



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín
Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del
COVID-19. Lima. 2020**

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

AUTORES:

Basauri Poblet, Carlos Jesús (ORCID: [0000-0003-0814-3279](https://orcid.org/0000-0003-0814-3279))

Chavez Paz, Angelica María (ORCID: [0000-0002-2236-2809](https://orcid.org/0000-0002-2236-2809))

ASESOR:

Mg. Argote Moreau, Javier Ernesto (ORCID: [0000-0002-5950-7848](https://orcid.org/0000-0002-5950-7848))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

A Dios. A mis amados padres, Rosa Miryan y Juan Carlos. A mis hermanos, Ronald, Cinthia, Carol y Sobrinos. A mi abuelita Rosita y a mi tío Eduardo Caballero.

Carlos Jesús Basauri Poblet

A Dios por guiarme a lo largo de mi carrera universitaria, a mis padres (William Chavez y María Paz) y a mi mamita Angélica Ríos quien es mi fortaleza cada día.

Angelica Maria Chavez Paz

Agradecimiento

A la universidad César Vallejo, a la escuela de CC.CC, a mis profesores. A mi compañera de tesis, Angelica Chavez Paz, por su verdadera amistad.

Carlos Jesús Basauri Poblet

A docentes de la facultad quienes nos guiaron a lo largo de estos años, a mi dupla de tesis Carlos Basauri quien merece todos los elogios por su gran dedicación.

Angelica Maria Chavez Paz

Índice de contenidos

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Resumen	v
Abstract	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	22
3.1 Tipo y diseño de investigación	22
3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	22
3.3 Escenario de Estudio	23
3.4 Participantes.....	24
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección	24
3.6 Procedimientos.....	24
3.7 Rigor Científico.....	25
3.8 Métodos de análisis de datos	26
3.9 Aspectos éticos	26
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	28
V. CONCLUSIONES	101
VI. RECOMENDACIONES	104
REFERENCIAS	105
ANEXOS	113

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general analizar el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. El tipo de investigación utilizada fue aplicada, de nivel hermenéutico y enfoque cualitativo. Obteniendo como resultados que el contexto y las funciones de la comunicación del discurso comunicacional se presentan apropiadamente, sin embargo, el que toma mayor relevancia es el uso del lenguaje dado que existe coherencia y refuerza el mensaje del discurso. Finalmente, el discurso comunicacional si cumplió en el contexto, porque sitúa dentro del discurso los problemas socioculturales que vivió la población en el estado de emergencia. Por el lado del lenguaje verbal, cumplió con el acto comunicativo del uso de las palabras, en el lenguaje no verbal, se presencia la coherencia entre el vocablo y la expresión de su cuerpo. Como tercera y última subcategoría están las funciones de la comunicación, estas cumplieron con el objetivo de reforzar el mensaje. Es así que se evidencia la comprobación del supuesto general en la que se muestra la construcción del discurso, sobre todo que está situado en el contexto que vivimos este año 2020.

Palabras claves: Discurso comunicacional, contexto, lenguaje, funciones de la comunicación y Covid-19.

Abstract

The general objective of this research was to analyze the communicational speech of President Martín Vizcarra at the press conference on the prevention of COVID-19. The type of research used was applied, hermeneutic level and qualitative approach. Obtaining as results that the context and the functions of the communication of the communicational discourse are presented appropriately, however the one that takes more relevance is the use of language since there is coherence and reinforces the message of the discourse. Finally, the communicational discourse was fulfilled in the context, because it places within the discourse the sociocultural problems that the population experienced in the state of emergency. On the side of verbal language, he fulfilled the communicative act of the use of words, in non-verbal language, the coherence between the word and the expression of his body is witnessed. As the third and last subcategory are the communication functions, these fulfilled the objective of reinforcing the message. Thus, the verification of the general assumption in which the construction of the discourse is shown is evidenced, especially that it is located in the context that we live in this year 2020.

Keywords: communicational discourse, context, language, communication functions and Covid-19.

I. INTRODUCCIÓN

En diciembre del 2019, en Wuhan (China) nació el brote de la enfermedad conocida universalmente como COVID-19 o coronavirus disease 2019, (enfermedad por coronavirus 2019). La Organización Mundial de la Salud (OMS) el 30 de enero del 2020 declaró como una emergencia de preocupación sanitaria. Se sabía que esto sería un gran problema en países subdesarrollados que no contaban con una adecuada infraestructura sanitaria. Por aquel momento el virus ya se encontraba en 15 países, siendo los más afectados Italia y España; meses después, llegó al continente de América, convirtiéndose en una pandemia que afectó a varios países de la región entre ellos el Perú.

Dadas las circunstancias a raíz de esta problemática, toma protagonismo el presidente de la República, Martín Alberto Vizcarra Cornejo, quien meses antes asumió este cargo, tras la renuncia de Pedro Pablo Kuczynski Godard. El gobierno de Martín Vizcarra dirigió las operaciones para evitar la propagación del virus y declaró al país en estado de emergencia. Con todo lo ocurrido se generó la necesidad de realizar una serie de “discursos comunicacionales” para mantener informada a la sociedad sobre las acciones que se tomarían, y cómo se iba presentando la propagación del virus.

El mandatario Vizcarra decidió salir diariamente a informar sobre el desarrollo de la enfermedad en el país; para esto, utilizó como medio, el canal de televisión para emitir un discurso comunicacional en conferencia de prensa, con el propósito de informar a todos los ciudadanos que habitan en el territorio nacional de cómo combatir y prevenir el contagio de esta pandemia.

Durante los siguientes días del confinamiento a nivel nacional el mandatario Martín Vizcarra, junto a sus ministros, desde el Palacio de Gobierno, (en sala de prensa), en horario del mediodía, y frente a cámaras, con transmisión en VIVO, realizó conferencias de prensa en señal abierta por canales de televisión nacional, para dirigirse a la población, y hablar sobre la prevención de la propagación del COVID-19. Como estrategia de información el presidente utilizó el discurso comunicacional para poner a la población en contexto.

Es por ello, que esta Investigación busca “analizar el discurso comunicacional”, del resumen de la conferencia de prensa que va desde la hora 01:07:00 segundos hasta la hora 01:13:49 segundos del video: <https://youtu.be/Oz8oXpU3LIg> , que fue emitido el día 30 de marzo del año 2020. El motivo por el cual se eligió ese día de la conferencia y el resumen de los últimos 06 minutos con 49 segundos del video, fue porque se cumplieron los primeros 15 días de cuarentena nacional por causa del coronavirus y el despacho presidencial tuvo que dar información relevante de las medidas sanitarias a ejecutar de ese día en adelante.

Del análisis del video realizado de la conferencia de prensa del presidente Martín Vizcarra, se comprobará si los recursos que se utilizó en este discurso comunicacional, concerniente a la pandemia de COVID-19, en qué medida cumplen con la selección de subcategorías de estudio que son de contextualizar, utilizar el lenguaje y la función de la comunicación, para llegar a la población a nivel nacional. Como se sabe, esta pandemia es una situación de gran envergadura que ha causado muchos problemas en todos los ámbitos.

El proyecto de investigación “Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020”, se da por iniciado con la finalidad, para que quede como matriz y base de un marco teórico sobre el discurso comunicacional como herramienta de información, que debería ampliarse en posteriores investigaciones.

En esta investigación podemos plantear el siguiente problema general ¿Cómo se presenta el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19? Lima. 2020?, con esta pregunta trabajaremos para conocer la importancia de estos aspectos que ayudan a que el discurso comunicacional cumpla con la función que se requiere. Por tal razón con nuestro problema general, podemos obtener información y respuesta gracias a la teoría de nuestros autores, correspondiente al principal cuestionamiento que se desagregan en tres problemas específicos:

El primero de ellos será: ¿Cómo se presenta el contexto en el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19? Lima. 2020?, el segundo problema específico se

formulará: ¿Cómo se presenta el lenguaje en el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19? Lima. 2020? y finalmente como tercer problema específico: ¿Cómo se presentan las funciones de la comunicación en el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19? Lima. 2020?

Esta investigación que lleva como título “Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020” tiene como objetivo general analizar el discurso comunicacional si este cumplió con la estructura teórica y se dividirá en tres objetivos específicos, los que permitirán examinar de manera más detallada; además, potenciar la información planteada y obtener mejores resultados. El primer objetivo específico, es “Analizar el contexto en el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020”. Como segundo punto será “Analizar el lenguaje en el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020” y finalmente “Analizar las funciones de la comunicación en el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020”.

El supuesto general se presenta de manera consistente al utilizar coherentemente los contextos, el lenguaje y las funciones de la comunicación. De tal manera, el lenguaje cumple un rol fundamental, porque este da significado y sentido a lo que está diciendo o desea transmitir, lo principal es buscar tranquilidad en las personas y que cumplan los protocolos sanitarios y así evitar contagios. Asimismo, el contexto sitúa el discurso a la situación que el país atraviesa en el ámbito social. Finalmente, el discurso se apoya en la función de informar y persuadir esto con el objetivo de que la población comprenda con mayor facilidad lo que se está buscando y cuál es el objetivo conjunto, entre el gobierno y la población.

Asimismo, el supuesto general lo subdividimos en tres específicos. El primero de estos es referente al contexto, este tiene un rol primordial dentro del discurso

comunicacional del presidente de la República. El mismo, hace énfasis en las múltiples soluciones que se pondrán en marcha para ayudar a los sectores que se encuentran en situación de pobreza y pobreza extrema. Además, el mandatario resalta los diversos reglamentos para controlar la pandemia en el Perú, y, asimismo, exhorta a la población empezar a adaptarse a una nueva realidad de convivencia. También, suele recalcar con frecuencia las consecuencias que se puede padecer si desobedecemos las normas puestas en ejecución, además de los riesgos de la salud pública.

Además, como segundo supuesto el uso del lenguaje del presidente Vizcarra en el discurso cumple con el lenguaje verbal y no verbal, debido a que explica con serenidad de tal manera que es efectiva y hay un manejo de la misma para formar los enunciados que cumplen con el objetivo, asimismo los gestos, expresiones, movimientos corporales resaltan en el transcurso del discurso.

Finalmente, el tercer supuesto es que dentro del discurso comunicacional las funciones de la comunicación está presente en gran parte, debido que el mandatario informa, educa, persuade y actúa para que la población acate las restricciones y las prevenciones contra la pandemia del COVID-19, donde utiliza la emotividad como gran aliado, en el expresa diferentes analogías con el fin de llegar a conmover al sentimiento más vulnerable de cada persona, habla de la unión y amor entre las familias, el cuidado y persuade así a la población. Sin embargo, la función de entretener no aparece en el discurso presidencial.

II. MARCO TEÓRICO

Como antecedente internacional tenemos la investigación de Marcelo Morán Tapia titulada “El discurso presidencial estadounidense en Oriente Medio: Cambios y continuidades en George Bush y Barack Obama” (2015) para optar el Grado Académico de Magister en la Universidad de Chile Instituto de Estudios Internacionales, en esta tesis explicó el desmedido poder del lenguaje en el discurso utilizado dentro de las relaciones de carácter internacional. En este caso el discurso que utilizó el presidente de los Estados Unidos jugó un papel importante en los últimos años sea utilizado como foco de cuantiosos estudios. El objetivo general fue intentar identificar en ambos mandatarios el discurso de política exterior utilizado. Utilizó un enfoque mixto y en su hipótesis que sustentó fue: el discurso de política exterior de estados unidos utilizó como instrumento la “verdad y significado”, en el transcurso de tiempo el discurso presidencial tuvo la misma línea de continuidad, el análisis de contenido empírico, con un proceso exploratorio y con intenciones inferenciales, en el que leerán palabras e imágenes. En conclusión, el análisis del discurso presidencial utilizado en Medio Oriente, se extiende por los distintos presidentes y como están llegando a ser como una política de estado; como primera intención es limpiar la imagen de los Estados Unidos como si fuese un país intervencionista y violento. Segunda intención es ver al país americano como el Salvador de las causas justas, defensor de los derechos y libertades en su totalidad. Es así que esta investigación dará aportes a nuestro trabajo por parte del análisis que utilizaron en los diversos discursos, además nos aporta ya que tiene un enfoque mixto que es una investigación más completa, pero sí marca cierta diferencia con nuestro trabajo porque nosotros abordaremos el discurso dirigido en un contexto social a causa de la pandemia.

