

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LAS CAMPAÑAS
DEL “SÍ” Y DEL “NO” EN LA REVOCATORIA A LA ALCALDESA DE
LIMA SUSANA VILLARÁN, EN LOS DIARIOS CORREO Y DIARIO 16

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:

ANDONI FERNANDO VIDAL PORTILLA

ASESOR DISCIPLINARIO:

VANESSA ULLOA CÓRDOVA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ANÁLISIS, PRODUCCIÓN Y EVALUACIÓN DE DISCURSOS GENERADOS POR
EMPRESAS DE COMUNICACIÓN, INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS Y
ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES

LIMA – PERÚ

2013-II

Dedicado a todas las personas
que me apoyaron y motivaron
a diario para hacer posible la
realización de este trabajo.

Agradezco a mis padres por todo el apoyo y sacrificio que hicieron para que pueda cumplir mis metas.

A mi asesora, Vanessa Ulloa, por su constante apoyo y paciencia para guiarme y ayudarme en la realización de este trabajo con éxito.

Y por último a todas esas personas que me motivaron a seguir adelante.

PRESENTACIÓN

La palabra "revocatoria" proviene del latín "revocare" y se relaciona al francés "rappeler" -derogar-.

La consulta popular de revocatoria de marzo de 2013 fue una consulta ciudadana realizada en la región de Lima Metropolitana el 17 de ese mes. En este proceso electoral se decidió la remoción o permanencia de la alcaldesa Susana Villarán y de la totalidad de regidores de la Municipalidad Metropolitana de Lima por el resto de su período hasta diciembre de 2014.

La revocatoria de mandato se fundamenta en el principio de soberanía popular. El poder y la representación popular tienen su origen legal en esta soberanía, es decir, que todo poder proviene del pueblo y solo puede ejercerse en virtud de una Delegación o Mandato.

En general, una revocatoria es remover a una autoridad, antes de que cumpla el término de su mandato.

Esta consulta de revocatoria fue solicitada por la oposición, encabezada por Marco Tulio Gutiérrez Martínez (ex candidato a la alcaldía distrital de La Molina, 1998) y Carlos Vidal, para intentar remover legalmente a la alcaldesa Villarán mediante el voto popular y a los regidores de la Municipalidad Metropolitana de Lima.

El proceso de consulta popular para revocar autoridades tiene larga historia en las legislaciones de otros países, en el Perú se ha convocado a varios procesos de esta naturaleza desde 1997, en Lima, es la primera vez que sucede.

Es por eso que este trabajo de investigación analizará el tratamiento periodístico que le dieron dos diarios limeños a las campañas del "SÍ" y del "NO" en la consulta de revocatoria a la alcaldesa de Lima Susana Villarán. Analizando las portadas del diario Correo y del Diario 16 en los quince días previos a la consulta de revocatoria, para así dar a conocer que tipo de tratamiento periodístico utilizaron ambos diarios acerca de las campañas del "SÍ" y del "NO".

ÍNDICE

RESUMEN	VII
INTRODUCCIÓN.....	IX
CAPÍTULO I: OBJETO DE ESTUDIO.....	1
1.1. Aproximación temática	2
1.2. Formulación del objeto de estudio	4
1.2.1. Problema General	4
1.2.2. Problemas Específicos	4
1.3. Justificación.....	5
1.4. Relevancia	6
1.5. Contribución	7
1.6. Objetivos	8
1.6.1. Objetivo General	8
1.6.2. Objetivos Específicos	8
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL.....	9
2.1. Antecedentes	10
2.2. Bases teóricas.....	15
2.2.1. Agenda Setting.....	15
2.3. Marco Conceptual	19
2.3.1. Medios de Com. de masas.....	19
2.3.2. Información	20
2.3.3. Noticia	20
2.3.4. Titular	21
2.3.5. Fotografía.....	22
2.3.6. Portada	23
2.4. Contextualización	24
2.5. Supuestos teóricos	27
2.5.1. Supuesto General	27

2.5.2. Supuestos Específicos	27
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	28
3.1. Unidades temáticas	29
3.1.1. Definición conceptual	29
3.2. Metodología.....	30
3.2.1. Tipo de estudio.....	30
3.2.2. Diseño.....	31
3.3. Escenario de Estudio.....	32
3.4. Caracterización de sujetos	33
3.5. Procedimientos metodológicos de investigación.....	34
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
3.7. Mapeamiento.....	37
3.8. Análisis de datos	47
CAPÍTULO IV: CONSIDERACIONES FINALES	50
4.1. Resultados	51
4.1.1. Descripción de resultados de la Ficha de observación	51
4.1.2. Teorización de unidades temáticas	62
4.2. Discusión.....	63
4.3. Conclusiones.....	65
4.4. Recomendaciones.....	69
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70
ANEXOS	72

RESUMEN

El presente trabajo analiza un hecho importante para nuestra nación y en especial para la ciudad de Lima, por primera vez se presentaba una solicitud de revocatoria contra la autoridad edil de la capital. Las insatisfacciones de la población limeña con la administración de la alcaldesa y las constantes comparaciones con el alcalde anterior llevaron a un grupo de ciudadanos encabezados por Marco Tulio Gutiérrez y Carlos Vidal a promover el proceso de revocatoria.

