manera generar expectativa en los televidentes.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Callegari (2022) señala que la forma de relatar los acontecimientos en un medio de comunicación es primordial la intensidad, para dar énfasis y cautivar a la audiencia, esto coincide justamente con los resultados de la investigación, porque durante la emisión del programa cuarto poder, los conductores y el entrevistado, enfatizan palabras como comunismo, terrorismo y crisis con mucho más ahínco los cuales causan atención y expectativa en los televidentes.

Esto se confirma con la teoría del Framing. Tal como lo señala Piñeiro y Mangana (2018) los comunicadores seleccionan algunos aspectos de la información intencionalmente, dándole más énfasis a un acontecimiento sobre otro para cautivar a su audiencia. Como se pueden apreciar en los discursos de los conductores del programa Cuarto Poder, Mavila Huertas y Mario Ghibellini, también en el entrevistado Edwar Quiroga.

Sobre la categoría 4:

En cuanto a la Cuarta categoría que es lenguaje audiovisual, los resultados de esta investigación señalan que la sub categoría específica es aspectos sintácticos y el código es encuadre, al visualizar la emisión del programa se resalta la presencia de los conductores y entrevistado con los tipos de encuadre, los cuales enriquecen el discurso de dichos participantes, generando más atención a la información.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Román (2017) menciona que la importancia del encuadre puede significar quietud, confianza, elevación, inestabilidad o dinamismo, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, en el cual se emplean en distintos momentos del desarrollo del programa variedad de encuadres, para resaltar el discurso de los conductores y entrevistado.

V. CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las conclusiones de este estudio:

En relación al objetivo general que es analizar el discurso televisivo del programa “Cuarto Poder” emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021, se ha podido evidenciar que dicho programa no presenta imparcialidad en el discurso de sus conductores, candidatos políticos, narradores y entrevistados durante sus emisiones. A razón de que los contenidos de las transmisiones de Cuarto Poder aluden a una supuesta igualdad de la cobertura de la información de ambos candidatos, sin embargo, a pesar de que a cada candidato se le daba la misma cantidad de cobertura a través de reportajes, entrevistas y enlaces en vivo, con esta investigación se puede afirmar que existieron discursos a favor de un candidato por parte del programa en cuestión.

En cuanto al primer objetivo específico analizar el contexto temático del programa “Cuarto Poder” emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021, se ha podido evidenciar que dicho programa abusó de manera recurrente la dramatización de los hechos para cuestionar, a través de sus discursos, las repercusiones de los candidatos de la segunda vuelta electoral 2021. A razón de que se recrearon informaciones y supuestos de un posible gobierno de derecha e izquierda, donde claramente causó más repercusión el morbo por un posible país gobernado por un comunista.

En cuanto al segundo objetivo específico analizar el discurso textual del programa “Cuarto Poder” emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021, se ha podido evidenciar que el discurso durante las emisiones del programa se presentó con un estilo informativo sugestivo, el cual apelaba a las emociones de los televidentes, cuestionando las propuestas de planes de gobierno por ambos candidatos, sin embargo, era más dura la crítica y énfasis al resaltar lo negativo de un gobierno comunista.

En cuanto al tercer objetivo específico que es analizar el discurso vocal del programa “Cuarto Poder” emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021, se ha podido evidenciar que la prominencia en el discurso del programa fue el recurso que más caracterizó a todos los participantes durante todas las emisiones, ya que muchas veces enfatizaron en

palabras claves durante su disertación, modularon su voz y siguieron un ritmo al momento de presentar sus propuestas y defender sus posturas.

En cuanto al cuarto objetivo específico que es analizar el lenguaje audiovisual del programa “Cuarto Poder” emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021, constituido por los aspectos sintácticos y morfológicos permitieron que las emisiones, durante la segunda vuelta electoral, aporten al discurso empleado por todos los participantes y se cumpla el propósito de enriquecer las transmisiones acompañadas de imágenes y sonidos.

VI. RECOMENDACIONES

Tras las investigaciones realizadas de artículos y tesis abordadas sobre el tema del discurso televisivo es necesario recomendar lo siguiente:

1. Se recomienda a estudiantes de Ciencias de la Comunicación y profesionales de los medios de comunicación a ampliar y promover las investigaciones de enfoque cuantitativo y cualitativo sobre el discurso televisivo, porque aún es insuficiente la cantidad de trabajos de investigación en los diversos repositorios y fuentes de información a nivel nacional e internacional.

2. Se recomienda ampliar las investigaciones a los diversos programas dominicales con rigurosidad para tener un mayor espectro de la realidad del discurso televisivo que se emplea en nuestro país y si estos programas contribuyen con generar una calidad informativa y una óptima opinión pública en la audiencia.

3. Se recomienda a los futuros profesionales y nuevos medios de comunicación a realizar programas que transmitan con imparcialidad los contenidos informativos, entrevistas y reportajes del ámbito coyuntural y político teniendo en cuenta los resultados obtenidos en esta investigación: el contexto temático, discurso textual, discurso vocal y lenguaje audiovisual. De esta manera, se permitirá ejercer y enriquecer la noble profesión de ser comunicador.

4. Se recomienda a los periodistas y comunicadores que trabajan en el programa “Cuarto Poder” tener como referencia esta investigación para que en sus siguientes emisiones puedan enriquecer y dignificar el ejercicio de su profesión con información veraz, justa, de calidad e imparcial, ya que son uno de los programas dominicales de mayor sintonía en el Perú y referencia para los futuros comunicadores y profesionales.

REFERENCIAS

- Alard, J. & Monfort, A. (2019). *Plan de comunicación on y off en la práctica*.
<https://books.google.com.pe/books?id=laFxEAAAQBAJ&pg=PA142&dq=musica+palabra+voz+en+off+efectos+de+sonido&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj0m5iC89P4AhXqALkGHbXSCvkQ6AF6BAgKEAI#v=onepage&q=musica%20palabra%20voz%20en%20off%20efectos%20de%20sonido&f=false>
- Alard, J. y Monfort, A. (2017). *Plan de comunicación on y off en la práctica*. Madrid: ESIC EDITORIAL. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=YLO2DwAAQBAJ&pg=PA188&dq=el+punto+la+linea+el+color+la+textura&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjSqtV_2a_zAhXzGrkGHWDjDe0Q6AF6BAglEAI#v=onepage&q=el%20punto%20la%20linea%20el%20color%20la%20textura&f=false
- Andréu, J. (2018): *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>
- Aranda, J. (2021). "Análisis del discurso televisivo de los programas nocturnos *La Banda del Chino* y *La Noche es Mía*".
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28721/Aranda%20Alburqueque%2c%20Josu%2c%20David.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arango, A. (2021). *Detección de discurso de odio*. *Revista Bits de Ciencia*, (21), 66-67. <https://revistasdex.uchile.cl/index.php/bits/article/view/2778/2711>
- Ardévol, A. (2015): *Framing o teoría del encuadre en comunicación*. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España.
<https://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/RLCS-paper1053.pdf>
- Atienza, P. (2013). *Historia y evolución del montaje audiovisual*. Universitat Oberta de Catalunya, 2013. *Digitalia*,
<https://www.digitaliapublishing.com/a/24385>

- Barboza Angulo, J. I., & Jiménez Alvarado, M. P. (2022). *La expresión oral en la producción de textos sencillos en niños de 4 a 5 años (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil-Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación)*.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/60971/1/%27BP%c3%81RV-PEP-2022P023.pdf>
- Bartoll, E. (2016). *Introducción a la traducción audiovisual. Universitat Oberta de Catalunya, 2016. Digitalia*, <https://www.digitaliapublishing.com/a/43870>
- Bedoya, R. & León, I. (2016). *Ojos bien abiertos. El lenguaje de las imágenes en movimiento*
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10715/Bedoy_Leon_Frias_ojos_bien_abiertos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Calicchio, E. (2020): *La comunicación profesional hecha sencilla: La guía práctica de la comunicación profesional y las mejores estrategias de comunicación empresarial desde el punto de vista escrito e interpersonal*.
https://books.google.com.pe/books?id=uS_oDwAAQBAJ&pg=PT73&dq=comunicaci%C3%B3n+persuasiva&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj-scPlro76AhUYIrkGHbyRC7s4FBD0AXoECAkQAg#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20persuasiva&f=false
- Callegari, N. (2022): *Géneros periodísticos de hoy: Este es el manual*.
<https://books.google.com.pe/books?id=T4pfEAAAQBAJ&pg=PA111&dq=tono+ritmo+intensidad&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj8waC11ZX6AhWUIbkGHdY0AXA4ChDoAXoECAoQAg#v=onepage&q=tono%20ritmo%20intensidad&f=false>
- Carazo, C. (2018). *Periodismo y agenda setting: una discusión sobre el interés por asuntos públicos de la ciudadanía*.
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/34805/34368>