La autora Claudia Patricia Contreras para optar el Grado de Doctorado en la Universidad de Sevilla en su investigación titulado “Análisis del Discurso Político en Chihuahua a través de los Medios de Comunicación” (2015), en este trabajo desarrolló la clasificación de elementos lingüísticos y poéticos del discurso político en chihuahua se eligió los más importantes medios de comunicación para comprender el recurso de discurso utilizado para elaborar y difundir el poder. Su objetivo fue dar lucidez al análisis de este tema de estudio, tomando en cuenta las

características más sobresalientes del discurso de chihuahua, el estudio abarcó un periodo de 100 días del 04 de octubre 2010 al 08 de Enero 2011, se eligió el discurso en la nota periodística respecto a la inseguridad en el estado, la hipótesis presentada en la investigación: el discurso de chihuahua muestra elementos gramaticales, léxicos y semánticos (coherencia) observables el discurso político es el resultado de un proceso pragmático, en cada situación presentada según el contexto se crean estrategias para elaborar un discurso con fines específicos de para mover emociones. Tuvo como enfoque cualitativo, con uso de la teoría pragmática. Su metodología analizó las estrategias en el discurso político por medio de una nota periodística incluyendo el análisis gramatical, análisis semántico, análisis pragmático. Como conclusiones se llegó a determinar que la información se expande por medio televisivo, digitales, redes sociales e impresos, ante lo expuesto hay que enseñar a los jóvenes y niños a ser personas pensantes y críticos con argumentos lógicos. Esta investigación aporta a nuestro trabajo el proceso en el desarrollo del análisis del discurso político, las estrategias que se utilizaron para el desarrollo y cómo situar el contexto, la diferencia con nuestra investigación es que desarrollaremos un discurso oral, más no escrito, asimismo analizaremos un solo discurso tomando en cuenta que será 7 min.

Como tercer antecedente internacional tenemos la investigación titulada “El Estado Mexicano en la Globalización. Análisis del Discurso Presidencial Mexicano 1988-2018”, realizada por Andrea Samaniego Sánchez (2020), para optar el Grado de Doctorado en la Universidad de la Universidad Nacional Autónoma de México, de enfoque cualitativo, esta investigación tiene como problemática reconocer la idea del estado mexicano en el periodo de los últimos 40 años (1998-2018) esto en la era de la globalización, después del estudio metodológico y teórico se eligió la senda del discurso que utilizaron los presidentes mexicano como principio para llegar a esa aproximación. La metodología que examinó el discurso en diferentes técnicas entre ellas el método semiótico, lleva la relación de las incluida en el discurso, otros niveles que profundizan en el estudio serían el sintáctico, semántico y pragmático. En conclusión, el análisis discursivo en los informes de gobierno se realizó desde una mirada semiótico- pragmático, el análisis se compone en 3 momentos: la autoidentificación, análisis semántico y

análisis político. Finalmente, al dejar el movimiento nacionalista revolucionario, los jefes de estado ya no cuentan con referentes históricos que permitan el respaldo en ellos, terminan acudiendo bajo promesas que no se cumplen siempre. Esta investigación es de gran aporte ya que nos ayudará a profundizar el lenguaje no verbal y a las diferentes técnicas en base a la semiótica, como el movimiento corporal, los gestos, la mirada. Por lo tanto, la diferencia con nuestra investigación será que estudiaremos el lenguaje en sus dos conceptos, verbal y no verbal, asimismo nos apoyaremos al análisis del discurso oral y las palabras que emplea el orador.

En esta investigación por Rubén Mauricio Ticona Fernández Dávila titulada “El discurso político en los candidatos presidenciales del Perú 1980 - 2006” (2017) para optar por el Grado de Académico de Magíster en Sociología con mención en Estudios Políticos en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Este proyecto tiene como objetivo explicar cómo el discurso político del Fujimorismo, expresado por Keiko Fujimori conecta con la emergencia de una nueva cultura política en los sectores populares de San Juan de Lurigancho ya que formula como problema ¿Cómo el discurso político del Fujimorismo, expresado por Keiko Fujimori conecta con la cultura política de los sectores populares de San Juan de Lurigancho? este al expresar un contenido autoritario, pragmático y tecnocrático en sus discursos políticos, conecta con la cultura política históricamente de los sectores populares en la ciudad, porque se articula a las identidades políticas de la población que han emergido, estas caracterizadas por un individuo político, pragmático, indiferente y transgresor. Esta tesis es de enfoque cualitativa, tiene como tipo y nivel de investigación aplicada, de naturaleza descriptiva, comprensiva y hermenéutica. Muestra como conclusión que el discurso político de Keiko Fujimori, se caracteriza por la, ya que este su objetivo es enriquecer como fuente y respaldarlo para poder llegar a los objetivos descritos en este estudio.

Otra investigación desarrollada por Hugo David Aguirre Castañeda , para optar el Grado Académico de Licenciado en Comunicación para el Desarrollo en la Pontificia Universidad Católica del Perú, su obra tiene como título “El discurso mediático peruano en épocas de conflicto social: Análisis del discurso de los noticieros ATV y TV Perú durante los conflictos mineros Conga, Tía María y las

Bambas” (2017), el presente trabajo es de enfoque cualitativa, el problema general ¿Cuáles son las características del Discurso en los noticieros de ATV y TV Perú sobre los conflictos de Conga en Cajamarca, Tía María en Arequipa y las Bambas en Apurímac? El objetivo de este estudio de investigación fue conocer las características del discurso en los noticieros de ATV y TV Perú en el análisis, tratamiento, prevención y transformación de los conflictos mineros de Conga, Tía María y las Bambas desde el año 2012 al año 2015. El supuesto es el discurso de los noticieros de ATV y TV PERÚ es similar en cuanto a forma y contenido, pues promueven políticas, formas y prácticas difusionistas, neoliberales, autoritarias, discriminatorias, excluyentes y centralistas; a pesar de que uno sea público y el otro privado y que ambos sean los canales con mayor cobertura a nivel nacional. Es por ello que esta investigación dio los aportes adecuados a nuestro estudio puesto que estudia las características del discurso y eso nos ayudará a añadir mejor fundamento a nuestra investigación, sin embargo, tiene diferencias a nuestro trabajo con el contexto que la investigación lo está llevando por el lado de los noticieros mientras que nuestra investigación será a base de una conferencia por una coyuntura social que estamos pasando con el COVID-19.

En el ámbito nacional por último tenemos esta investigación de Maggie Mabell Romani Miranda tuvo un enfoque cualitativo que lleva el título de “La representación del indigenismo en los discursos políticos de la Nueva Izquierda Latinoamericana. Un análisis crítico de los discursos políticos de Rafael Correa y Evo Morales” (2017), para optar el Grado Académico de Doctora en Lingüística en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Este estudio tiene como objetivo general de Analizar críticamente el discurso, los recursos lingüísticos asociados con el Indigenismo en los discursos políticos de Rafael Correa y Evo Morales, es por ello que el autor muestra como supuesto el Indigenismo es representado en los discursos políticos de Evo Morales y Rafael Correa a través de los temas y metáforas que componen su estructura, es por ello que tiene como conclusión que los elementos comunes o compartidos en los discursos de ambos actores políticos responden también a una necesidad de la coyuntura política del entorno, en donde la izquierda en Latinoamérica se vio debilitada histórica y políticamente y, hasta cierto punto, estigmatizada como autoritaria. Es por ello que esta

investigación dio los aportes adecuados a nuestro estudio en base a los requerimientos que tuvo con la teoría, como utilizó los conceptos y obtuvo así sus resultados, sin embargo, tiene diferencias a nuestro trabajo en el contexto que se plantea esta investigación.

La teoría nos proporcionará elementos teóricos para la conducción de nuestra investigación, por lo que será necesario profundizar en el análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra. Un discurso se considera un acto o actividad de comunicación, en nuestro caso el presidente de la República Martín Vizcarra utiliza el lenguaje para comunicar pensamientos, sentimientos y situaciones. Este comportamiento de comunicación puede comenzar con eventos sociales más complejos, como la llegada de la pandemia COVID-19 a nuestro país. El autor Teun Van Dijk señala que el habla como acto comunicativo involucra tres dimensiones interrelacionadas: el uso del lenguaje en un entorno social, la comunicación y la interacción (1997).

La teoría del discurso tiene como autores principales a Ernesto Laclau y Chantal Mouffe en el año 1985 con su primer libro llamado "Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics". expresando Laclau, Mouffe que cualquier elemento puede ser uso del discurso según el contexto que se esté exponiendo. Así, una montaña puede percibirse como un lugar donde ir de excursión, extraer minerales o protegerse de un ataque del enemigo (1987).

Años más tarde, el concepto teórico por los primeros investigadores ya mencionados fueron puestos en práctica en el postgrado llamado "Ideología y Análisis del Discurso" de la Universidad de Essex por los autores David Howarth, Aletta Norval y Yannis Stavrakakis. En el que se respalda la teoría ya investigada afirmando Howarth, Stavrakakis que todos los objetos son objetos del discurso, puesto que su significado depende de un sistema de reglas y diferencias significativas construido socialmente (2000).

Uno de los autores más destacados en los últimos tiempos es Teun Van Dijk que ofrece definiciones de la teoría del discurso que ayudan a comprender mejor la investigación según Van Dijk los objetos o muestras particulares, esto es,

incidencias únicas que implican a actores sociales particulares en un escenario y contexto particular hasta un periodo, comunidad o cultura específicos (...) que se corresponde con la noción igualmente general, abstracta, social y compartida de ideología (1998).

En el caso de nuestra investigación la forma de expresión oral o escrita del orador puede permitir expresar sus intenciones del habla con mayor claridad, percibiendo así la aceptación de la misma forma que la sociedad. Al describir, los analistas del discurso deben considerar no sólo los factores gramaticales, sino también el contexto, es decir, las condiciones o características sociales de los eventos comunicativos que afectan sistemáticamente el discurso y el texto (Van Dijk, 1997).

A través de una descripción detallada del trasfondo social, podremos vincular al orador con la estructura social y cultural, en otras palabras, la conexión entre el texto y el trasfondo que encarna el presidente, o, dicho de otra manera, que pertenece a una sociedad. En el caso de la prevención del COVID-19, la información específica del evento se utiliza estratégicamente en la formación del modelo.

En nuestro trabajo de investigación tenemos como variable o categoría el análisis del discurso comunicacional en la que vamos a interpretar esta categoría como sus tres dimensiones o sub-categorías que son el contexto, el lenguaje y las funciones de la comunicación de estas correspondientemente sus indicadores, para cada uno acudiremos a enriquecernos con fuentes de diferentes autores, para poder lograr como resultado los objetivos que nos hemos propuesto en las anteriores páginas, es así que damos inicio con las siguientes definiciones. Según Bolívar, referirnos al discurso, es hablar del discurso como técnica, discurso como método, y/o discurso como teoría de lenguaje, esto nos dirige a la definición de lenguaje que usan los analistas. La definición del lenguaje puede incluir el verbal y no verbal como el visual, el gestual, el musical y otros (2007, p. 22).