La consulta de revocatoria a la alcaldesa de Lima Susana Villarán estuvo marcada por las campañas del "SÍ" y el "NO", ambas posiciones utilizaron distintas estrategias de comunicación para dar a conocer su postura, y los diarios, como un medio de comunicación de masas, fueron uno de los instrumentos utilizados para destacar sus fortalezas. Sin embargo, algunos diarios hicieron un tratamiento periodístico destinado a favorecer claramente a una de las campañas, dejando a la otra relegada.

El tratamiento periodístico de dos de estos medios fue muy claro y directo, puesto que manejaron la información en una de estas dos formas: aumentándola o disminuyéndola; haciendo que el lector desvíe su atención y le dé más importancia a la noticia que el diario quiere, provocando así una falta de interés en el resto de temas. Para ello utilizó a la fotografía, los titulares y la jerarquización de noticias para encaminar a sus lectores sobre qué tema pensar durante el día, durante los días previos a la consulta a la revocatoria de Susana Villarán.

ABSTRACT

This work analyzes an important event for our nation and especially for the city of Lima, for the first time presented a request for reversal of the authority of the city mayor. The dissatisfaction of the population of Lima to the administration of the mayor and the constant comparisons with the previous mayor led a group of citizens led by Marco Tulio Gutiérrez and Carlos Vidal to promote the process of recall.

The query recall the mayor of Lima Susana Villaran campaign was marked by the "YES" and "NO", both positions used different communication strategies to publicize their position, and newspapers, as a means of communication masses, were one of the instruments used to highlight your strengths. However, some newspapers made a journalistic treatment to clearly favor one of the campaigns, leaving the other relegated.

The press coverage of two of these media was very clear and straightforward since the information handled in one of two ways: increasing or decreasing, making the reader divert your attention and give more importance to the news that the newspaper wants, causing and a lack of interest in other subjects. He used to photography, headlines and news nesting encourage its readers on what topic to think during the day, during the days prior to the visit to the revocation of Susana Villaran.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación analizará el tratamiento periodístico que le dieron dos diarios limeños a las campañas del “SÍ” y del “NO” en la consulta de revocatoria a la alcaldesa de Lima Susana Villarán.

El 17 de marzo de 2013 se realizaron los comicios electorales en Lima, donde compitieron el “SÍ”, cuya campaña "Rostros del Pueblo" estaba dirigida por el principal opositor y promotor de la revocatoria, Marco Tulio Gutiérrez, contra el “NO” con su campaña "Rostros y voces por el No" que estaba dirigida por la ex parlamentaria, Anel Townsend, en este proceso se decidía la remoción o permanencia de la alcaldesa y de la totalidad de regidores de la Municipalidad Metropolitana de Lima por el resto de su período hasta diciembre de 2014.

Para la realización del análisis se escogió los diarios Correo y el Diario 16, cuyo tratamiento fue diferente para ambas campañas, teniendo así cada diario una clara postura política, el diario Correo de derecha y el Diario 16 de izquierda. Se le conoce como “Derecha política” al segmento político que prioriza la conservación del orden establecido como solución política y que está asociado a posiciones conservadoras, capitalistas, religiosas y liberales. Mientras que la “Izquierda Política” es el pensamiento político-filosófico, económico y social que prioriza el progreso y el cambio como solución por medio de los derechos colectivos y la igualdad social.

En la campaña del “SÍ” se realizaron actividades poco éticas, desde pintas y carteles con frases ofensivas en alguno de los distritos más populosos de la capital, volantes difamatorios con frases subidas de tono, propagandas acusatorias que no tenían sustento y que se lanzaban en los medios de comunicación, hasta los actos vandálicos como la quema de unos juegos infantiles en un parque distrital.

Mientras que la campaña por el “NO” fue más cuidadosa y no tan agresiva como la anterior porque su accionar se alejó de toda referencia de campaña electoral, aunque al principio fue considerada sosa, simplista y sin un objetivo claro, al pasar los días se pudo apreciar la acogida que estaba teniendo.

En esta campaña electoral, ambas posiciones utilizaron diferentes estrategias de comunicación política para dar a conocer sus puntos de vista, y los diarios, como un medio de comunicación de masas, fueron uno de los instrumentos más utilizados para poder destacar sus fortalezas y así poder convencer a los electores para ganarse los votos.

Es por eso que el presente trabajo busca analizar las portadas del diario Correo y del Diario 16 en los días previos a la revocatoria, para así conocer el tratamiento periodístico que le dieron ambos diarios a las campañas del "SÍ" y del "NO", al tener tendencias diferentes, ambos diarios tuvieron distintas opiniones y puntos de vista acerca de la revocatoria, dándole así mayor importancia a la campaña que más les favorecía.