- Casero-Ripollés, A. (2020). "Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak". *El profesional de la información*, v. 29, n. 2, e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Castillo, J. (2017). *Cultura Audiovisual I*. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=LXQ3DwAAQBAJ&pg=PA16&dq=sint%C3%A1ctico+morfol%C3%B3gico+lenguaje+audiovisual&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjhnqr3rLfzAhWNErkGHWn-A64Q6AF6BAgFEAl#v=onepage&q=sint%C3%A1ctico%20morfol%C3%B3gico%20lenguaje%20audiovisual&f=false>
- Coya, H (2014). *El periodista y la televisión: Los desafíos de la prensa en la era de la alta definición*. <https://books.google.com.pe/books?id=NaDNDwAAQBAJ&pg=PT62&dq=elementos+lenguaje+audiovisual&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjCicCq98n4AhWrALkGHf5XDS44FBD0AXoECACQAg#v=onepage&q=elementos%20lenguaje%20audiovisual&f=false>
- Debasa, F., & Sánchez, T. A. (2021). *El discurso político de la presidencia Trump antes del covid*. *Historia Actual Online*, (56), 21-34. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8105000>
- Díaz, F. (2017). "Análisis del discurso televisivo del capítulo final de la serie turca *Las mil y una noches*, Lima, 2017". https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15543/D%c3%adaz_FCDP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Editorial Digital UNID (2015): *Vita et labor XV años*. México. <https://books.google.com.pe/books?id=6MWQCgAAQBAJ&pg=PT10&dq=dimensiones++lenguaje+audiovisual&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj40dvj-sn4AhX6ILkGHfCiDzMQ6AF6BAgCEAl#v=onepage&q=dimensiones%20%20lenguaje%20audiovisual&f=false>

- Enrique, A. (2018). *Guía para implementar el método de estudio de caso en proyectos de investigación*.
https://www.researchgate.net/publication/328018808_Guia_para_implemen_tar_el_metodo_de_estudio_de_caso_en_proyectos_de_investigacion
- Escalona, A. (2022): *Procesos de comunicación con perspectiva de género en el entorno de intervención*
https://books.google.com.pe/books?id=tIxIEAAAQBAJ&pg=PT45&dq=comunicaci%C3%B3n+persuasiva&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj40sL_rY76Ah_VJH7kGHUNDA9g4ChDoAXoECAkQAg#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20persuasiva&f=false
- Escudero, C. & Cortez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14207/1/Cap.1-Introducci%C3%B3n%20a%20la%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica.pdf>
- Esteban, N. (2018). *Tipos de investigación*.
<http://repositorio.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Feezell, J. T. (2018). *Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era*. *Political Research Quarterly*, 71(2), 482–494.
<https://doi.org/10.1177/1065912917744895>
- Fernández, J. (2020). *Sin miedo al retrato: La guía completa de iluminación y dirección de pose*.
<https://books.google.com.pe/books?id=6NFdEAAAQBAJ&pg=PA50&dq=%C3%A1ngulos+de+c%C3%A1mara&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj75YP108r4AhVtGLkGHRVeAgs4FBD0AXoECAoQAg#v=onepage&q=%C3%A1ngulos%20de%20c%C3%A1mara&f=false>
- Fernández, O. (2016): *El abogado y el juicio: Un Manual para la práctica profesional antes, durante y después del juicio*.

<https://books.google.com.pe/books?id=1Tg0EAAAQBAJ&pg=PT179&dq=entonacion+ritmo+y+tono&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjioPmxJX6AhUWIbkGHS2fDTUQuwV6BAgEEAc#v=onepage&q=entonacion%20ritmo%20y%20tono&f=false>

Ferro, J. (2020). *Manual de supervivencia del Perito Judicial en Propiedad Intelectual e Industrial.*

<https://books.google.com.pe/books?id=RTLKDwAAQBAJ&pg=PA180&dq=elementos+sonoros&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj4re88tP4AhXZCLkGHZPqAxs4HhDoAXoECAMQAg#v=onepage&q=elementos%20sonoros&f=false>

Gallo, M. (2021): *De la prensa a la comunicación institucional. Argentina: Editorial Digital UNID* (2015): *Vita et labor XV años. México.*

https://books.google.com.pe/books?id=DX9KEAAAQBAJ&pg=PT125&dq=aspecto+sintactico+audiovisual&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiNg_ek78T4AhUvCbkgGHUusAcUQ6AF6BAgGEAI#v=onepage&q=aspecto%20sintactico%20audiovisual&f=false

Gustems, J. (2013). *Música y sonido en los audiovisuales. Volumen 10 de comunicación activa.*

https://books.google.com.pe/books/about/M%C3%BAsica_y_sonido_en_los_audiovisuales_eB.html?id=VIZKBgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Guzmán, F. Rodrigo, M. (2018). El “Baguazo” en el discurso periodístico peruano. Un análisis crítico de los medios durante el conflicto amazónico de 2009. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/64813>

Hernández, O. (2017). *Implantación y desarrollo de la televisión temática en el entorno televisivo español.*

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/45736/1/T39453.pdf>

Ibáñez, P. Villalonga, P. y Lazo, C. (2021): *La educación digital en el ámbito universitario. Un enfoque* 360.

<https://books.google.com.pe/books?id=soFYEAAAQBAJ&pg=PT138&dq=entonacion+ritmo+y+tono&hl=es->

[419&sa=X&ved=2ahUKEwjSqtv_2a_zAhXzGrkGHWDjDe0Q6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=el%20punto%20la%20linea%20el%20color%20la%20textura&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=cqQIEAAAQBAJ&pg=PA2&dq=el+punto+la+linea+el+color+la+textura&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjSqtv_2a_zAhXzGrkGHWDjDe0Q6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=el%20punto%20la%20linea%20el%20color%20la%20textura&f=false)

Iglesias, A. (2021). *Diseño y elaboración de material de comunicación*. Madrid: Editorial Paraninfo.

https://books.google.com.pe/books?id=cqQIEAAAQBAJ&pg=PA2&dq=el+punto+la+linea+el+color+la+textura&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjSqtv_2a_zAhXzGrkGHWDjDe0Q6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=el%20punto%20la%20linea%20el%20color%20la%20textura&f=false

Jociles, M. (2018). *La observación participante en el estudio etnográfico de las prácticas sociales*. <http://www.scielo.org.co/pdf/rcan/v54n1/0486-6525-rcan-54-01-00121.pdf>

Jódar, J. (2018). *Caracterización del lenguaje audiovisual de los Fashion Films: realización y postproducción digital*. <https://revistaprismasocial.es/article/view/2825/2979>

Joy Jenkins & Pedro Jerónimo (2021) *¿Cambiando el ritmo? Elaboración de noticias locales en línea en Finlandia, Francia, Alemania, Portugal y el Reino Unido, práctica periodística*, 15:9, 1222-1239, DOI: 10.1080/17512786.2021.1913626

Llanos, J. (2017), "Análisis del discurso televisivo del programa *Telewebers emitido por Latina en los meses de abril, mayo y junio del año 2017*". https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15534/LLANOS_RJM.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Macassi, S. (2021). "Análisis del tratamiento periodístico en noticieros televisivos de señal abierta en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales Del 2021". <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2022/01/Estudio-cualitativo-Elecciones-y-medios-2021.pdf>

Malavasi, A. (2005). *Goce Estético de la escuela*. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia EUNED. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=v1Vsr-8VnmsC&pg=PA41&dq=elementos+del+lenguaje+visual&hl=es&sa=X&ve>

[d=2ahUKEwjqvcWQ16_zAhUuILkGHb_RBVE4ChDoAXoECAoQAg#v=onepage&q=elementos%20del%20lenguaje%20visual&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=2ahUKEwjqvcWQ16_zAhUuILkGHb_RBVE4ChDoAXoECAoQAg#v=onepage&q=elementos%20del%20lenguaje%20visual&f=false)

Marín, C. (2019): *Manual de periodismo: Edición actualizada*.

https://books.google.com.pe/books?id=QBy_DwAAQBAJ&pg=PT174&dq=periodismo+informativo&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjsNWVpl76AhUNJrkGHVXZBhgQuwV6BAGHEAc#v=onepage&q=periodismo%20informativo&f=false

Marín, C. (2020). «Evolución del lenguaje audiovisual en los programas informativos de televisión en España (comparativa entre 1999 y 2017)».

Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura, 63, 1-15. DOI: <https://analisi.cat/article/view/v63-marin/3309-pdf-es>

Martínez, J. (2016): *Vendiendo se entiende la gente*.

https://books.google.com.pe/books?id=Tdz8UJ1n_Q0C&pg=PT59&dq=entonacion+ritmo+y+tono&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjjhroqQxZX6AhUWlbkGHS2fDTU4ChDoAXoECAMQAg#v=onepage&q=entonacion%20ritmo%20y%20tono&f=false

Molina, M. (2020). *El discurso televisivo y la humorización de la política Estudio de caso: Programa En corto*.