El análisis del discurso comunicacional durante mucho tiempo ha sido estudio de numerosas investigaciones, en este caso tenemos como estudio analizar el discurso comunicacional del mandatario del Perú, debido a la situación que el país está atravesando por la pandemia del COVID-19, es importante estudiarlo puesto que Van y Mendizábal fundamentan que (...) las acciones y los participantes son dos partes importantes como centro universo de todo contexto político y comunicativo en escenarios (circunstancia, lugar y tiempo) metas, intenciones, ocasiones, funciones e implicancias legales o políticas. Los políticos se expresan políticamente si su habla está contextualizada en hechos comunicativos (...) (1999, p. 10). Se puede definir como la parte importante en la que una persona de alto rango se dirige por una razón en especial a su población, esta tiene que ser de una manera óptima para que los resultados de estos sean favorables.

El discurso tiene diversas características de estudiarlas, esas forman parte de un conjunto que hará que sea idóneo para el resultado que se solicita. Para esto el discurso va más allá de gestos, en primer lugar, el contexto en el cual el orador se dirige a un público determinado, investigando la situación que está pasando. Es fundamental que este tenga en claro la situación que está transcurriendo para poder orientar mejor a su población, Van y Mendizábal se manifiestan (...) tal conclusión conceptual, sugiere que el estudio del discurso político en sí mismo no debe limitarse a las propiedades estructurales habla o texto, asociada consecuentemente del contexto y sus relaciones con las estructuras discursivas (1999, p. 16). Según los autores podemos interpretar que el análisis de un discurso va más allá del habla y texto que este pueda situarse en el problema que está pasando la sociedad, se tiene que poner en contexto a dónde se dirige el discurso comunicacional.

Para que el discurso tenga relevancia tiene que tener un punto muy importante dentro de ello, el lenguaje en el discurso, los datos, fechas etc. serán importantes para el conocimiento de la sociedad en crisis, esto hará que tenga mayor credibilidad, de tal manera Bolívar dice (...) En los estudios del discurso, van acompañados de un método basado en el lenguaje y la práctica semántica para

lograr un método más justo de interpretación, análisis y comprensión de la información (2007, p.13).

Asimismo, dentro de las sub categorías tomadas en cuenta de acuerdo a nuestros conceptos teóricos tenemos a la función de la comunicación que es conseguir el objetivo propuesto en el discurso, este puede ser variado, debido a que, busca a la consciencia, acciones o respuestas de parte de la sociedad en este caso. Como se sabe, este es un recurso primordial para que el discurso resalte y no quede como una idea o un pensamiento más. Según Capdevilla este funciona como una técnica de influencia, tanto de manera comunicativa y social, a lo cual define como un tipo de “comunicación especial”, con cualidades e intención de crear y modificar de cierta forma el sentido y conducta del receptor (2004, p.19).

Este tipo de comunicación se manifiesta de manera completa, con sus características bien definidas para que esta pueda lograr lo que se propone, más allá del resultado, la responsabilidad del orador en expresar y con ello informar a la sociedad es de crucial importancia, puesto que la situación que está pasando con la pandemia del COVID-19 deberá tener mucha delicadeza en realizar los discurso a la sociedad.

Como bien se explicó tenemos que tener la delicadeza, por ello tener claro el contexto que nos rodea, el autor Buttny, nos dice:

Podría hacerse una crítica relacionada con el término contexto. Tomado literalmente, el contexto rodea al texto; es aquello en lo que tiene lugar el texto. Pensado como rodeando el texto, el contexto evoca imágenes espaciales-contexto como un contenedor, el contexto como lo sociofísico (1998).

Con esta definición del autor, podemos decir que el país estaba iniciando una crisis sanitaria, y esto iba relacionado a un “problema” entonces si pensamos en el significado del problema, vamos a relacionar imágenes de distintos escenarios de los diferentes ámbitos como el político, económico, social, cultural, es por esta razón que se tuvo que actuar en atender a la población y bajo esta demanda mantener informado a través del discurso comunicacional.

Todo problema que exista en una sociedad tiene un suceso que hizo que esto sea de carácter de urgencia en un estado de crisis, que hace que este tome medidas al respecto para las adecuadas respuestas y soluciones. La pandemia del COVID-19 no solo ha situado a nuestro país, sino en el mundo entero esto hizo que muchos países hablen de esta crisis sanitaria que se está pasando, es por eso que el alto mando, que es el gobierno tuvo por tarea la obligación de informar a la sociedad de esto, de tal manera que el mandatario sitúa, contextualiza a la población para que esta pueda acatar a lo que está diciendo, Van y Mendizábal explican que, un contexto está compuesto por las acciones y participantes, aquello al cual el autor se refiere como “centro de universo” , esto se puede dar tanto en uno de tipo político y comunicativo, el cual es propuesta en este estudio. Además, el autor sitúa que se da en escenarios, tales como la circunstancia, lugar y tiempo; a su vez, se tiene trazadas “metas, intenciones, ocasiones, funciones e implicancias legales o políticas”. Según, menciona el investigador los políticos se expresan políticamente, en todo caso que su habla este en contexto de hechos comunicativos. Como se sabe, un discurso político tiene trazado un objetivo principal que es el convencimiento (1999, pp.12).

(...) las acciones y los participantes son dos partes importantes como centro universo de todo contexto político y comunicativo en escenarios (circunstancia, lugar y tiempo) metas, intenciones, ocasiones, funciones e implicancias legales o políticas. Los políticos se expresan políticamente si su habla está contextualizada en hechos comunicativos (...). (Van y Mendizábal, 1999, p. 12)

El lugar, tiempo de un suceso determinado que ataca a una población tuvo un inicio y ahora desarrollo, lo importante del discurso es situar a la población desde donde se originó y tiempo para que se sepa dónde empezó esta pandemia que hizo que estemos en esta circunstancia.

Aquí tenemos otra definición, según Potter, argumentó que:

El contexto social debería ser tratado como relevante para el análisis sólo en la medida en que se presenta como una preocupación de los participantes; es decir, solo en la medida en que se invoca, formula,

orienta o muestra en la interacción real (1998).

En definitiva, los autores coinciden al decir que según lo que ocurra en los distintos contextos, será relevante si existiera preocupación por parte de los participantes, esto va asociado a la población de nuestro país, todos inmersos en crisis, muchos con la incertidumbre de qué sucederá en el futuro.

Es así que el gobierno en trabajo conjunto con el consejo de ministros preparó las conferencias de prensa para brindar información a la población de las medidas que se tomarían en sector político, ya que las decisiones tomadas deberán ser acertadas para combatir esta pandemia.

[...] Es parte de un plan que tiene como objetivo avanzar, desarrollarse hacia un propósito. Cabe resaltar que la comunicación existe en la política más allá de su régimen o gobierno. Asimismo, satisfacer las necesidades de la población es parte del sistema político (Guevara, 2009, p. 103).

Se entiende que el gobierno es quien toma las riendas de los planes a ejecutar de lo que mejor sería para el país, tenemos también el sector económico, actividad principal de los micro, medianos y grandes sectores empresariales, estos son los que generan puestos de trabajo, movimiento de dinero y las riquezas para luego ser invertidas para el crecimiento sostenible de la nación. El sector económico se podría definir según González (...) condiciones de producción que se orientan a la satisfacción de las necesidades humanas; comprende las actividades productivas entre las que aparecen los medios, formas y relaciones de producción (2008, p. 84). Al ingresar el COVID-19 al Perú perjudicó exponencialmente a todas las micro, pequeña y mediana (MIPYMES), e incluso a grandes empresas debido a la medida política tomada de entrar en cuarentena a nivel nacional, esto hizo que se tengan que cerrar las puertas de todos los negocios para proteger la vida de los ciudadanos de este país. Ahora vemos el nivel social en muchos casos según Mitjás los elementos sociales son constitutivos de influencia que ocurren con frecuencia en toda la sociedad debido a las actividades de las relaciones humanas (1994, p. 146). De tal manera la sociedad es parte fundamental de nuestra vida, nos movemos, interactuamos, convivimos con ella, si nosotros como

seres humanos que compartimos este suelo patrio acatamos las medidas de prevención que dicte el gobierno, juntos podremos salir adelante. El contexto cultural que podemos definir según García como (...) son estilos de vida y costumbres, ya que son un conjunto de expresiones en las que se usan en su vida, estas asumen ciertos comportamientos colectivamente aceptadas y transmitidas de generación en generación (...) (2014, p. 56).

Para entender a la población peruana debemos inmiscuirnos más en ellos, cada país tiene diferentes modismos, maneras de hablar, y de pensar. Por esa razón para generar una cercanía a la sociedad, se tiene que utilizar un lenguaje sencillo, para lograr una mejor comprensión al momento de informar a los ciudadanos. Cabe resaltar que, conocer el léxico de los pobladores al momento de que el orador se expone en el discurso es crucial, gracias a nuestro autor podemos decir que en todas las circunstancias en el momento de informar algún suceso es necesario que esta sea de una manera entendible y fácil de asimilar la información para el receptor.

Otra definición, el autor Bandura, manifiesta que:

Las culturas son sistemas sociales diversos y dinámicos, no monolitos estáticos. La diversidad intercultural y la variación intraindividual en las orientaciones psicosociales a través de las esferas de funcionamiento subrayan la naturaleza dinámica multifacética de las culturas. La creciente globalización y pluralización cultural de las sociedades y el enredo en un mundo cibernético que trasciende el tiempo, la distancia, el lugar y las fronteras nacionales exigen ampliar el alcance de los análisis interculturales. Los temas de interés se centran en cómo interactúan las fuerzas nacionales y globales para dar forma a la naturaleza de la vida cultural (2002).

Podemos decir en general que el contexto cultural es multifacético y dinámico, al existir la globalización ayuda a tener información en tiempo real de todo lo que sucede en el exterior, así obtener un mejor panorama de información del gran

problema de pandemia que está viviendo el mundo, es cierto que el origen del virus fue en China, se expandió por Europa, posteriormente llegó a Latinoamérica, hasta que ingresó el COVID-19 al Perú.

Si nos ponemos en el contexto del discurso del presidente Martín Vizcarra, que sabe que tiene que tener un conocimiento previo de la situación, más allá que le facilita ser un compatriota y por ello esto se le hace aún más sencillo poder generar esta información mucho más limpia para la sociedad. Van y Mendizábal afirman que todo hablante o escritor político sabe bien en su léxico que utilizar una buena conjugación en la construcción de una frase, oración activa y palabras destacables tendrá un efecto recordable a donde irá dirigida (1999, p. 30).

Según Wardhaugh define:

El lenguaje como un sistema muy organizado de reglas, principios y símbolos fonéticos arbitrarios utilizados para la comunicación humana. Todos los lenguajes humanos tienen ciertas características propias lo que significa que un determinado idioma tiene su propio sistema de comunicación que emplea un código. La comunicación entre personas que hablan el mismo idioma es posible porque comparten tal conocimiento o código (2011).

El discurso comunicacional que da el presidente Martín Vizcarra, utiliza el lenguaje Verbal en la que se puede definir según Ceberio que el lenguaje de los gestos, posturas corporales y expresión de manos y rostro, poseen tanta relevancia como la palabra; sin embargo, nos hemos habituado a focalizar nuestra atención en el contenido de lo que se dice y no en el cómo se dice. Y el cómo compete a todo el universo gestual (2009, p. 52).

El lenguaje que utiliza el presidente direcciona a la población, puesto que tiene una diversidad en el “tono de su voz”, para lograr esto ya dijimos que se requiere una articulación y una pronunciación adecuada, lo mismo que buena entonación, que no es otra cosa que el tono mismo o altura que se dé al sonido. Toda persona tiene su tono propio, el cual es necesario romper según las circunstancias, según Avella apela (...) la variedad de la intensidad o entonación de la voz según las

circunstancias se denomina matiz. El dominio de los tonos de la voz es todo un arte que se puede desarrollar con mucho entrenamiento y aceptando las evaluaciones que sobre ello nos hagan (1990).

En caso de la dicción. Es una forma prudente de pronunciar palabras es por ello que Casanellas explica que es la realización completa de la declaración, incluida la entonación, el ritmo y el tiempo de descanso necesario. Puede pronunciar bien y tener una pronunciación incorrecta (2010, p. 54). Asimismo, el ritmo según Font es la aparición repetida de una oración. Hemos visto que los acentos son el núcleo de las palabras fonéticas, también conocidos como grupos de ritmo, que suelen aparecer en el habla y forman unidades superiores (2008, p. 22). Para que el discurso pueda tener impacto no se puede ser inexpresivo frente a cámara, por ello que la expresividad según Hernández del lenguaje de programación para que los lenguajes y diagramas que se puedan utilizar en el diseño es suficientemente expresivos para poder representar de una manera concisa y suficientemente abstracta la solución (2009, p. 52).

De acuerdo con los conceptos podemos añadir que se debe aplicar el uso de pausas ya que según Hernández permitan respirar, cambiar el sonido, el tono y el ritmo. Si los utiliza por completo, ayudaremos a mantener vivo al destinatario y a los contenidos breves para identificar o pensar sobre el mensaje. Las pausas excesivas se consideran inapropiadas, como "muletas", que pueden ser sonidos, sílabas o palabras, que no tienen significado en el mensaje, pero a menudo se repiten, solo para llenar el espacio entre las ideas (2014, p. 7). Asimismo, la entonación según Cantero, (...) es un fenómeno lingüístico que construye las variaciones de tono relevantes en el discurso oral (...) pero no se presenta en el habla como una melodía infinita, sino que tiene lugar dentro del grupo fonético (2002). Hay que saber de qué se va hablar para poder utilizar la Interpretación, para definir brevemente según Valdivia (...) de acuerdo con este concepto de interpretación, el intérprete se limita a reemplazar los símbolos del lenguaje del idioma original con los símbolos del lenguaje del idioma final (1995, p. 175). Dentro del lenguaje verbal tenemos el Volumen según su definición por parte de Hernández controla respirando y transmitiendo el sonido, es decir, soportando el sonido a través del diafragma en lugar de a través de la garganta. Debe respirar

profundamente antes de emitir un sonido. De esta manera, el sonido tendrá un buen volumen y una mejor claridad (2014, p.8). Se tiene que escuchar una voz nítida para que el mensaje pueda quedar en el receptor.

El discurso, también utiliza un lenguaje no verbal según Navarro es la forma silenciosa, honesta, espontánea que el cuerpo dibuja la verdad de las palabras, se da por las expresiones y reacciones en los gestos cada vez que emitimos un mensaje (2013, p. 47). Sobre este mismo tema los autores Garner y Acklen manifiestan que “La comunicación no verbal se define como todas las formas de comunicación distintas a la palabra hablada o escrita, es decir mediante gestos, lenguaje corporal, posturas, signos, entre otros” (1980). Los mismos autores explican que “No existe una fórmula única para interpretar el significado particular de cualquier comportamiento y debe interpretarse de manera contextual y/o culturalmente” (1980). El discurso dado por el presidente Vizcarra, tuvo un lenguaje no verbal donde se pudo observar ciertos atributos, como lo definen los siguientes autores en los próximos párrafos.

Según Hernandez la postura, influirá la percepción de los otros para nosotros, según la postura que mostremos, según el estado de ánimo y la condición de nuestra mente se refleja en la postura (2014, p.20). El movimiento corporal según Alericar define como (...) la expresión corporal tiene que ver con el movimiento de todo el cuerpo: piernas, pies, caderas, tórax, cuello, etc, pues los movimientos armoniosos de estas partes de nuestro cuerpo permiten también, transmitir un mensaje a nuestros oyentes (2005). Es tan importante los gestos según García, el movimiento de algo expresado por una parte del cuerpo, especialmente el resultado directo o espontáneo del movimiento de la cara o las manos de las articulaciones humanas, principalmente los movimientos de la cabeza, los brazos y las manos (2013, p.19).

También como las expresiones faciales que es la manifestación externa de lo que uno piensa o siente. Según Lara y Esgueva es una herramienta de comunicación que muchas veces revela ciertos sentimientos, los exteriorizamos verbalmente o no, por lo que ayuda a que los demás nos entiendan y nos comprendan y, por tanto, a una comunicación honesta (2017, p. 32). En toda conversación física debe existir el contacto visual, considerada según Olvera una habilidad de

comunicación no verbal porque ayuda al proceso de comunicación regular, por lo que puede aumentar la credibilidad, el interés, la atención y el contacto con el hablante. (2018). Para completar el lenguaje no verbal se tomará en cuenta la vestimenta se refiere según Chevallier y Gheerbrant a la ropa o un grupo de ropa que usan los humanos en el cual nos reflejamos en el mundo exterior pero cuando esta no es más que un uniforme, puede convertirse en un símbolo simple ya que se puede relacionar con la personalidad y con esta que quiere expresar (1986). Antes de pronunciar la primera palabra el orador, hay un impacto visual en el aspecto del orador. Por tanto, según Maqueda la aparición de algunos oradores expresa entusiasmo y admiración, mientras que la aparición de otros oradores refleja aburrimiento. La audiencia utilizará estas impresiones visuales para concluir si vale la pena prestar atención al orador (2003).

Una de las funciones de la comunicación que el presidente Vizcarra, será informar, a los podemos definir según Van y Mendizábal (...) lo que es verdad para los significados globales y locales será indiscutiblemente cierto para los significados de palabras y por ende, el grado de la vocación y el léxico elegido, la totalidad que estudian el lenguaje político se dirigen en las palabras especiales que son utilizadas en la política. (1999, p. 54). Asimismo, las oraciones activas serán participativamente responsables de interceder con los temas locales sintácticos, mientras las oraciones pasivas se encaran a tales objetos. (1999, p. 57).

Ante la situación de pandemia que está pasando a nivel mundial y en el método comunicativo que está empleando el gobierno, cabe resaltar para que en el discurso la persuasión es una estrategia de una persona a otra o en este caso a la sociedad peruana, para que esta acate a las indicaciones sobre un tema de ámbito social en el cual afectará a su salud es por ello que Capdevilla expresa para que un discurso se exponga con persuasión debida esta tiene que tener un lenguaje idóneo, es decir palabras exactas que llegue a la sociedad y que está acate lo que el orador expone (2004, p.25).

Además, complemento al lenguaje de lo que se quiere como objetivo que es la persuasión, esto tiene como complemento al texto, estos factores se unen para

que la persuasión haga su trabajo en la sociedad y brinde un tipo de comunicación correspondiente.

El texto en el discurso no es de menor importancia, al contrario, refuerza a que, este cumpla su objetivo; según Capdevilla el recurso textual se genera en toda situación comunicativa, este se da en la mayoría, por no decir en todos (2004, p.26). Es de vital importancia tener en consideración para cumplir la función persuasiva; además, menciona que esto influye en la efectividad del discurso, en este caso del mandatario Martín Vizcarra. Con esta determinación, se entiende que en la estructura del recurso comunicacional mencionado, debe estar presente el texto, porque el orden y aplicación de intención está plasmado en el mismo.

Por lo tanto, un discurso comunicacional además del texto y de todos los conceptos que determinan que un discurso está bien estructurado, el objetivo de este es llegar al público determinado, asimismo según Aguado las funciones de la comunicación tienen una triple tarea de informar, persuadir y entretener, a veces clasificando a los medios de comunicación como los medios que tradicionalmente consideramos, radio, cine y televisión, además de Internet (2004. p. 158). En los siguientes temas, veremos en qué medida los límites entre los tipos de contenido son permeables y en qué medida se pueden incluir otras áreas del discurso comunicacional.

Un segundo autor Sorice define que la función de los medios es "informar, educar y entretener" de acuerdo con las necesidades psicológicas de todos (2005, p. 41). Por lo tanto, ve la comunicación como un proceso funcional de equilibrio y control social.

En situaciones de comunicación abierta o muy formal, es necesario transmitir información racional, estructurada y bien determinada. Asimismo, Gaona afirma que determinar el propósito es estar siempre al tanto de las metas de los objetivos que queremos alcanzar. Para el receptor, deben ser abiertos y claros. La interacción, la clasificación de propósito general de la comunicación de las personas, son Entretener, Informar, Persuadir, Actuar (2005, p. 106).

Según la base teórica de diferentes autores coinciden entre sí, Van y Mendizábal afirma que informar, (...) lo que es verdad para los significados globales y locales

será indiscutiblemente cierto para los significados de palabras y por ende, el grado de la vocación y el léxico elegido, la totalidad que estudian el lenguaje político se dirigen en las palabras especiales que son utilizadas en la política. (1999, p.54). Asimismo el autor recalca que (...) Las oraciones activas serán participativamente responsables de interceder con los temas locales sintácticos, mientras las oraciones pasivas se encaran a tales objetos (1999, p. 57).

De tal manera educar como una rama de las funciones de la comunicación se define según Hoerberichts y López, que la enseñanza de entregar elementos para el pensamiento y la crítica de la realidad (2000, p. 37). Asimismo la función de entretener, según Gaona utilizamos la palabra para compartir vivencias, experiencias con otras personas. Esta voluntad es de naturaleza humana y social, debido a que en el hombre existe la necesidad de relacionarse en grupo, comunicarse, compartir sus sentimientos e ideas y adaptarse a su ambiente exitosamente (2005, p. 106).

La función de persuadir según Capdevilla lo define como (...) a partir del primer nivel del discurso persuasivo el significado profundo se transforma en lenguaje. Esto supone una serie de pasos que colaboran con el objetivo persuasivo del discurso (2004, p.25). Además el autor afirma que (...) el texto del discurso siempre se genera como un medio de comunicación y su persuasión debe cumplirse, ya que el resultado final de la comunicación se verá afectado por el hablante, el momento del discurso y especialmente la audiencia (2004, p. 26).

Finalmente la función actuar se define según Hernández es la voluntad, de entregar al oyente a un nivel de motivación que lo lleve a ejecutar alguna acción. Puesto que, intenta influir en las actitudes o creencias de las personas, utilizando argumentos bien organizados que contemplen las expectativas o necesidades del oyente; el comunicador intenta “mover” la forma de pensar del receptor para que decida actuar (2014, p. 5).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación utilizada es aplicada, no experimental; nos permitirá analizar el discurso comunicacional presidencial de Martín Vizcarra. A base de este estudio se podrá entender cuáles son los recursos de dicho discurso para Murillo la investigación aplicada se distingue ya que adapta o emplea la información adquirida, a raíz de la misma se implementan a la práctica basada en la investigación (2008).

Se considera no experimental al diseño de investigación debido a que no se manipulan las variables. Es por ello que no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Podemos decir que la investigación no experimental es observar tal y como se dan en su contexto natural, para proceder a analizarlos. Según Hernández & Velasco la observación funciona como normalidad tiene dos propósitos que son describir y analizar. El objetivo principal es identificar la frecuencia de una condición en la población estudiada (2000). Además, el nivel de estudio es hermenéutico, porque este nos permite analizar el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención de la pandemia del COVID-19. Lima. 2020. Como se sabe, este nivel de investigación tiene un recorrido histórico, ya que, la religión cristiana lo utiliza para la interpretación de los textos bíblicos.

3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Nuestra investigación titulada “Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020” presenta como categoría al discurso comunicacional por lo que se divide en 3 subcategorías:

- 1.- Contexto se divide en 4 indicadores: político, económico, social y cultural.
- 2.- Lenguaje se divide en 2 indicadores: verbal que tiene 8 sub indicadores: tono, dicción, ritmo, expresividad, uso de pausas, entonación, interpretación y volumen. El indicador no verbal presenta 7 sub indicadores: postura, movimiento, gestos, expresiones faciales, contacto visual, aspecto y vestimenta.

3.- Funciones de la comunicación se divide en 5 indicadores: informar, educar, entretener, persuadir, actuar.