<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7448/1/T3244-MC-Molina-El%20discurso.pdf>

Mora, V. (2020). *Medios técnicos audiovisuales y escénicos. Ciclos formativos, imagen y sonido*.

https://books.google.com.pe/books?id=sx_gDwAAQBAJ&pg=PA215&dq=el+silencio+audiovisual&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjb6JjhgdT4AhWeBLkGHXxpARc4ChDoAXoECAQQAg#v=onepage&q=el%20silencio%20audiovisual&f=false

Morales, F. (2013). *Montaje audiovisual: teoría, técnica y métodos de control*. Universitat Oberta de Catalunya, 2013. Digitalia,

<https://www.digitaliapublishing.com/a/28898>

Muñiz, C. (2020). “El framing como proyecto de investigación: una revisión de los conceptos, ámbitos y métodos de estudio”. *Profesional de la información*, v. 29,

n. 6, e290623. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.2>
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/86309/62879>

Navarrete, V. (2020). *“Análisis del tratamiento de la noticia televisiva en la civilización del espectáculo: caso américa noticias edición central”*.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6535/NAVARRETE_PV2.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Otzen (2017): *Técnicas de muestreo sobre una población a estudio*.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Pereyra, L. (2020): *Ciencias de la comunicación II*.
<https://books.google.com.pe/books?id=OBo-EAAAQBAJ&pg=PA114&dq=musica+palabra+voz+en+off+efectos+de+sonido&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj0m5iC89P4AhXqALkGHbXSCvkQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q=musica%20palabra%20voz%20en%20off%20efectos%20de%20sonido&f=false>

Pérez, D. J. M. G. (2021). El debate televisivo: De la información al espectáculo. In *La comunicación a la vanguardia: Tendencias, métodos y perspectivas* (pp. 1873-1891). Fragua.
https://www.researchgate.net/profile/Jose-Maria-Galindo/publication/356475036_El_debate_televisivo_de_la_informacion_al_espectaculo/links/619d5aa83068c54fa518e0f2/El-debate-televisivo-de-la-informacion-al-espectaculo.pdf

Pina, A. & Rubio, G. (2020). *Comunicación audiovisual y digital en la escuela: hablar con imágenes, formas de estar en red, aprender y enseñar disfrutando*. *Dextra*, 2020. *Digitalia*
<https://www.digitaliapublishing.com/a/68233>

Piñeiro, V. y Mangana, R. (2018). *Teoría del Encuadre: panorámica conceptual y estado del arte en el contexto hispano*. Ediciones Complutense: Portugal.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/62233/456445654852>

- Piñeiro, V. y Mangana, R. (2018): *Teoría del Encuadre: panorámica conceptual y estado del arte en el contexto hispano*.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/62233/45644565485>
25
- Portolés, J. (2016): *La censura de la palabra*. Editorial. Maite Simón.
<https://books.google.com.pe/books?id=rlc2DAAAQBAJ&pg=PT65&dq=intenci%C3%B3n+informativa&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiNmojDpY76AhXqHLkGHQImCKwQ6AF6BAgLEAI#v=onepage&q=intenci%C3%B3n%20informativa&f=false>
- Ramos, A. (2008): *El acento, el ritmo y la entonación en la enseñanza del español como LE*.
https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones centros/PDF/saopaulo_2008/02_ramos.pdf
- Revilla, A. y Murillo, V. (2019). *Fundamentos conceptuales en educación visual y plástica*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=LJStDwAAQBAJ&pg=PA38&dq=la+figura+lenguaje+visual&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwik3a2xLTzAhVsELkGHW9FDjMQ6AF6BAgLEAI#v=onepage&q=la%20figura%20lenguaje%20visual&f=false>
- Robles, F. (2018). *Índice de validez de contenido: Coeficiente V de Aiken*. Recuperado de:
<http://200.62.226.189/PuebloContinente/article/view/991/914>
- Rodríguez, A. (2021). *¿El silencio es un sonido?: Diez principios para una teoría expresiva del silencio*.
https://ddd.uab.cat/pub/artpub/2021/252027/jousousil_2021n4p8.pdf

- Rodríguez, D. (2013). *Crea y modela con 3Ds Max. Fundamentos*.
<https://books.google.com.pe/books?id=B4AvDgAAQBAJ&pg=PA15&dq=lenguaje+audiovisual+rodriguez&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwilotLL88T4AhW9ArkGHfIPBGAQ6AF6BAgJEA#v=onepage&q=lenguaje%20audiovisual%20rodriguez&f=false>
- Román, A. (2017). *Análisis Musivisual: Guía de audición y estudio de la música cinematográfica*.
<https://books.google.com.pe/books?id=4Hl5DwAAQBAJ&pg=PA13&dq=sint%C3%A1ctico+morfol%C3%B3gico+sint%C3%A1ctico+audiovisual&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiJ-tz598T4AhVBLbkGHbasCUw4ChDoAXoECAUQAg#v=onepage&q=sint%C3%A1ctico%20morfol%C3%B3gico%20sint%C3%A1ctico%20audiovisual&f=false>
- Román, A. (2022): *Composición musivisual: Guía para la creación de música audiovisual*. España.
<https://books.google.com.pe/books?id=8StjEAAAQBAJ&pg=PA29&dq=lenguaje+audiovisual+es&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjK8eWt9sT4AhUsA7kGHeQIC5w4ChDoAXoECAkQAg#v=onepage&q=lenguaje%20audiovisual%20es&f=false>
- Rosado, N, Benítez, T. y Arias, M. (2020): *Leer, hablar y escribir en la universidad*.
<https://books.google.com.pe/books?id=WJApEAAAQBAJ&pg=PA124&dq=discurso+oral&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi6oPXKt476AhUPK7kGHS0mA4o4MhDoAXoECAgQAg#v=onepage&q=discurso%20oral&f=false>
- Ruano, S & Millán, T. (2005). *Implantación y desarrollo de la televisión temática en el entorno televisivo español*.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825116>

- Sampaio, V. (2020). "Análisis estructural del discurso de la serie de Netflix '13 reasons why', en su primera temporada". <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/12378/T09235.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Sánchez, M., Fernández, M. & Díaz, J. (2020). "Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo". <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rcuisrael/v8n1/2631-2786-rcuisrael-8-01-00107.pdf>
- Serrano, A. y Biel, M. (2013). *Estética del producto industrial y su representación gráfica*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=KGnjDAAAQBAJ&pg=PA15&dq=elementos+del+lenguaje+visual&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewjqvcWQ16_zAhUulLkGHb_RBVE4ChDoAXoECAYQAg#v=onepage&q=elementos%20del%20lenguaje%20visual&f=false
- Soto, E. & Escribano, E. (2019). *El método estudio de caso y su significado en la investigación educativa. In Procesos formativos en la investigación educativa: diálogos, reflexiones, convergencias y divergencias (pp. 203-222). Red de Investigadores Educativos Chihuahua AC.* <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7042305.pdf>
- Tomasello, M. (2018): *Una historia natural del pensamiento humano.* <https://books.google.com.pe/books?id=vEiyDwAAQBAJ&pg=PA72&dq=intenci%C3%B3n+informativa&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewiky-ySpo76AhWKIbkGHXXcCmc4ChC7BXoECAsQBw#v=onepage&q=intenci%C3%B3n%20informativa&f=false>

Valhondo, J. (2019). *Econarrativa audiovisual y teoría de la mente: Ensayo sobre narrativa* fílmica.

<https://books.google.com.pe/books?id=UCi4DwAAQBAJ&pg=PT49&dq=lenguaje+audiovisual+es&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi4ntCli8X4AhU4BrkGHSShAnUQ6AF6BAgLEA#v=onepage&q=lenguaje%20audiovisual%20es&f=false>

Wenham, M. (2008). *Entender el arte: Una guía para el profesorado*. Barcelona:

Editorial GRAO. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=oa-kycuK16EC&pg=PA22&dq=elementos+del+lenguaje+visual&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjE-6bG0K_zAhWZHLkGHYEOBpAQ6AF6BAgGEAI#v=onepage&q=elementos%20del%20lenguaje%20visual&f=false

Yanes, J. (2017): *El maestro de la voz*.

<https://books.google.com.pe/books?id=hc1dDwAAQBAJ&pg=PT209&dq=tono+ritmo+intensidad&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjo8-rlzJX6AhWMIbkGHSfFAN0Q6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=tono%20ritmo%20intensidad&f=false>

ANEXOS

MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

Ámbito temático	Definición conceptual	Definición operacional	Categorías	Subcategorías	Códigos
Discurso televisivo	Para Pérez (2021) el discurso televisivo es comprendido como una forma de comunicación que se emplea por una o más personas en televisión con el objeto de tratar una temática determinada.	La presente investigación recolectará los datos empleando el enfoque cualitativo, de nivel hermenéutico, porque se hará una interpretación del ámbito temático, en razón de las categorías y subcategorías propuestas por el	Contexto temático	Intención comunicativa	Hechos reales
					Partes del hecho
					Dramatización del hecho
				Estructura temática	Informativo
					Persuasivo
					Drama
			Discurso textual	Estilo informativo directo	Transmisión de la información
					Actitud neutral
					Veracidad
					Reducción de la expresividad o emociones
Estilo informativo coloquial	Conversación informal o interpersonal				

		citado autor. Como técnica de recolección de datos se empleará la observación y como instrumento de recolección una guía de observación.			Mantiene el interés
					Facilita la comprensión
				Estilo informativo Sugestivo	Apela a las emociones
					Participación plena en la noticia
			Discurso vocal	Picos tonales	Aumento de la tonalidad de sílabas
				Prominencia	Aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas
				Plateau	Sin tonalidad, intensidad y ritmo de sílabas
			Lenguaje audiovisual	Aspectos sintácticos	Planos
					Ángulos
					Movimientos de cámara
				Encuadre	
				Aspectos morfológicos	Elementos visuales
Elementos sonoros					