3.3 Escenario de Estudio

En nuestro proyecto de investigación “Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020”, se ven afectados en distintos escenarios de estudio, para empezar según por contexto político, económico, las empresas al verse obligadas a cerrar sus puertas, dejó sin trabajo a millones de peruanos y estos fueron los más afectados, porque nuestro país nunca tuvo ni creó una ley relacionada al seguro o indemnización por desempleo como existen en otros países desarrollados de Europa o Estados Unidos para solo mencionarlos como ejemplo, entonces el gobierno al ver la necesidad de sus compatriotas , tuvo que crear los bonos, los encargados de estos proyectos fueron el Ministerio de Trabajo y el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, crearon el Bono Universal, el Bono Independiente, el Bono Rural y el Bono Yo Me Quedo En Casa, estos beneficiaron a 4.5 millones de hogares en todo el Perú. Así también se autorizó por decreto supremo la liberación de la CTS (Compensación por tiempo de servicio), con la entrega de S/.2, 000 soles (aprox.590 dólares) y las personas con saldos menores podían sacar el total de su fondo. Ahora tocaremos otro escenario como el cultural, social, el gobierno al dictar las medidas de prevención y ordenar cuarentena nacional en el Perú, se vio obligado a tener que poner multas según el decreto legislativo N°1458, multas que van desde los S/.86.00 hasta los S/.430.00 aplicable aquellas personas que no cumplan las órdenes de distanciamiento social obligatorio, también aquellos que no acaten el toque de queda y si se encontrasen en las calles , serían detenidos por un integrante de la Policía Nacional del Perú (PNP), llevados a la comisaría de su sector y de castigo aplicarle una multa que deberán cancelar en el Banco de la Nación, todo esto se dio porque parte de nuestra cultura peruana, es no acatar las normas, desobedecer a la autoridad, lo cual fue motivo para que cada vez el gobierno se ponga más estricto.

3.4 Participantes

Dentro de nuestra investigación tenemos como participante principal al discurso como elemento de investigación, asimismo al presidente de la Nación. Nació el 22 de marzo de 1963, en Lima, Perú. Martín Vizcarra fue alcalde de Moquegua y miembro de la Asamblea Constituyente de 1978.

Cursó estudios en el Juan XXIII y en la Gran Unidad Escolar Simón Bolívar de Moquegua, más tarde se graduó de ingeniero civil en la Universidad Nacional de Ingeniería. Obtuvo un diploma en Administración Gerencial de la Escuela de Administración de Negocios.

Tras la victoria de Pedro Pablo Kuczynski, resultó elegido Primer Vicepresidente. El 28 de julio de 2016, fue nombrado ministro de Transportes y Comunicaciones, integrando el Consejo de Ministros. De octubre de 2017 a marzo de 2018, fue embajador del Perú en Canadá. El 21 de marzo después de la renuncia del presidente Pablo Kuczynski, el día 23 de Marzo de 2018 asumió el mando y control del Poder Ejecutivo. Veinte meses después en medio de una crisis sanitaria, su mandato llegó hasta el 10 de Noviembre de 2020 que fue vacado por el Congreso de la República del Perú.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección

Se utilizará en la presente investigación la ficha de observación, la cual ha estado organizada en ítems que incluye una categoría y subcategorías de la matriz de operacionalización, la cual alcanzó un nivel de validación del 96%, tal como se aprecia en el cuadro en los instrumentos, su validez y confiabilidad se consideran en anexos.

3.6 Procedimientos

La investigación seguirá la siguiente trayectoria metodológica:

Primero se seleccionó el día de la conferencia de prensa que es el 15 de Marzo, asimismo se definió el minuto inicial y final que se investigará.

Segundo, se aplicará el instrumento (ficha de observación) a cada minuto obteniendo un total de 07 fichas, establecidas en 01 ficha por minuto.

La ficha se aplicará por única vez por ser la investigación de corte transversal y no habrá manipulación de las variables por ser de nivel no experimental.

3.7 Rigor Científico

La investigación se desarrollará bajo los parámetros de la exigencia de la metodología científica. Uno de los criterios es el nivel de los validadores. Ellos son profesionales de las Ciencias de la Comunicación, quienes también ejercen la docencia en la Universidad César Vallejo, adicionalmente cuentan con una formación en posgrado y cada uno de ellos registró su aprobación o desaprobación de los diferentes criterios del instrumento.

Para el siguiente proceso se utilizó la V de Aiken, alcanzando un promedio de 96 %, quedando válido el instrumento de recolección de datos, asimismo cuenta con una diversidad de libros y artículos científicos de autores con reconocimiento nacional e internacional para la construcción del marco teórico a beneficio de nuestra investigación.

Igualmente se ha recurrido a seis tesis, entre nacionales e internacionales, seleccionadas dentro de un grupo debidamente acreditada, siendo investigaciones que están más acorde al presente trabajo y que son de gran aporte.

Nº	Experto	Especialidad
1	Navarrete Canales, Amador	Doctorado en Periodismo
2	Moreno López, Wilmer Emilio	Magíster en Ciencias de la Comunicación
3	Mogollón Cruz, Ivy Elizabeth	Magíster en Ciencias de la Comunicación
4	Gómez Díaz, Rubén	Magíster en Ciencias de la Comunicación
5	Pérez Terrones, José	Magíster en Periodismo

3.8 Métodos de análisis de datos

A los datos recolectados por medio de la ficha de observación se aplicará la descripción correspondiente a cada subcategoría, luego los datos son mapeados e interpretados por cada minuto de la conferencia de prensa y luego se aplicará el mismo procedimiento a los 6 minutos restantes de la parte seleccionada. Para el tema de la discusión aplicaremos la técnica de la triangulación que será relacionar tres datos recolectados vinculados al mismo número de indicadores y sustentar si el supuesto planteado ha sido aceptado o rechazado. La misma metodología se aplicará para las otras dimensiones, sub dimensiones y luego con estas para el caso de la variable.

3.9 Aspectos éticos

En la presente investigación se respetó la propiedad intelectual de los autores de libros, revistas y artículos científicos, citando correctamente las fuentes de información consideradas, no existe plagio, autoría no justificada, falsificación de datos y manipulación de imágenes cumpliendo con las exigencias éticas para el desarrollo de la investigación. Asimismo, el instrumento pasó por un riguroso estudio por parte de cinco profesores, especialistas en periodismo los cuales contribuyeron en la validación del instrumento, el cual fue creado para el análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN Nº 1 (1:06:54)							
Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020							
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES	IDENTIFICACIÓN		DESCRIPCIÓN	INTERPRETACIÓN
				SI	NO		
Análisis del Discurso Comunicacional	Contexto	Político			X		
		Económico			X		
		Social		X		- Como gobierno no vamos a escatimar ningún esfuerzo para poder enfrentar las consecuencias actuales y futuras de esta enfermedad. - Hemos hecho un gran esfuerzo para recursos del tesoro público. - Estamos haciendo un esfuerzo de llegar	Se destaca el compromiso con el problema, porque constantemente recalca que no va a desamparar a la población en el estado de emergencia por la situación difícil que atraviesa el país a causa del COVID-19.

						<p>a todos los que requieran este apoyo.</p> <p>- Privilegiando a los que más necesitan porque estamos en una etapa donde por solidaridad tenemos que pensar en los más vulnerables, ellos la principal atención los que se merecen la principal atención.</p>	
		Cultural			x		
	Lenguaje	Verbal	Tono	x		<p>1.Tono de voz grave o de frecuencia menor:</p> <p>Lo que queremos nada más para concluir, ratificar, es que como gobierno/ para poder enfrentar ehh/ hemos visto que, hemos hecho un/</p>	<p>El tono de voz utilizado en su mayoría de tiempo es grave, y por momentos se presencia un tono agudo, generando así matices.</p>

						<p>estamos a través del ministerio desarrollo inclusión/ a través del ministerio de/ a través de los 1,874 municipios de todo el país/ a todos los que requieran este apoyo, hemos tomado medidas para que puedan utilizarse cts., para que/ ahora disponer ehhh de parte de los aportes que están en las afps, pero privilegiando a los que/ porque estamos en una etapa, donde por solidaridad tenemos que</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

						<p>pensar en los/</p> <p>2.Tono de voz aguda o de frecuencia mayor o intensidad alta:</p> <p>No vamos a escatimar ningún esfuerzo/</p> <p>las consecuencias, actuales y futuras de esta enfermedad, gran esfuerzo/ recursos del tesoro público, atender ehhh a las poblaciones más vulnerables/</p> <p>social/</p> <p>trabajo/</p> <p>municipios/</p> <p>estamos haciendo un esfuerzo de llegar/</p> <p>puedan también/</p> <p>más necesitan/</p> <p>más vulnerables,</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--

						ellos la principal atención, los que se merecen la principal atención/	
			Dicción	x		<p>(1) “Lo que queremos nada más para concluir, ratificar, es que como gobierno no vamos a escatimar ningún esfuerzo para poder enfrentar ehh las consecuencias, actuales y futuras de esta enfermedad”.</p> <p>(2) Estamos a través del ministerio desarrollo inclusión social, a</p>	<p>En el primer minuto, presenta buena dicción, de pronunciación entendible, articula bien las palabras, con adecuada entonación y ritmo al cerrar cada idea.</p> <p>*En otra parte este discurso presenta algunas muletillas como el “ehh” antes de continuar con el siguiente mensaje.</p>

						<p>través del ministerio de trabajo, a través de los municipios, los 1,874 municipios de todo el país, estamos haciendo un esfuerzo de llegar a todos los que requieran este apoyo, hemos tomado medidas para que puedan utilizarse cts”</p> <p>*Muletillas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - para poder enfrentar “ehh” ..hemos visto que - disponer “ehh” de parte de los aportes que están en las afps, 	
			Ritmo	x		<p>-” Estamos a través del ministerio desarrollo inclusión social, a</p>	<p>Generalmente tiene ritmo el discurso presidencial, que es la presencia de la fluidez verbal.</p>

						<p>través del ministerio de trabajo, a través de los municipios”.</p>	<p>También se identifica la presencia de la “Anáfora” que es un recurso para potenciar el discurso comunicacional. La palabra que se repite es “a través”.</p>
			Expresividad	x		<p>Seriedad y preocupación en el rostro.</p>	<p>La expresividad del rostro, la mirada del presidente denota seriedad, un poco de preocupación, su discurso tiene coherencia.</p> <p>Podría interpretarse que el presidente mantiene la seriedad para dar peso y valor al discurso, en la que sustenta la gravedad del contagio y la ayuda que dará a la población.</p>
			Uso de pausas	x		<p>Utiliza pausas entre cada conjunto de palabras.</p>	<p>Las pausas utilizadas lo ayudan a controlar la respiración, como a potenciar la voz, esto</p>

							favorece a que el discurso pueda crear una mejor conexión.
			Entonación	x		Entonación adecuada.	La adecuada entonación que da a las palabras de acuerdo a los datos relevantes que va dictando en el discurso, hace que se logre discernir cuando informa, educa, hace llamado de atención a los irresponsables y persuade a la población para sumarse a esta lucha para evitar el contagio de esta enfermedad.
			Interpretación	x		Utiliza palabras de uso común y fácil de comprender.	Interpreta la realidad problemática. Interpreta adecuadamente el mensaje, por lo que va dirigido a los diversos estratos sociales a nivel nacional con el fin de lograr el entendimiento.
			Volumen	x		Utiliza un volumen óptimo como recurso.	El volumen como forma expresiva de la voz, tiene variaciones, con

							fuerza e intensidad en el sonido que esto contribuye a que exista claridad en las palabras.
		No verbal	Postura	x		Sentado sobre una silla, con hombros alineados, cabeza derecha con espalda erguida y por momentos inclinado hacia delante, sus brazos reposan sobre la mesa, los levanta, los mueve en forma circular, junta las manos por momentos.	Muestra seguridad corporal y va acorde con el discurso.
			Movimiento	x		Movimientos rítmicos de cabeza, hombros y brazos.	Sus movimientos son adecuados, el lenguaje corporal expresa calma, no presenta nerviosismo, en cada enunciado mueve las manos como forma de expresión.

			Gestos	x		Movimiento de sus brazos y manos con las palmas abiertas y de mirada fija a la cámara frontal (la población).	Los gestos en su expresión corporal denotan un grado de franqueza en el discurso.
			Expresiones faciales	x		Seriedad, con un poco de preocupación.	Existe coherencia en las expresiones faciales con lo que dice.
			Contacto visual	x		Existe el contacto visual con la cámara frontal (con la ciudadanía).	Existe conexión visual entre el presidente y la población.
			Aspecto	x		Aspecto físico alineado.	De aspecto o apariencia física alineado acorde a las circunstancias.
			Vestimenta	x		Ropa casual, camisa de color blanco manga larga, Bordado en el bolsillo izquierdo del pecho de la camisa con Slogan	Vestimenta acorde para el trabajo de campo, por el mismo ejercicio que desempeña cada día desde el inicio del estado de emergencia.

						de gobierno “El Perú primero”.		
	Funciones de la Comunicación	Informar		x		-Hemos hecho un gran esfuerzo para usar recursos del tesoro público para atender. -A través del ministerio desarrollo inclusión social a través del ministerio de trabajo a través de los municipios de los 1,874 municipios de todo el país. - Hemos tomado medidas para que puedan utilizarse cts. -Disponer de parte del de los aportes que están en las afp.	El discurso cumple la función de informar sobre las medidas en los distintos contextos económico, político, social y cultural. Así también darle seguridad a la ciudadanía que el gobierno está presente y no los va a desamparar mientras dure la etapa de pandemia.	
		Educar			x			
		Entretener				x		
		Persuadir				x		

		Actuar			x		
--	--	---------------	--	--	---	--	--

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N° 2 (1:07:54)

Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES	IDENTIFICACIÓN		DESCRIPCIÓN	INTERPRETACIÓN	
				SI	NO			
Análisis del Discurso Comunicacional	Contexto	Político			x			
		Económico			x			
		Social				x		
		Cultural			x		<p>- Nos estamos dando cuenta de lo importante de trabajar de manera unida.</p> <p>- Todas las deficiencias que tenemos como sociedad.</p> <p>- Un virus está logrando hacernos tomar en cuenta que todos somos iguales, que este virus puede afectar y puede dañar de igual forma a</p>	<p>Se muestra valores dentro de las líneas expresadas, como: unión, solidaridad, igualdad.</p> <p>Añadiendo diversos ejemplos para que la población pueda entender que teníamos muchos defectos como sociedad y que ante esta situación no podemos ser mezquinos en seguir actuando erradamente.</p>

						<p>todos.</p> <p>- Independientemente que seas presidente de la república, que seas esa autoridad, que seas un ciudadano que tengas un nivel económico alto, que tengas un nivel económico bajo, que tengas una creencia</p>	<p>Resalta mucho la igualdad en los ejemplos, especialmente con las jerarquías causadas por la misma sociedad, los diferentes estratos sociales que hacen que la población tenga conflictos.</p>
	Lenguaje	Verbal	Tono	x		<p>1.Tono de voz grave o de frecuencia menor:</p> <p>Y eso estamos haciendo con la medida general y estamos viendo y afinando yo estoy seguro que cada vez/ nos estamos dando cuenta de los importante de/ a todos los peruanos hemos mire, "independientemente que seas presidente</p>	<p>El tono de voz utilizado en su mayoría de tiempo es grave, y por momentos se presencia un tono agudo, generando así matices.</p>

					<p>de la república, que seas esa/ que seas un/ que tengas un/ que tengas una creencia”</p> <p>2.Tono de voz aguda o de frecuencia mayor o intensidad alta: Tenemos que pensar en el todo/ trabajar de manera unida/ “cómo ha venido un virus a desnudar. todas las deficiencias que teníamos como sociedad”, “un virus está logrando hacernos ehh tomar en cuenta que todos somos iguales, que este virus puede afectar y puede dañar de igual forma a todos” / autoridad, ciudadano/ nivel económico alto/ nivel económico bajo/</p>	
--	--	--	--	--	---	--

			Dicción		x	<p>(1)“tenemos que pensar en los más vulnerables, ellos la principal atención, los que se merecen la principal atención”</p> <p>(2) “nos estamos dando cuenta de los importante de trabajar de manera unida”</p> <p>(3) como ha venido un virus a desnudar todas las deficiencias que teníamos como sociedad”, Un virus está logrando</p>	<p>En el segundo minuto, presenta buena dicción, de pronunciación entendible, articula bien las palabras, con adecuada entonación y ritmo al cerrar cada idea.</p>

					<p>hacernos ehh tomar en cuenta que todos somos iguales, que este virus puede afectar y puede dañar de igual forma a todos”</p> <p>(4) “Independientemente que seas presidente de la República, que seas esa autoridad, que seas un ciudadano que tengas un nivel económico alto, que tengas un nivel económico bajo, que tengas una creencia”</p>	
			Ritmo	x	<p>Como ha venido un “virus” a desnudar todas las deficiencias que teníamos como sociedad. Un “virus” está logrando hacernos ehh tomar en cuenta que todos somos iguales, que este “virus” puede</p>	<p>Generalmente tiene ritmo el discurso presidencial, que es la presencia de la fluidez verbal.</p> <p>También se identifica la presencia de la “Anáfora” que es un</p>

						afectar y puede dañar de igual forma a todos.	recurso para potenciar el discurso comunicacional. La palabra que se repite es "virus".
			Expresividad	x		Seriedad y preocupación en el rostro.	La expresividad del rostro, la mirada del presidente denota seriedad, un poco de preocupación, su discurso tiene coherencia. Podría interpretarse que el presidente mantiene la seriedad para dar peso y valor al discurso, en la que sustenta la gravedad del contagio y la ayuda que dará a la población.
			Uso de pausas	x		Utiliza pausas entre cada conjunto de palabras.	Las pausas utilizadas lo ayudan a controlar la respiración, como a

							potenciar la voz, esto favorece a que el discurso pueda crear una mejor conexión.
			Entonación	x		Entonación adecuada.	La adecuada entonación que da a las palabras, hace que se logre discernir cuando informa, educa, hace llamado de atención a los irresponsables y persuade a la población para sumarse a esta lucha para evitar el contagio de esta enfermedad.
			Interpretación	x		Utiliza palabras de uso común y fácil de comprender.	Interpreta la realidad problemática. Interpreta adecuadamente el mensaje, por lo que va dirigido a los diversos estratos sociales a nivel

							nacional con el fin de lograr el entendimiento.
			Volumen	x		Utiliza un volumen óptimo como recurso.	El volumen como forma expresiva de la voz, tiene variaciones, con fuerza e intensidad en el sonido que esto contribuye a que exista claridad en las palabras.
		No verbal	Postura	x		Se encuentra sentado, con hombros alineados, cabeza derecha con espalda erguida y por momentos inclinado hacia delante, sus brazos reposan sobre la mesa, los levanta, los mueve en forma circular, junta las manos por momentos.	Muestra seguridad corporal y va acorde con el discurso.
			Movimiento	x		Movimientos rítmicos de cabeza, hombros y brazos.	Sus movimientos son adecuados, el lenguaje corporal

						expresa calma, no presenta nerviosismo, en cada enunciado mueve las manos como forma de expresión.
			Gestos	x		Movimiento de sus brazos y manos con las palmas abiertas y de mirada fija a la cámara frontal (la población). Los gestos en su expresión corporal denotan un grado de franqueza en el discurso.
			Expresiones faciales	x		Seriedad, con un poco de preocupación. Existe coherencia en las expresiones faciales con lo que dice.
			Contacto visual	x		Existe el contacto visual con la cámara frontal (con la ciudadanía). Existe conexión visual entre el presidente y la población.
			Aspecto	x		Aspecto físico alineado. De aspecto o apariencia física alineado acorde a

							las circunstancias.
			Vestimenta	x		Ropa casual, camisa de color blanco manga larga, Bordado en el bolsillo izquierdo del pecho de la camisa con Slogan de gobierno "El Perú primero".	Vestimenta acorde para el trabajo de campo, por el mismo ejercicio que desempeña cada día desde el inicio del estado de emergencia.
	Funciones de la Comunicación	Informar			x		
		Educar			x		
		Entretener			x		
		Persuadir			x		
		Actuar			x		

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N° 3 (1:08:54)

Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES	IDENTIFICACIÓN		DESCRIPCIÓN	INTERPRETACIÓN
				SI	NO		
Análisis del Discurso Comunicacional	Contexto	Político			x		
		Económico			x		
		Social		x		Nos ha puesto en un nivel de fragilidad y que nos hace ver que a veces las cosas más simples son las que requerimos para vivir.	Destaca el valor de la vida, cosa que mucha parte de la sociedad aún no comprende.
		Cultural		x		- Un virus que no reconoce fronteras, tanto que se ha preocupado los gobiernos, la sociedad de generar fronteras que, hasta aquí nomás pasas, que no pasas, es que el virus a	Resalta la igualdad, ya que la pandemia que se está viviendo en estos momentos nos está haciendo tomar conciencia que como población debería estar más unidos. Recalca las diferencias con las jerarquías causadas por la misma sociedad, los diferentes estratos sociales que hacen que la

						<p>conectado todo el mundo.</p> <p>- Muchas veces la familia ha dejado de ser considerada importantes porque se prefería cosas mucho más superfluas untuosas que no son realmente y la razón de una sociedad para poder atender sus necesidades básicas.</p>	población tenga conflictos.
	Lenguaje	Verbal	Tono	x		<p>1.Tono de voz grave o de frecuencia menor: Estamos expuestos actualmente a el efecto que puede generar este virus, un virus que no reconoce fronteras, tanto que se ha preocupado los gobiernos, la sociedad de</p>	El tono de voz utilizado en su mayoría de tiempo es grave, y por momentos se presencia un tono agudo, generando así matices.

					<p>generar fronteras que hasta aquí nomás pasas, que no pasas , es..y que nos hace ver que a veces las cosas más simples son las que requerimos para vivir, porque aquí dando facilidades a todos para que damos? para que vayan a comprar alimentos de primera necesidad que se abastezcan de agua y se abastezcan de medicinas esos tres rubros que son los básicos y fundamentales para vivir, muchas veces familia han dejado de ser considerados importantes porque se prefería cosas mucho más superfluas,</p>	
--	--	--	--	--	--	--

						<p>“suntuosas” que no son realmente y la razón de una sociedad para poder atender sus necesidades básicas, esto es lo que ha logrado y</p> <p>2.Tono de voz aguda o de frecuencia mayor o intensidad alta: Que el virus a conectado todo el mundo y nos ha puesto en un nivel de fragilidad</p>	
			Dicción		x	<p>(1) “Todos estamos expuestos actualmente a el efecto que puede generar este virus, un virus que no reconoce fronteras, tanto que se ha preocupado los gobiernos, la sociedad de generar fronteras</p>	<p>En el tercer minuto, presenta buena dicción, de pronunciación entendible, articula bien las palabras, con adecuada entonación y ritmo al cerrar cada idea.</p>

					<p>que, hasta aquí nomás pasas, que no pasas, es que el virus a conectado todo el mundo y nos ha puesto en un nivel de fragilidad y que nos hace ver que a veces las cosas más simples son las que requerimos para vivir”.</p> <p>(2) “Porque aquí dando facilidades a todos para que damos? para que vayan a comprar alimentos de primera necesidad que se abastezcan de agua y se abastezcan de medicinas esos tres rubros que son los básicos y fundamentales para vivir”.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