MATRIZ DE CONSISTENCIA TEÓRICA

Matriz de consistencia teórica						
Título de la investigación	Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021.					
Autor(es)	Barba Rivera, Jimmy Paul / Ramos Chirinos, Jhonatan Carlos Eduardo					
Planteamiento del problema de investigación	Objetivos de la investigación	Ámbito temático	Categorías	Subcategorías	Metodología	Técnica
Problema general	Objetivo general				Enfoque de investigación	Observación
¿Cómo se presentó el discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021?	Analizar el discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021.	Discurso televisivo			Cualitativo	

Problemas específicos	Objetivos específicos				Nivel de investigación	
Problema específico 1	Objetivo específico 1				Hermenéutico	
¿Cómo se presentó el contexto temático del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021?	Analizar el contexto temático del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021.		Contexto temático	Intención comunicativa	Tipo de investigación	
				Estructura temática	Básica	
Problema específico 2	Objetivo específico 2				Diseño de investigación	Instrumento
¿Cómo se presentó el discurso textual del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021?	Analizar el discurso textual del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021.		Discurso textual	Estilo informativo directo	Análisis de contenido	Guía de observación
				Estilo informativo coloquial		

Problema específico	Objetivo específico 3			Estilo informativo Sugestivo		
¿Cómo se presentó el discurso vocal del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021?	Analizar el discurso vocal del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021.		Discurso vocal	Picos tonales		
				Prominencia		
				Plateau		
Problema específico 4	Objetivo específico 4			Aspectos sintácticos		
¿Cómo se presentó el lenguaje audiovisual del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021?	Analizar el lenguaje audiovisual del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021.		Lenguaje audiovisual	Aspectos morfológicos		

GUÍAS DE OBSERVACIÓN N°1

Guía de observación							
Título de la investigación				Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021			
Fecha de emisión				18/04/2021			
Link del programa				Elecciones 2021: Así votó Perú (Reportaje) https://www.youtube.com/watch?v=hovG_etQ1I4&list=PLEunfEsif_3bYf8h			
Ámbito temático	Categorías	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción
Discurso televisivo	Contexto temático	Intención comunicativa	Hechos reales	El programa presenta hechos reales en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí presentan hechos reales. Es decir, se muestran datos objetivos de la realidad mostrada, pues no se elige la información de manera

							intencionada, ni mucho menos se altera.
			Partes del hecho	El programa presenta partes del hecho en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no se presentan partes del hecho. Es decir, no eligen ciertos datos de la realidad intencionalmente para presentar la noticia.
			Dramatización del hecho	El programa presenta dramatización del hecho en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no presenta dramatización del hecho. Es decir, no recrea o altera el hecho noticioso.
		Estructura temática	Informativo	El programa presenta contenido informativo en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no se presenta contenido informativo. Es decir, no hay un orden de la información al momento de presentarla.
			Persuasivo	El programa presenta contenido persuasivo	X		En el programa analizado, sí se presenta contenido persuasivo.

				en el contexto temático.			Es decir, existe un desorden en los datos presentados.
			Drama	El programa presenta contenido dramático en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no se presenta contenido dramático
Discurso textual	Estilo informativo directo	Transmisión de la información	El programa presenta transmisión de la información en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta transmisión de la información en el estilo informativo directo. Es decir, su redacción y locución presenta la realidad tal y como es.	
		Actitud neutral	El programa presenta actitud neutral en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta actitud neutral en el estilo informativo directo. Es decir, no se aprecia preferencia en ningún candidato.	

			Veracidad	El programa presenta veracidad en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta veracidad en su estilo informativo directo. Es decir, la redacción y locución se apega a la realidad presentada.
			Reducción de la expresividad o emociones	El programa presenta reducción de la expresividad o emociones en el discurso textual.		X	En el programa analizado, no presenta reducción de la expresividad o emociones en su estilo informativo directo. Es decir, se inclina a presentar la noticia acompañada de emociones.
		Estilo informativo coloquial	Conversación informal o interpersonal	El programa presenta una conversación informal o interpersonal en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta una conversación informal o interpersonal en el estilo informativo coloquial. Es decir, emplea un habla coloquial o popular en la

							redacción del reportaje mostrado.
			Mantiene el interés	El programa mantiene el interés en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí mantiene el interés en el estilo informativo coloquial. Es decir, tanto el tema como la redacción del reportaje es llamativa y creativa.
			Facilita la comprensión	El programa facilita la comprensión en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí facilita la comprensión en el estilo informativo coloquial. Es decir, el reportaje mostrado presenta una redacción y locución coloquial que hace posible el entendimiento en su público.

		Estilo informativo sugestivo	Apela a las emociones	El programa apela a las emociones en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí apela a las emociones en el estilo informativo sugestivo. Es decir, el reportaje intenta llamar la atención del público a través de su redacción y locución.
			Participación plena en la noticia	El programa presenta participación plena en la noticia en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta participación plena en el estilo informativo sugestivo. Es decir, el narrador participa de manera activa en el reportaje.
	Discurso vocal	Picos tonales	Aumento de la tonalidad de sílabas	El programa presenta aumento de la tonalidad de sílabas en el discurso vocal.	X		En el programa analizado, sí presenta aumento de la tonalidad de sílabas en los picos tonales. Es decir, enfatiza las palabras clave de la noticia.

		Prominencia	Aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas	El programa presenta aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas en el discurso vocal.	X		En el programa analizado, sí presenta aumento del tono, intensidad y ritmo en la prominencia. Es decir, sí hay énfasis en palabras clave, aumento del volumen y velocidad en la voz del narrador.
		Plateau	Sin tonalidad, intensidad y ritmo de sílabas	El programa no presenta tonalidad, intensidad y ritmo en el discurso vocal.		X	En el programa analizado, no hay presencia de plateau en el discurso vocal. Es decir, sí hay tonalidad, intensidad y ritmo en el reportaje mostrado.
	Lenguaje audiovisual	Aspectos sintácticos	Planos	El programa presenta planos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta planos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del plano busto, americano, general y entero.

			Ángulos	El programa presenta ángulos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta ángulos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del ángulo normal y contrapicado.
			Movimientos de cámara	El programa presenta movimientos de cámara en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta movimientos de cámara en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del movimiento travelling y panorámica.
			Encuadre	El programa presenta encuadre en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí hay encuadre en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia de los sujetos clave a través de la cámara.

		Aspectos morfológicos	Elementos visuales	El programa presenta elementos visuales en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta elementos visuales en los aspectos morfológicos. Es decir, sí hay presencia de banners, logo del programa, texto e infografía.
			Elementos sonoros	El programa presenta elementos sonoros en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta elementos sonoros en los aspectos morfológicos. Es decir, sí hay presencia de la banda sonora del programa y fondo musical en el reportaje.

GUÍAS DE OBSERVACIÓN N°2

Guía de observación							
Título de la investigación				Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021			
Fecha de emisión				25/04/2021			
Link del programa				Entrevista a Pedro Castillo https://www.youtube.com/watch?v=6kMxgNQIc5ImbCXk1O4ou_Rr2anN&i			
Ámbito temático	Categorías	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción
Discurso televisivo	Contexto temático	Intención comunicativa	Hechos reales	El programa presenta hechos reales en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí presentan hechos reales. Es decir, sí se muestran datos objetivos de la realidad durante la entrevista.
			Partes del hecho	El programa presenta partes del	X		En el programa analizado, sí presentan partes del hecho. Es

				hecho en el contexto temático.			decir, el programa ha elegido ciertos datos del hecho dándole un enfoque a la entrevista.
			Dramatización del hecho	El programa presenta dramatización del hecho en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no presenta dramatización del hecho. Es decir, no recrea de manera interpretativa la realidad temática en la entrevista.
		Estructura temática	Informativo	El programa presenta contenido informativo en el contexto temático.		X	En el programa analizado, sí presenta contenido informativo. Es decir, hay un orden jerárquico de la información al momento de plantear las preguntas al entrevistado.
			Persuasivo	El programa presenta contenido persuasivo en el contexto temático.		X	En el programa analizado, sí se presenta contenido persuasivo. Es decir, existe un desorden de la

							información en las respuestas del entrevistado.
			Drama	El programa presenta contenido dramático en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no se presenta contenido dramático.
Discurso textual	Estilo informativo directo	Transmisión de la información	El programa presenta transmisión de la información en el discurso textual.	X			En el programa analizado, sí presenta transmisión de la información en el estilo informativo directo. Es decir, su redacción y locución en las preguntas y respuestas van acorde a la realidad.
		Actitud neutral	El programa presenta actitud neutral en el discurso textual.	X			En el programa analizado, sí presenta actitud neutral en el estilo informativo directo. Es decir, no se aprecia cierta preferencia o

							postura por parte de la entrevistadora.
			Veracidad	El programa presenta veracidad en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta veracidad en su estilo informativo directo. Es decir, la entrevista cuenta con datos, preguntas y respuestas que se apegan a la realidad.
			Reducción de la expresividad o emociones	El programa presenta reducción de la expresividad o emociones en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta reducción de la expresividad o emociones en el estilo informativo directo. Es decir, no hay presencia de sentimientos o emociones durante la entrevista.
		Estilo informativo coloquial	Conversación informal o interpersonal	El programa presenta una conversación informal o		X	En el programa analizado, no presenta una conversación informal o interpersonal en el estilo informativo coloquial. Es decir, no

				interpersonal en el discurso textual.			emplea palabras coloquiales durante la entrevista.
			Mantiene el interés	El programa mantiene el interés en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí mantiene el interés en el estilo informativo coloquial. Es decir, el tema a tratar en la entrevista despierta el interés del público.
			Facilita la comprensión	El programa facilita la comprensión en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí facilita la comprensión en el estilo informativo coloquial. Es decir, sí hay presencia de un tipo de conversación informal entre entrevistador – entrevistado que hace posible que la audiencia entienda la entrevista.
		Estilo informativo sugestivo	Apela a las emociones	El programa apela a las emociones en el discurso textual.		X	En el programa analizado, no apela a las emociones en el estilo informativo sugestivo. Es decir, la

							entrevista sí pretende llamar la atención del público, pero no haciendo uso de las emociones al extremo de exagerar la conversación.
			Participación plena en la noticia	El programa presenta participación plena en la noticia en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta participación plena en el estilo informativo sugestivo. Es decir, la entrevistadora se incluye dentro de la temática a tratar durante la entrevista.
	Discurso vocal	Picos tonales	Aumento de la tonalidad de sílabas	El programa presenta aumento de la tonalidad de sílabas en el discurso vocal.	X		En el programa analizado, sí presenta aumento de la tonalidad de sílabas en los picos tonales. Es decir, enfatiza las palabras clave del tema a tratar en la entrevista.
		Prominencia	Aumento del tono,	El programa presenta aumento	X		En el programa analizado, sí presenta aumento del tono,

			intensidad y ritmo de sílabas	del tono, intensidad y ritmo de sílabas en el discurso vocal.			intensidad y ritmo en la prominencia. Es decir, sí hay énfasis en palabras clave, aumento del volumen y velocidad en la voz tanto de la entrevistadora como del entrevistado.
		Plateau	Sin tonalidad, intensidad y ritmo de sílabas	El programa no presenta tonalidad, intensidad y ritmo en el discurso vocal.	X		En el programa analizado, no hay presencia del tono, intensidad y ritmo en plateau. Es decir, por momentos no hay tonalidad, intensidad y ritmo durante la entrevista.
	Lenguaje audiovisual	Aspectos sintácticos	Planos	El programa presenta planos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta planos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del plano busto, corto y medio, ya que se trata de una entrevista.

			Ángulos	El programa presenta ángulos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta ángulos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia sola y únicamente del ángulo normal, ya que se trata de una entrevista.
			Movimientos de cámara	El programa presenta movimientos de cámara en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta movimientos de cámara en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del movimiento zoom in al inicio de la entrevista.
			Encuadre	El programa presenta encuadre en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí hay encuadre en los aspectos sintácticos. Es decir, la cámara enfoca a los personajes implicados durante la entrevista.

		Aspectos morfológicos	Elementos visuales	El programa presenta elementos visuales en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta elementos visuales en los aspectos morfológicos. Es decir, sí hay presencia de banners, logo del programa y texto.
			Elementos sonoros	El programa presenta elementos sonoros en su lenguaje audiovisual.		X	En el programa analizado, no presenta elementos sonoros en los aspectos morfológicos. Es decir, solo hay presencia de la banda sonora del programa, mas no de un fondo musical que acompañe la entrevista.

GUÍAS DE OBSERVACIÓN N°3

Guía de observación							
Título de la investigación				Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021			
Fecha de emisión				02/05/2021			
Link del programa				Encuentro en Chota: Pandemia y salud, economía y corrupción (retransmisión de debate) https://www.youtube.com/watch?v=z6s8XDP239Y			
Ámbito temático	Categorías	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción
Discurso televisivo	Contexto temático	Intención comunicativa	Hechos reales	El programa presenta hechos reales en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí presentan hechos reales. Es decir, sí se muestran datos objetivos de la realidad durante el debate presidencial.

			Partes del hecho	El programa presenta partes del hecho en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí presentan partes del hecho. Es decir, los candidatos han elegido ciertos datos de la realidad durante el debate presidencial.
			Dramatización del hecho	El programa presenta dramatización del hecho en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí presenta dramatización del hecho. Es decir, los candidatos recrean datos no confirmados o especulaciones durante el debate presidencial.
		Estructura temática	Informativo	El programa presenta contenido informativo en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí presenta contenido informativo. Es decir, hay un orden jerárquico durante el discurso de ambos candidatos.

			Persuasivo	El programa presenta contenido persuasivo en el contexto temático.		x	En el programa analizado, no se presenta contenido persuasivo. Es decir, no existe un desorden de la información durante el discurso de los candidatos.
			Drama	El programa presenta contenido dramático en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no se presenta contenido dramático.
	Discurso textual	Estilo informativo directo	Transmisión de la información	El programa presenta transmisión de la información	X		En el programa analizado, sí presenta transmisión de la información en el estilo informativo directo. Es decir, su redacción y locución se apegan a la realidad percibida.

				en el discurso textual.			
			Actitud neutral	El programa presenta actitud neutral en el discurso textual.	x		En el programa analizado, sí presenta actitud neutral en el estilo informativo directo. Es decir, la redacción de los banners o titular no muestra preferencia o postura política.
			Veracidad	El programa presenta veracidad en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta veracidad en su estilo informativo directo. Es decir, la redacción del programa se apega a la realidad.
			Reducción de la expresividad o emociones	El programa presenta reducción de la expresividad		X	En el programa analizado, no presenta reducción de la expresividad o emociones en el estilo informativo directo. Es decir, hay presencia de sentimientos o

				o emociones en el discurso textual.			emociones durante el discurso de ambos candidatos.
		Estilo informativo coloquial	Conversación informal o interpersonal	El programa presenta una conversación informal o interpersonal en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta una conversación informal o interpersonal en el estilo informativo coloquial. Es decir, ambos candidatos presidenciales emplean palabras y frases coloquiales durante el debate.
			Mantiene el interés	El programa mantiene el interés en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí mantiene el interés en el estilo informativo coloquial. Es decir, los candidatos se apegan a sus escritos o fuentes de información para llamar la atención del público durante el debate.

			Facilita la comprensión	El programa facilita la comprensión en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí facilita la comprensión en el estilo informativo coloquial. Es decir, el discurso de ambos candidatos se acerca a una conversación informal – interpersonal entre ellos y los espectadores del debate.
		Estilo informativo sugestivo	Apela a las emociones	El programa apela a las emociones en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí apela a las emociones en el estilo informativo sugestivo. Es decir, los candidatos pretenden apelar a las emociones al grado de exagerar su discurso durante el debate.
			Participación plena en la noticia	El programa presenta participación plena en la noticia en el	X		En el programa analizado, sí presenta participación plena en el estilo informativo sugestivo. Es decir, los candidatos se incluyen dentro de la temática del debate a través de su

				discurso textual.			discurso, siendo partícipes de la problemática actual.
Discurso vocal	Picos tonales	Aumento de la tonalidad de sílabas	El programa presenta aumento de la tonalidad de sílabas en el discurso vocal.	X			En el programa analizado, sí presenta aumento de la tonalidad de sílabas en los picos tonales. Es decir, los candidatos presidenciales hacen énfasis en al menos una o dos palabras clave durante su discurso.
	Prominencia	Aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas	El programa presenta aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas en el discurso vocal.	X			En el programa analizado, sí presenta aumento del tono, intensidad y ritmo en la prominencia. Es decir, los candidatos si enfatizan en palabras claves, aumentan el volumen y la velocidad de la voz durante su discurso.

		Plateau	Sin tonalidad, intensidad y ritmo de sílabas	El programa no presenta tonalidad, intensidad y ritmo en el discurso vocal.		X	En el programa analizado, no hay presencia del tono, intensidad y ritmo en plateau. Es decir, no hay tonalidad, intensidad y ritmo en el debate presidencial.
	Lenguaje audiovisual	Aspectos sintácticos	Planos	El programa presenta planos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta planos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del plano busto, medio y neutro.
			Ángulos	El programa presenta ángulos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta ángulos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia sola y únicamente del ángulo normal, ya que se trata de un debate.

			Movimientos de cámara	El programa presenta movimientos de cámara en su lenguaje audiovisual.		X	En el programa analizado, no presenta movimientos de cámara en los aspectos sintácticos.
			Encuadre	El programa presenta encuadre en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí hay encuadre en los aspectos sintácticos. Es decir, la cámara enfoca a los personajes implicados durante el debate.
		Aspectos morfológicos	Elementos visuales	El programa presenta elementos visuales en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta elementos visuales en los aspectos morfológicos. Es decir, sí hay presencia de banners, logo del programa y texto.