			Ritmo	x		<p>-Todos estamos expuestos actualmente a el efecto que puede generar este “virus”, un “virus” que no reconoce “fronteras”, tanto que se ha preocupado los gobiernos, la sociedad de generar “fronteras” que hasta aquí nomás “pasas”, que no “pasas”, es que el “virus” a conectado todo el mundo y nos ha puesto en un nivel de fragilidad</p>	<p>Generalmente tiene ritmo el discurso presidencial, que es la presencia de la fluidez verbal.</p> <p>También se identifica la presencia de la “Anáfora” que es un recurso para potenciar el discurso comunicacional. Se identifica la repetición de palabras como “virus”, “fronteras”, “pasas”.</p>
			Expresividad	x		<p>Seriedad y preocupación en el rostro.</p>	<p>La expresividad del rostro, la mirada del presidente denota seriedad, un poco de preocupación, su discurso tiene coherencia.</p> <p>Podría interpretarse que el</p>

						presidente mantiene la seriedad para dar peso y valor al discurso, en la que sustenta la gravedad del contagio y la ayuda que dará a la población.	
			Uso de pausas	x		Utiliza pausas entre cada conjunto de palabras.	Las pausas utilizadas lo ayudan a controlar la respiración, como a potenciar la voz, esto favorece a que el discurso pueda crear una mejor conexión.
			Entonación	x		Utiliza palabras fáciles de comprender.	Interpreta la realidad problemática. Interpreta adecuadamente el mensaje, por lo que va dirigido a los diversos estratos sociales a nivel nacional con el fin de lograr el entendimiento.
			Interpretación	x		Utiliza palabras de uso común y fácil de comprender.	Interpreta la realidad problemática. Interpreta adecuadamente el mensaje, por lo que va dirigido a los diversos estratos sociales a nivel nacional con el fin de lograr el entendimiento.
			Volumen	x		Utiliza un volumen	El volumen como forma

						óptimo como recurso.	expresiva de la voz, tiene variaciones, con fuerza e intensidad en el sonido que esto contribuye a que exista claridad en las palabras.
		No verbal	Postura	x		Sentado sobre una silla, con hombros alineados, cabeza derecha con espalda erguida y por momentos inclinado hacia delante, sus brazos reposan sobre la mesa, los levanta, los mueve en forma circular, junta las manos por momentos.	Muestra seguridad corporal y va acorde con el discurso.
			Movimiento	x		Movimientos rítmicos de cabeza, hombros y brazos.	Sus movimientos son adecuados, el lenguaje corporal expresa calma, no presenta nerviosismo, en cada enunciado mueve las manos como forma de expresión.
			Gestos	x		Movimiento de sus brazos y manos	Los gestos en su expresión corporal denotan un grado de

						con las palmas abiertas y de mirada fija a la cámara frontal (la población).	franqueza en el discurso.
			Expresiones faciales	x		Seriedad, con un poco de preocupación.	Existe coherencia en las expresiones faciales con lo que dice.
			Contacto visual	x		Existe el contacto visual con la cámara frontal (con la ciudadanía).	Existe conexión visual entre el presidente y la población.
			Aspecto	x		Aspecto físico alineado.	De aspecto o apariencia física alineado acorde a las circunstancias.
			Vestimenta	x		Ropa casual, camisa de color blanco manga larga, Bordado en el bolsillo izquierdo del pecho de la camisa con Slogan de gobierno "El Perú primero".	Vestimenta acorde para el trabajo de campo, por el mismo ejercicio que desempeña cada día desde el inicio del estado de emergencia.
	Funciones	Informar			x		

	de la Comunicación	Educar		x		Comprar alimentos de primera necesidad que se abastezcan de agua y se abastezcan de medicinas esos tres rubros que son los básicos y fundamentales para vivir	Cumple la función de educar de cuáles son las necesidades básicas que necesita el ser humano para vivir.	
		Entretener			x			
		Persuadir				x		
		Actuar				x		

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N° 4 (1:09:54)

Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES	IDENTIFICACIÓN		DESCRIPCIÓN	INTERPRETACIÓN
				SI	NO		
Análisis del Discurso Comunicacional	Contexto	Político			x		
		Económico			x		
		Social		x		La forma de responder de todos nosotros es con la unión.	Prioriza la unión como valor principal ya que, si no trabajamos en conjunto como sociedad acatando las normas impuestas por el gobierno, la epidemia avanzara.
		Cultural		x		Sabiendo que solos que divididos entre nosotros no vamos a lograr enfrentarlo.	Resalta la carencia que como sociedad hemos venido arrastrando al largo de los años, que es el egoísmo, el pensar por sí mismo más que a los demás. Hace tomar conciencia de lo equivocado que estábamos viviendo como sociedad, como nación.

	Lenguaje	Verbal	Tono	x	<p>1.Tono de voz grave o de frecuencia menor: Sabiendo el mmm el enorme reto que enfrentamos, después de 15 días podemos decir que, pero que/ de donde tenemos que llegar, para poder recobrar la senda por la que veníamos transitando/ pero -- podemos enfrentarlo en la medida que, con los datos, con la información que con la/ que se requiere actuar ante este tipo de enfermedades que afectan a todos podamos afrontar de manera adecuada esta situación/</p>	<p>El tono de voz utilizado en su mayoría de tiempo es grave, y por momentos se presencia un tono agudo, generando así matices.</p>
--	-----------------	---------------	-------------	---	--	---

						<p>2.Tono de voz aguda o de frecuencia mayor o intensidad alta:</p> <p>La forma de responder de todos nosotros es con la unión, es con humildad/ sabiendo que solos, que, divididos, que “pegiando” entre nosotros no vamos a lograr enfrentarlo de manera adecuada. los resultados son satisfactorios/ recién estamos ni a la mitad del camino/ afecta? ¡claro que afecta! a todos nos afecta! / humildad/ lo estamos haciendo! /</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

			Dicción		x	<p>(1) "la forma de responder de todos nosotros es con la unión, es con humildad, sabiendo el mmm el enorme reto que enfrentamos, sabiendo que solos, que, divididos, que -peleando- entre nosotros no vamos a lograr enfrentarlo de manera adecuada".</p> <p>*Muletillas:</p> <p>-que "peleando" entre nosotros.</p> <p>-para poder recobrar "ala" senda por la que veníamos transitando.</p> <p>-"perooo" podemos enfrentarlo</p>	<p>En el cuarto minuto, presenta buena dicción, de pronunciación entendible, articula bien las palabras, con adecuada entonación y ritmo al cerrar cada idea.</p> <p>Presenta algunas muletillas como el "emmmme", "laaa", "perooo" y también un error de dicción al pronunciar la palabra "peleando", cuando debió decir "peleando" en el mensaje.</p>
--	--	--	----------------	--	---	---	---

			Ritmo	x		<p>- La forma de responder de todos “nosotros” es con la unión, es con humildad, sabiendo el enorme reto que enfrentamos, sabiendo que solos, que divididos, que peñando entre “nosotros” no vamos a lograr enfrentarlo de manera adecuada.</p> <p>-¿Afecta? claro que afecta! a todos nos afecta!</p>	<p>Generalmente tiene ritmo el discurso presidencial, que es la presencia de la fluidez verbal. También se identifica la presencia de la “Anáfora” que es un recurso para potenciar el discurso comunicacional. Se identifica la repetición de palabras como “nosotros”, “afecta”.</p>
			Expresividad	x		<p>Seriedad y preocupación en el rostro.</p>	<p>La expresividad del rostro, la mirada del presidente denota seriedad, un poco de preocupación, su discurso tiene coherencia.</p> <p>Podría interpretarse que el presidente mantiene la seriedad para dar peso y valor al</p>

						discurso, en la que sustenta la gravedad del contagio y la ayuda que dará a la población.	
			Uso de pausas	x		Utiliza pausas entre cada conjunto de palabras.	Las pausas utilizadas lo ayudan a controlar la respiración, como a potenciar la voz, esto favorece a que el discurso pueda crear una mejor conexión.
			Entonación	x		Entonación adecuada.	La adecuada entonación que da a las palabras de acuerdo a los datos relevantes que va dictando en el discurso, hace que se logre discernir cuando informa, educa, hace llamado de atención a los irresponsables y persuade a la población para sumarse a esta lucha para evitar el contagio de esta enfermedad.
			Interpretación	x		Utiliza palabras de uso común y fácil de comprender.	Interpreta la realidad problemática. Interpreta adecuadamente el mensaje, por lo que va dirigido a los diversos estratos sociales a nivel nacional con el fin de lograr el entendimiento.
			Volumen	x		Utiliza un volumen	El volumen como forma

						<p>óptimo como recurso.</p> <p>expresiva de la voz, tiene variaciones, con fuerza e intensidad en el sonido que esto contribuye a que exista claridad en las palabras.</p>
		No verbal	Postura	x		<p>Sentado sobre una silla, con hombros alineados, cabeza derecha con espalda erguida y por momentos inclinado hacia delante, sus brazos reposan sobre la mesa, los levanta, los mueve en forma circular, junta las manos por momentos.</p> <p>Muestra seguridad corporal y va acorde con el discurso.</p>
			Movimiento	x		<p>Movimientos rítmicos de cabeza, hombros y brazos.</p> <p>Sus movimientos son adecuados, el lenguaje corporal expresa calma, no presenta nerviosismo, en cada enunciado mueve las manos como forma de expresión.</p>
			Gestos	x		<p>Movimiento de sus brazos y manos</p> <p>Los gestos en su expresión corporal denotan un grado de</p>

						con las palmas abiertas y de mirada fija a la cámara frontal (la población).	franqueza en el discurso.
			Expresiones faciales	x		Seriedad, con un poco de preocupación.	Existe coherencia en las expresiones faciales con lo que dice.
			Contacto visual	x		Existe el contacto visual con la cámara frontal (con la ciudadanía).	Existe conexión visual entre el presidente y la población.
			Aspecto	x		Aspecto físico alineado.	De aspecto o apariencia física alineado acorde a las circunstancias.
			Vestimenta	x		Ropa casual, camisa de color blanco manga larga, Bordado en el bolsillo izquierdo del pecho de la camisa con Slogan de gobierno "El Perú primero".	Vestimenta acorde para el trabajo de campo, por el mismo ejercicio que desempeña cada día desde el inicio del estado de emergencia.

	Funciones de la Comunicación	Informar			X		
		Educar			X		
		Entretener			X		
		Persuadir			X		
		Actuar			X		

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N° 5 (1:10:54)

Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES	IDENTIFICACIÓN		DESCRIPCIÓN	INTERPRETACIÓN
				SI	NO		
Análisis del Discurso Comunicacional	Contexto	Político			x		
		Económico			x		
		Social		x		Del amor en familia de la solidaridad del apoyo al más desvalido en estos momentos es donde nos mostramos tal y como somos.	Resalta la solidaridad en estos momentos, de ayudar a las personas que no tienen, demostrar nuestra sensibilidad ante esta situación que a todos a afectando. A las personas que han perdido un familiar, mostrar empatía, ser más prudentes con nuestros actos.
		Cultural		x		Respetar las disposiciones que hemos dado el distanciamiento social.	Menciona la nueva norma sanitaria que es una nueva forma de vivir como sociedad, que hará que nos cuidemos para prevenir que el COVID llegue a nuestros hogares y dañe a nuestras familias.

	Lenguaje	Verbal	Tono	x	<p>1.Tono de voz grave o de frecuencia menor: les agradezco a todos porque cada vez más estamos tomando conciencia de la importancia de estos valores fundamentales/ en estos momentos es donde nos mostramos tal y como somos, aquí es donde requerimos realmente/ tenemos que dar nuestro máximo esfuerzo en eso estamos trabajando, pero no es suficiente si no contamos con tu apoyo”, las disposiciones que hemos dado, el distanciamiento social,</p> <p>2.Tono de voz</p>	<p>El tono de voz utilizado en su mayoría de tiempo es grave, y por momentos se presencia un tono agudo, generando así matices.</p>

						<p>aguda o de frecuencia mayor o intensidad alta: Yo le agradezco a todos,.. del amor en familia, de la solidaridad, del apoyo al más desvalido/ que se nos conozca no solamente como somos por fuera, sino como somos por dentro y de que somos capaces de enfrentar/ respeta! / sal lo menos que puedas de tu vivienda solamente en caso estrictamente necesario</p>	
			Dicción	x		(1) Yo le agradezco a todos, les agradezco a todos porque cada vez más estamos tomando conciencia	En el quinto minuto, presenta buena dicción, de pronunciación entendible, articula bien las palabras, con adecuada entonación y ritmo al cerrar cada idea.