			Elementos sonoros	El programa presenta elementos sonoros en su lenguaje audiovisual.		X	En el programa analizado, no presenta elementos sonoros en los aspectos morfológicos. Es decir, solo hay presencia de la banda sonora del programa, mas no de un fondo musical que acompañe el debate.
--	--	--	----------------------	---	--	---	--

GUÍAS DE OBSERVACIÓN N°4

Guía de observación	
Título de la investigación	Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021
Fecha de emisión	09/05/2021
Link del programa	<p>https://www.youtube.com/watch?v=t4Q3uoQiAFU</p> <p>Encuesta IEP- la republica</p> <p>Entrevista cardenal Pedro Barreto</p> <p>Segunda vuelta: Financiación de la campaña</p> <p>Ambos candidatos cuentan con campañas “espontaneas” en redes</p> <p>Los endoses políticos de la semana</p>

Ámbito temático	Categorías	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción
Discurso televisivo	Contexto temático	Intención comunicativa	Hechos reales	El programa presenta hechos reales en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí presentan hechos reales. Es decir, se muestran datos objetivos de la realidad mostrada, sin alterar ni manipular la información mostrada.
			Partes del hecho	El programa presenta partes del hecho en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí se presentan partes del hecho. Es decir, eligen ciertos datos y personajes de la realidad intencionalmente para presentar un mensaje. (monseñor a favor de keiko)

			Dramatización del hecho	El programa presenta dramatización del hecho en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no presenta dramatización del hecho. Es decir, no recrea o altera el hecho noticioso.
		Estructura temática	Informativo	El programa presenta contenido informativo en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no presenta contenido informativo. Porque no tiene un orden de la información entre sus entrevistas y reportajes.
			Persuasivo	El programa presenta contenido persuasivo en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí se presenta contenido persuasivo. Es decir, se transmite información con una tendencia a influenciar sobre el electorado. (reportaje financiamiento pedro castillo)

			Drama	El programa presenta contenido dramático en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no se presenta contenido dramático.
Discurso textual	Estilo informativo directo	Transmisión de la información	El programa presenta transmisión de la información en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta transmisión de la información en el estilo informativo directo. Es decir, su redacción, locución presentan la realidad de todos los sucesos ocurridos en la segunda vuelta electoral. (entrevistas y reportajes)	
		Actitud neutral	El programa presenta actitud neutral en el discurso textual.		X	En el programa analizado, no presenta actitud neutral en el estilo informativo directo. Es decir, se aprecia preferencia por uno de los candidatos dando	

							énfasis en lo malo que pasaría si se ganara uno de ellos. (los endoses políticos de la semana, comunismo)
			Veracidad	El programa presenta veracidad en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta veracidad en su estilo informativo directo. Es decir, la redacción y locución se apega a la realidad presentada.
			Reducción de la expresividad o emociones	El programa presenta reducción de la expresividad o emociones en el discurso textual.		X	En el programa analizado, no presenta reducción de la expresividad o emociones en su estilo informativo directo. Es decir, presentan testimonios y reportajes con tendencia a la emotividad. (entrevista cardenal Pedro Barreto)

		Estilo informativo coloquial	Conversación informal o interpersonal	El programa presenta una conversación informal o interpersonal en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta una conversación informal o interpersonal en el estilo informativo coloquial. Emplean una comunicación informal, coloquial o popular en la redacción de los reportajes mostrados. (indultos e indultos en campaña, coloquial)
			Mantiene el interés	El programa mantiene el interés en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí mantiene el interés en el estilo informativo coloquial. Es decir, tanto el tema como la redacción de los reportajes es llamativa y creativa. (reportajes)
			Facilita la comprensión	El programa facilita la comprensión en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí facilita la comprensión en el estilo informativo coloquial. Es

							decir, los reportajes y entrevistas mostrados presentan una redacción y locución coloquial que hace posible el entendimiento en su audiencia. (reportajes y entrevistas)
		Estilo informativo sugestivo	Apela a las emociones	El programa apela a las emociones en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí apela a las emociones en el estilo informativo sugestivo. Tanto los reportajes y entrevistas intentan llamar la atención del público a través de su redacción y locución.
			Participación plena en la noticia	El programa presenta participación plena en la noticia en el discurso textual.		X	En el programa analizado, no presenta participación plena en el estilo informativo sugestivo. Es decir, el discurso del programa es explícito en lo que transmite e intervienen varios participantes.

	Discurso vocal	Picos tonales	Aumento de la tonalidad de sílabas	El programa presenta aumento de la tonalidad de sílabas en el discurso vocal.	X		En el programa analizado, sí presenta aumento de la tonalidad de sílabas en los picos tonales. Es decir, Se enfatiza las palabras clave de la noticia durante toda la transmisión del programa. (entrevistas, reportajes y discurso de Mavila)
		Prominencia	Aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas	El programa presenta aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas en el discurso vocal.	X		En el programa analizado, sí presenta aumento del tono, intensidad y ritmo en la prominencia. Es decir, sí hay énfasis en palabras clave, aumento del volumen y velocidad en la voz de la conductora y narradores de los reportajes.

		Plateau	Sin tonalidad, intensidad y ritmo de sílabas	El programa no presenta tonalidad, intensidad y ritmo en el discurso vocal.		X	En el programa analizado, no hay presencia de plateau en el discurso vocal. Es decir, sí hay tonalidad, intensidad y ritmo en el reportaje mostrado.
	Lenguaje audiovisual	Aspectos sintácticos	Planos	El programa presenta planos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta planos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del plano, general, entero, busto, americano y primer plano. (detalles de los reportajes a los ojos y expresiones de los candidatos)
			Ángulos	El programa presenta ángulos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta ángulos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del ángulo normal, contrapicado y nadir.

			Movimientos de cámara	El programa presenta movimientos de cámara en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta movimientos de cámara en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del movimiento travelling, panorámica, tilt up, tilt down, zoom in, zoom back.
			Encuadre	El programa presenta encuadre en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí hay encuadre en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia de los sujetos clave a través de la cámara.
		Aspectos morfológicos	Elementos visuales	El programa presenta elementos visuales en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta elementos visuales en los aspectos morfológicos. Es decir, sí hay presencia de banners, logo del programa, texto e infografías.

			Elementos sonoros	El programa presenta elementos sonoros en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta elementos sonoros en los aspectos morfológicos. Es decir, sí hay presencia de la banda sonora del programa y fondos musicales en los reportajes.
--	--	--	----------------------	--	---	--	--

GUÍAS DE OBSERVACIÓN N°5

Guía de observación	
Título de la investigación	Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021
Fecha de emisión	16/05/2021
Link del programa	<p>https://www.youtube.com/watch?v=rZEOrS5Pnxg</p> <p>Encuesta CPI</p> <p>Voto 2021: La semana de Castillo</p> <p>Entrevista Dina Boluarte</p> <p>Voto 2021: La semana de Castillo</p> <p>Entrevista Luis Galarreta</p>

Ámbito temático	Categorías	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción
Discurso televisivo	Contexto temático	Intención comunicativa	Hechos reales	El programa presenta hechos reales en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí presentan hechos reales. Es decir, se muestran datos objetivos de la realidad mostrada, sin alterar ni manipular la información mostrada.
			Partes del hecho	El programa presenta partes del hecho en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no se presentan partes del hecho. Es decir, no eligen ciertos datos de la realidad intencionalmente para presentar la noticia.
			Dramatización del hecho	El programa presenta dramatización del		X	En el programa analizado, no presenta dramatización del

				hecho en el contexto temático.			hecho. Es decir, no recrea o altera el hecho noticioso.
		Estructura temática	Informativo	El programa presenta contenido informativo en el contexto temático.	X		En el programa analizado, Sí presenta contenido informativo. Porque tiene un orden de la información entre sus entrevistas y reportajes dando prioridad al contexto político.
			Persuasivo	El programa presenta contenido persuasivo en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí se presenta contenido persuasivo. Es decir, se transmite información con una tendencia a influenciar sobre el electorado.
			Drama	El programa presenta contenido dramático en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no se presenta contenido dramático.

			Transmisión de la información	El programa presenta transmisión de la información en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta transmisión de la información en el estilo informativo directo. Es decir, su redacción, locución presentan la realidad de todos los sucesos ocurridos en la segunda vuelta electoral.
	Discurso textual	Estilo informativo directo	Actitud neutral	El programa presenta actitud neutral en el discurso textual.		X	En el programa analizado, no presenta actitud neutral en el estilo informativo directo. Es decir, se aprecia preferencia por uno de los candidatos dando énfasis en las propuestas de uno por sobre otro.
			Veracidad	El programa presenta veracidad	X		En el programa analizado, sí presenta veracidad en su estilo informativo directo. Es decir, la

				en el discurso textual.			redacción y locución se apega a la realidad presentada.
			Reducción de la expresividad o emociones	El programa presenta reducción de la expresividad o emociones en el discurso textual.		X	En el programa analizado, no presenta reducción de la expresividad o emociones en su estilo informativo directo. Es decir, presentan testimonios y reportajes con tendencia a la emotividad.
		Estilo informativo coloquial	Conversación informal o interpersonal	El programa presenta una conversación informal o interpersonal en el discurso textual.		X	En el programa analizado, sí presenta una conversación informal o interpersonal en el estilo informativo coloquial. Emplean una comunicación informal, coloquial o popular en la redacción de los reportajes mostrados.

			Mantiene el interés	El programa mantiene el interés en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí mantiene el interés en el estilo informativo coloquial. Es decir, tanto el tema como la redacción de los reportajes es llamativa y con una cronología.
			Facilita la comprensión	El programa facilita la comprensión en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí facilita la comprensión en el estilo informativo coloquial. Es decir, los reportajes y entrevistas mostrados presentan una redacción y locución coloquial que hace posible el entendimiento en su audiencia.
		Estilo informativo sugestivo	Apela a las emociones	El programa apela a las emociones en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí apela a las emociones en el estilo informativo sugestivo. Tanto los reportajes y entrevistas

							intentan llamar la atención del público a través de su redacción y locución.
			Participación plena en la noticia	El programa presenta participación plena en la noticia en el discurso textual.		X	En el programa analizado, no presenta participación plena en el estilo informativo sugestivo. Es decir, el discurso del programa es explícito en lo que transmite e intervienen varios participantes.
	Discurso vocal	Picos tonales	Aumento de la tonalidad de sílabas	El programa presenta aumento de la tonalidad de sílabas en el discurso vocal.		X	En el programa analizado, sí presenta aumento de la tonalidad de sílabas en los picos tonales. Es decir, Se enfatiza las palabras clave de la noticia durante toda la transmisión del programa.

		Prominencia	Aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas	El programa presenta aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas en el discurso vocal.	X		En el programa analizado, sí presenta aumento del tono, intensidad y ritmo en la prominencia. Es decir, sí hay énfasis en palabras clave, aumento del volumen y velocidad en la voz de la conductora y narradores de los reportajes. (la semana de Kiko y castillo)
		Plateau	Sin tonalidad, intensidad y ritmo de sílabas	El programa no presenta tonalidad, intensidad y ritmo en el discurso vocal.		X	En el programa analizado, no hay presencia de plateau en el discurso vocal. Es decir, sí hay tonalidad, intensidad y ritmo en el reportaje mostrado.
	Lenguaje audiovisual	Aspectos sintácticos	Planos	El programa presenta planos en	X		En el programa analizado, sí presenta planos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay

				su lenguaje audiovisual.			presencia del plano general, entero, busto, americano. (reportajes y entrevistas)
			Ángulos	El programa presenta ángulos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta ángulos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del ángulo normal, contrapicado.
			Movimientos de cámara	El programa presenta movimientos de cámara en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta movimientos de cámara en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del movimiento travelling, tilt up, zoom in.
			Encuadre	El programa presenta encuadre en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí hay encuadre en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia de los sujetos clave a

							través de la cámara.(conductores, entrevistados, candidatos)
		Aspectos morfológicos	Elementos visuales	El programa presenta elementos visuales en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta elementos visuales en los aspectos morfológicos. Es decir, sí hay presencia de banners, logo del programa, texto e infografías.
			Elementos sonoros	El programa presenta elementos sonoros en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta elementos sonoros en los aspectos morfológicos. Es decir, sí hay presencia de la banda sonora del programa y fondos musicales en los reportajes.

GUÍAS DE OBSERVACIÓN N°6

Guía de observación							
Título de la investigación				Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021			
Fecha de emisión				23/05/2021			
Link del programa				https://youtu.be/N8NIQI8Byeo Así fue la marcha Keiko No Va a nivel nacional			
Ámbito temático	Categorías	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción
Discurso televisivo	Contexto temático	Intención comunicativa	Hechos reales	El programa presenta hechos reales en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí presentan hechos reales. Es decir, se muestran datos objetivos de la realidad mostrada, sin alterar ni manipular la información mostrada.

			Partes del hecho	El programa presenta partes del hecho en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no se presentan partes del hecho. Es decir, no eligen ciertos datos de la realidad intencionalmente para presentar la noticia .
			Dramatización del hecho	El programa presenta dramatización del hecho en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no presenta dramatización del hecho. Es decir, no recrea o altera el hecho noticioso.
		Estructura temática	Informativo	El programa presenta contenido informativo en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no se presenta contenido informativo. Es decir, no hay un orden de la información al momento de presentarla.
			Persuasivo	El programa presenta contenido persuasivo en el contexto temático.		X	En el programa analizado no se presenta contenido persuasivo. Es decir, existe un orden en los datos presentados.

			Drama	El programa presenta contenido dramático en el contexto temático.	X		En el programa analizado, si se presenta contenido dramático. Es decir, el discurso del desarrollo de la información, contiene expresión y desborde de sentimientos ante las manifestaciones.
	Discurso textual	Estilo informativo directo	Transmisión de la información	El programa presenta transmisión de la información en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta transmisión de la información en el estilo informativo directo. Es decir, su redacción, locución presentan la realidad de todos los sucesos ocurridos.
			Actitud neutral	El programa presenta actitud neutral en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta actitud neutral en el estilo informativo directo. Es

							decir, no se aprecia preferencia en ningún candidato.
			Veracidad	El programa presenta veracidad en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta veracidad en su estilo informativo directo. Es decir, la redacción y locución se apega a la realidad presentada.
			Reducción de la expresividad o emociones	El programa presenta reducción de la expresividad o emociones en el discurso textual.	X		En el programa analizado, si presenta reducción de la expresividad o emociones en su estilo informativo directo. Es decir, presentan el discurso de los manifestantes como algo casual mas no de importancia.
		Estilo informativo coloquial	Conversación informal o interpersonal	El programa presenta una conversación informal o	X		En el programa analizado, sí presenta una conversación informal o interpersonal en el estilo informativo coloquial.

				interpersonal en el discurso textual.			Emplean una comunicación informal, coloquial o popular en la redacción de la información mostrada.
			Mantiene el interés	El programa mantiene el interés en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí mantiene el interés en el estilo informativo coloquial. Es decir, tanto el tema como la redacción del reportaje es llamativa y creativa.
			Facilita la comprensión	El programa facilita la comprensión en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí facilita la comprensión en el estilo informativo. Es decir, el reportaje mostrado presenta una redacción y locución que hace posible el entendimiento en su audiencia.

		Estilo informativo sugestivo	Apela a las emociones	El programa apela a las emociones en el discurso textual.		X	En el programa analizado, no apela a las emociones en el estilo informativo sugestivo. Es decir, el reportaje no intenta llamar la atención del público a través de su redacción y locución.
			Participación plena en la noticia	El programa presenta participación plena en la noticia en el discurso textual.		X	En el programa analizado, sí presenta participación plena en el estilo informativo sugestivo. Es decir, el narrador participa de manera activa en el reportaje.
	Discurso vocal	Picos tonales	Aumento de la tonalidad de sílabas	El programa presenta aumento de la tonalidad de sílabas en el discurso vocal.		X	En el programa analizado, sí presenta aumento de la tonalidad de sílabas en los picos tonales. Es decir, enfatiza las palabras clave de la noticia.

		Prominencia	Aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas	El programa presenta aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas en el discurso vocal.	X		En el programa analizado, sí presenta aumento del tono, intensidad y ritmo en la prominencia. Es decir, sí hay énfasis en palabras clave, aumento del volumen y velocidad en la voz del narrador.
		Plateau	Sin tonalidad, intensidad y ritmo de sílabas	El programa no presenta tonalidad, intensidad y ritmo en el discurso vocal.		X	En el programa analizado, no hay presencia de plateau en el discurso vocal. Es decir, sí hay tonalidad, intensidad y ritmo en el reportaje mostrado.
	Lenguaje audiovisual	Aspectos sintácticos	Planos	El programa presenta planos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta planos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del plano

						general, entero, busto, americano, primer plano.	
			Ángulos	El programa presenta ángulos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta ángulos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del ángulo normal, contrapicado, nadir.
			Movimientos de cámara	El programa presenta movimientos de cámara en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta movimientos de cámara en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del movimiento travelling, tilt up, til down, zoom back,
			Encuadre	El programa presenta encuadre en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí hay encuadre en los aspectos sintácticos. Es decir, hay

							presencia de los sujetos clave a través de la cámara.
		Aspectos morfológicos	Elementos visuales	El programa presenta elementos visuales en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta elementos visuales en los aspectos morfológicos. Es decir, sí hay presencia de banners, logo del programa, texto e infografías.
			Elementos sonoros	El programa presenta elementos sonoros en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta elementos sonoros en los aspectos morfológicos. Es decir, sí hay presencia de la banda sonora del programa y fondos musicales en los reportajes.

GUÍAS DE OBSERVACIÓN N°7

Guía de observación							
Título de la investigación				Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021			
Fecha de emisión				30/05/2021			
Link del programa				https://youtu.be/v6f5feX2eKM Edwar Quiroga, el místico marxista leninista			
Ámbito temático	Categorías	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción
Discurso televisivo	Contexto temático	Intención comunicativa	Hechos reales	El programa presenta hechos reales en el contexto temático.	X		En el programa analizado, sí presentan hechos reales. Es decir, se muestran datos objetivos de la realidad mostrada, sin alterar ni manipular la información mostrada.

			Partes del hecho	El programa presenta partes del hecho en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no se presentan partes del hecho. Es decir, no eligen ciertos datos de la realidad intencionalmente para presentar la noticia .
			Dramatización del hecho	El programa presenta dramatización del hecho en el contexto temático.	X		En el programa analizado, si presenta dramatización del hecho. Es decir, recrea o altera el hecho noticioso.
		Estructura temática	Informativo	El programa presenta contenido informativo en el contexto temático.	X		En el programa analizado, Sí presenta contenido informativo. Porque tiene un orden de la información de su entrevista dando prioridad al contexto político.
			Persuasivo	El programa presenta contenido	X		En el programa analizado, sí se presenta contenido persuasivo.

				persuasivo en el contexto temático.			Es decir, se transmite información con una tendencia a influenciar el riesgo del discurso de las personas cercanas al candidatas a cierto candidato
			Drama	El programa presenta contenido dramático en el contexto temático.		X	En el programa analizado, no se presenta contenido dramático.
	Discurso textual	Estilo informativo directo	Transmisión de la información	El programa presenta transmisión de la información en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta transmisión de la información en el estilo informativo directo. Es decir, su redacción y locución presenta la realidad tal y como es.
			Actitud neutral	El programa presenta actitud		X	En el programa analizado, no presenta actitud neutral en el estilo informativo directo. Es

				neutral en el discurso textual.			decir, se aprecia el discurso de la entrevista dando énfasis en los riesgos de elegir por el candidato Pedro Castillo
			Veracidad	El programa presenta veracidad en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta veracidad en su estilo informativo directo. Es decir, la redacción y locución se apega a la realidad presentada.
			Reducción de la expresividad o emociones	El programa presenta reducción de la expresividad o emociones en el discurso textual.		X	En el programa analizado, no presenta reducción de la expresividad o emociones en su estilo informativo directo. Es decir, se inclina a presentar la noticia acompañada de emociones.

		Estilo informativo coloquial	Conversación informal o interpersonal	El programa presenta una conversación informal o interpersonal en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta una conversación informal o interpersonal en el estilo informativo coloquial. Emplean una comunicación informal, coloquial o popular en la redacción del reportaje mostrado
			Mantiene el interés	El programa mantiene el interés en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí mantiene el interés en el estilo informativo coloquial. Es decir, tanto el tema como la redacción del reportaje es llamativa y creativa.
			Facilita la comprensión	El programa facilita la comprensión en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí facilita la comprensión en el estilo informativo coloquial. Es decir, el reportaje mostrado

							presenta una redacción y locución coloquial que hace posible el entendimiento en su audiencia.
		Estilo informativo sugestivo	Apela a las emociones	El programa apela a las emociones en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí apela a las emociones en el estilo informativo sugestivo. Es decir, el reportaje intenta llamar la atención del público a través de su redacción y locución.
			Participación plena en la noticia	El programa presenta participación plena en la noticia en el discurso textual.	X		En el programa analizado, sí presenta participación plena en el estilo informativo sugestivo. Es decir, el narrador participa de manera activa en el reportaje.
	Discurso vocal	Picos tonales	Aumento de la tonalidad de sílabas	El programa presenta aumento de la tonalidad de	X		En el programa analizado, sí presenta aumento de la tonalidad de sílabas en los picos

				sílabas en el discurso vocal.			tonales. Es decir, Se enfatiza las palabras clave de la noticia durante el reportaje.
		Prominencia	Aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas	El programa presenta aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas en el discurso vocal.	X		En el programa analizado, sí presenta aumento del tono, intensidad y ritmo en la prominencia. Es decir, sí hay énfasis en palabras clave, aumento del volumen y velocidad en la voz de la conductora y narrador del reportaje.
		Plateau	Sin tonalidad, intensidad y ritmo de sílabas	El programa no presenta tonalidad, intensidad y ritmo en el discurso vocal.		X	En el programa analizado, no hay presencia de plateau en el discurso vocal. Es decir, sí hay tonalidad, intensidad y ritmo en el reportaje mostrado.

	Lenguaje audiovisual	Aspectos sintácticos	Planos	El programa presenta planos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta planos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del plano entero, busto, americano y primer plano.
			Ángulos	El programa presenta ángulos en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta ángulos en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del ángulo neutral y picado.
			Movimientos de cámara	El programa presenta movimientos de cámara en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta movimientos de cámara en los aspectos sintácticos. Es decir, hay presencia del movimiento t, zoom back, tilt up, tilt down.
			Encuadre	El programa presenta encuadre	X		En el programa analizado, sí hay encuadre en los aspectos

				en su lenguaje audiovisual.			sintácticos. Es decir, hay presencia de los sujetos clave a través de la cámara.
		Aspectos morfológicos	Elementos visuales	El programa presenta elementos visuales en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta elementos visuales en los aspectos morfológicos. Es decir, sí hay presencia de banners, logo del programa y textos.
			Elementos sonoros	El programa presenta elementos sonoros en su lenguaje audiovisual.	X		En el programa analizado, sí presenta elementos sonoros en los aspectos morfológicos. Es decir, sí hay presencia de la banda sonora del programa y fondos musicales en los reportajes.

Instrumento de recolección de datos

Guía de observación							
Título de la investigación				Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021			
Fecha de emisión							
Link del programa							
Ámbito temático	Categorías	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción
Discurso televisivo	Contexto temático	Intención comunicativa	Hechos reales	El programa presenta hechos reales en el contexto temático.			
			Partes del hecho	El programa presenta partes del hecho en el contexto temático.			

			Dramatización del hecho	El programa presenta dramatización del hecho en el contexto temático.			
		Estructura temática	Informativo	El programa presenta contenido informativo en el contexto temático.			
			Persuasivo	El programa presenta contenido persuasivo en el contexto temático.			
			Drama	El programa presenta contenido dramático en el contexto temático.			
	Discurso textual	Estilo informativo directo	Transmisión de la información	El programa presenta transmisión de la información en el discurso textual.			

			Actitud neutral	El programa presenta actitud neutral en el discurso textual.			
			Veracidad	El programa presenta veracidad en el discurso textual.			
			Reducción de la expresividad o emociones	El programa presenta reducción de la expresividad o emociones en el discurso textual.			
		Estilo informativo coloquial	Conversación informal o interpersonal	El programa presenta una conversación informal o interpersonal en el discurso textual.			

			Mantiene el interés	El programa mantiene el interés en el discurso textual.			
			Facilita la comprensión	El programa facilita la comprensión en el discurso textual.			
		Estilo informativo sugestivo	Apela a las emociones	El programa apela a las emociones en el discurso textual.			
			Participación plena en la noticia	El programa presenta participación plena en la noticia en el discurso textual.			
	Discurso vocal	Picos tonales	Aumento de la tonalidad de sílabas	El programa presenta aumento de la tonalidad de sílabas en el discurso vocal.			

		Prominencia	Aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas	El programa presenta aumento del tono, intensidad y ritmo de sílabas en el discurso vocal.			
		Plateau	Sin tonalidad, intensidad y ritmo de sílabas	El programa no presenta tonalidad, intensidad y ritmo en el discurso vocal.			
	Lenguaje audiovisual	Aspectos sintácticos	Planos	El programa presenta planos en su lenguaje audiovisual.			
			Ángulos	El programa presenta ángulos en su lenguaje audiovisual.			
			Movimientos de cámara	El programa presenta movimientos de cámara			

				en su lenguaje audiovisual.			
			Encuadre	El programa presenta encuadre en su lenguaje audiovisual.			
		Aspectos morfológicos	Elementos visuales	El programa presenta elementos visuales en su lenguaje audiovisual.			
			Elementos sonoros	El programa presenta elementos sonoros en su lenguaje audiovisual.			

Validación de expertos:



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: ITURRIZAGA URBINA CESAR

Título y/o Grado: **MAESTRO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN DOCENCIA SUPERIOR E INVESTIGACIÓN**

Ph. D ()	Doctor ()	Magister (x)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	----------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: UCV

Fecha: 27/09/2022

Título: "Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021"

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	TOTAL			

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Nombres y apellidos:

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Tomanguilla Reyna Homero

Título y/o Grado: Magíster en Gestión Pública

Ph. D ()	Doctor ()	Magister (X)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	----------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 03/10/2022

Título: Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder emitido durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021.

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



Mg. Homero Tomanguilla Reyna



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Javier Napa Anthony Johnson

Título y/o Grado:

Ph. D ()	Doctor ()	Magister (x)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	----------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 05/10/2022

Título: "Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021".

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	TOTAL		10	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Nombres y apellidos: Anthony Johnson
Javier Napa



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CAUTIN MARTINEZ ALFREDO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Análisis del discurso televisivo del programa Cuarto Poder durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021", cuyos autores son RAMOS CHIRINOS JHONATAN CARLOS EDUARDO, BARBA RIVERA JIMMY PAUL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 28 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CAUTIN MARTINEZ ALFREDO DNI: 40134925 ORCID: 0000-0001-6502-8870	Firmado electrónicamente por: ACAUTINM el 05-12- 2022 19:06:24

Código documento Trilce: TRI - 0459927