					<p>de la importancia de estos valores fundamentales, del amor en familia, de la solidaridad, del apoyo al más desvalido.</p> <p>(2) En estos momentos es donde nos mostramos tal y como somos, aquí es donde requerimos realmente que se nos conozca no solamente como somos por fuera, sino como somos por dentro y de que somos capaces para poder enfrentar tenemos que dar nuestro máximo esfuerzo en eso estamos trabajando, pero no es suficiente si no contamos con tu apoyo”.</p>	<p>Se identifica la presencia de la “Anáfora” que es un recurso para potenciar el discurso comunicacional, la palabra que se repite 2 veces “agradezco”.</p>
--	--	--	--	--	---	--

						(3) ¡Respetar! las disposiciones que hemos dado, el distanciamiento social, sal lo menos que puedas de tu vivienda solamente en caso estrictamente necesario.	
			Ritmo	x		-Que se nos conozca no solamente como “somos” por fuera, sino como “somos” por dentro y de que “somos” capaces para poder enfrentar.	Generalmente tiene ritmo el discurso presidencial, que es la presencia de la fluidez verbal. También se identifica la presencia de la “Anáfora” que es un recurso para potenciar el discurso comunicacional. Se identifica la repetición de palabras como “somos”.
			Expresividad	x		Seriedad y preocupación en el rostro.	La expresividad del rostro, la mirada del presidente denota seriedad, un poco de preocupación, su discurso tiene coherencia. Podría interpretarse que el presidente mantiene la seriedad

						para dar peso y valor al discurso, en la que sustenta la gravedad del contagio y la ayuda que dará a la población.
			Uso de pausas	x		Utiliza pausas entre cada conjunto de palabras. Las pausas utilizadas lo ayudan a controlar la respiración, como a potenciar la voz, esto favorece a que el discurso pueda crear una mejor conexión.
			Entonación	x		Entonación adecuada. La adecuada entonación que da a las palabras de acuerdo a los datos relevantes que va dictando en el discurso, hace que se logre discernir cuando informa, educa, hace llamado de atención a los irresponsables y persuade a la población para sumarse a esta lucha para evitar el contagio de esta enfermedad.
			Interpretación	x		Utiliza palabras de uso común y fácil de comprender. Interpreta la realidad problemática. Interpreta adecuadamente el mensaje, por lo que va dirigido a los diversos estratos sociales a nivel nacional con el fin de lograr el entendimiento.
			Volumen	x		Utiliza un volumen El volumen como forma

						<p>óptimo como recurso.</p> <p>expresiva de la voz, tiene variaciones, con fuerza e intensidad en el sonido que esto contribuye a que exista claridad en las palabras.</p>
		No verbal	Postura	x		<p>Sentado sobre una silla, con hombros alineados, cabeza derecha con espalda erguida y por momentos inclinado hacia delante, sus brazos reposan sobre la mesa, los levanta, los mueve en forma circular, junta las manos por momentos.</p> <p>Muestra seguridad corporal y va acorde con el discurso.</p>
			Movimiento	x		<p>Movimientos rítmicos de cabeza, hombros y brazos.</p> <p>Sus movimientos son adecuados, el lenguaje corporal expresa calma, no presenta nerviosismo, en cada enunciado mueve las manos como forma de expresión.</p>
			Gestos	x		<p>Movimiento de sus brazos y manos</p> <p>Los gestos en su expresión corporal denotan un grado de</p>

						con las palmas abiertas y de mirada fija a la cámara frontal (la población).	franqueza en el discurso.
			Expresiones faciales	x		Seriedad, con un poco de preocupación.	Existe coherencia en las expresiones faciales con lo que dice.
			Contacto visual	x		Existe el contacto visual con la cámara frontal (con la ciudadanía).	Existe conexión visual entre el presidente y la población.
			Aspecto	x		Aspecto físico alineado.	De aspecto o apariencia física alineado acorde a las circunstancias.
			Vestimenta	x		Ropa casual, camisa de color blanco manga larga, Bordado en el bolsillo izquierdo del pecho de la camisa con Slogan de gobierno "El Perú primero".	Vestimenta acorde para el trabajo de campo, por el mismo ejercicio que desempeña cada día desde el inicio del estado de emergencia.
	Funciones	Informar			x		

	de la Comunicación	Educar		x		<p>Si sales respeta el distanciamiento social cuando salgas en el banco, en el mercado, en la tienda respeta el metro de distancia.</p> <p>Así tenemos que hacerlo todos y lavarnos las manos y si estornudamos o tosemos hacerlo con la protección adecuada para no expandir en caso, seamos infectado el virus, ósea todos tenemos que colaborar, es el trabajo de todos</p>	Con la nueva normalidad ante el estado de emergencia, el discurso nos educa que respetemos las nuevas normas de convivencia en los lugares de mayor contagio.
		Entretener			x		
		Persuadir		x		<p>Tenemos que cambiar “antes no éramos así, antes nosotros nos gustaba estar cerca con los amigos, con</p>	Persuade a la población por medio del sentimentalismo, del amor que demostramos a nuestras familias para que acatemos al distanciamiento social.

						la familia, abrazarlos, ahora porque te quiero abrazar más adelante, me distancio ahora”	
		Actuar		X			

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N° 6 (1:11:54)

Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES	IDENTIFICACIÓN		DESCRIPCIÓN	INTERPRETACIÓN
				SI	NO		
Análisis del Discurso Comunicacional	Contexto	Político			x		
		Económico			x		
		Social		x		-Como gobierno no vamos a escatimar ningún esfuerzo para poder enfrentar las consecuencias actuales y futuras de esta enfermedad.	En el minuto 6 muestra una vez más su apoyo ante la situación que atraviesa nuestro País, mostrando una imagen de protector y confianza para que la población tenga la seguridad que se está trabajando para disminuir las consecuencias causadas por la pandemia mundial.
		Cultural			x		

	Lenguaje	Verbal	Tono	x	<p>1.Tono de voz grave o de frecuencia menor: Respeto el distanciamiento social cuando/ tenemos que/ y así tenemos que hacerlo todos/ y si estornudamos o tosemos/ para no expandir en caso, seamos infectado el virus, o sea TODOS TENEMOS QUE COLABORAR/ y si juntos trabajamos tengan la seguridad que no solamente vamos a lograr que gradualmente evitemos la propagación acelerada del virus y que después vamos a revertir</p> <p>2.Tono de voz aguda o de</p>	<p>El tono de voz utilizado en su mayoría de tiempo es grave, y por momentos se presencia un tono agudo, generando así matices.</p>

						<p>frecuencia mayor o intensidad alta: y si sales/ salgas en el banco, en el mercado, en la tienda respeta el metro de distancia (solidario)/ cambiar “antes no éramos así, antes nosotros nos gustaba estar cerca con los amigos, con la familia, abrazarlos, ahora porque te quiero abrazar más adelante, me distancio ahora” / lavarnos las manos hacerlo con la protección adecuada/ todos tenemos que colaborar, es el trabajo de todos</p>	
			Dicción		x	(1) “Si sales respeta el distanciamiento	En el sexto minuto, presenta buena dicción, de pronunciación entendible, articula bien las

					<p>social cuando salgas en el banco, en el mercado, en la tienda respeta el metro de distancia”.</p> <p>(2) Tenemos que cambiar “Antes no éramos así, antes nosotros, nos gustaba estar cerca con los amigos, con la familia, abrazarlos, ahora porque te quiero abrazar más adelante, me distancio ahora”.</p> <p>(3) Así tenemos que hacerlo todos y lavarnos las manos y si estornudamos “ooo” tosemos hacerlo con la protección adecuada para no expandir en caso, seamos infectados por el virus, o sea</p>	<p>palabras, con adecuada entonación y ritmo al cerrar cada idea.</p> <p>Tiene dos muletillas como “ooo”, “ehhh” durante el discurso.</p>
--	--	--	--	--	--	---

					<p>todos tenemos que colaborar, es el trabajo de todos.</p> <p>(4) Si juntos trabajamos, tengan la seguridad que no solamente vamos a lograr, que gradualmente evitemos la propagación ehhh acelerada del virus y que después vamos a revertir.</p> <p>*Presenta muletillas:</p> <p>-Si estornudamos “ooo” tosemos.</p> <p>- La propagación “ehhh” acelerada del virus.</p>	
			Ritmo	x	<p>-”Así tenemos que hacerlo “todos” y lavarnos las manos y si estornudamos</p>	<p>Generalmente tiene ritmo el discurso presidencial, que es la presencia de la fluidez verbal.</p>

						ooo tosemos hacerlo con la protección adecuada para no expandir en caso, seamos infectado el virus, o sea "todos" tenemos que colaborar, es el trabajo de "todos".	También se identifica la presencia de la "Anáfora" que es un recurso para potenciar el discurso comunicacional. Se identifica la repetición de palabras como "todos".
			Expresividad	x		Seriedad y preocupación en el rostro.	La expresividad del rostro, la mirada del presidente denota seriedad, un poco de preocupación, su discurso tiene coherencia. Podría interpretarse que el presidente mantiene la seriedad para dar peso y valor al discurso, en la que sustenta la gravedad del contagio y la ayuda que dará a la población.
			Uso de pausas	x		Utiliza pausas entre cada conjunto de palabras.	Las pausas utilizadas lo ayudan a controlar la respiración, como a potenciar la voz, esto favorece a que el discurso pueda crear una mejor conexión.
			Entonación	x		Entonación	La adecuada entonación que da

						adecuada.	a las palabras de acuerdo a los datos relevantes que va dictando en el discurso, hace que se logre discernir cuando informa, educa, hace llamado de atención a los irresponsables y persuade a la población para sumarse a esta lucha para evitar el contagio de esta enfermedad.
			Interpretación	x		Utiliza palabras de uso común y fácil de comprender.	Interpreta la realidad problemática. Interpreta adecuadamente el mensaje, por lo que va dirigido a los diversos estratos sociales a nivel nacional con el fin de lograr el entendimiento.
			Volumen	x		Utiliza un volumen óptimo como recurso.	El volumen como forma expresiva de la voz, tiene variaciones, con fuerza e intensidad en el sonido que esto contribuye a que exista claridad en las palabras.
		No verbal	Postura	x		Sentado sobre una silla, con hombros alineados, cabeza derecha con espalda erguida y	Muestra seguridad corporal y va acorde con el discurso.

						por momentos inclinado hacia delante, sus brazos reposan sobre la mesa, los levanta, los mueve en forma circular, junta las manos por momentos.	
			Movimiento	x		Movimientos rítmicos de cabeza, hombros y brazos.	Sus movimientos son adecuados, el lenguaje corporal expresa calma, no presenta nerviosismo, en cada enunciado mueve las manos como forma de expresión.
			Gestos	x		Movimiento de sus brazos y manos con las palmas abiertas y de mirada fija a la cámara frontal (la población).	Los gestos en su expresión corporal denotan un grado de franqueza en el discurso.
			Expresiones faciales	x		Seriedad, con un poco de preocupación.	Existe coherencia en las expresiones faciales con lo que dice.

			Contacto visual	x		Existe el contacto visual con la cámara frontal (con la ciudadanía).	Existe conexión visual entre el presidente y la población.
			Aspecto	x		Aspecto físico alineado.	De aspecto o apariencia física alineado acorde a las circunstancias.
			Vestimenta	x		Ropa casual, camisa de color blanco manga larga, Bordado en el bolsillo izquierdo del pecho de la camisa con Slogan de gobierno “El Perú primero”.	Vestimenta acorde para el trabajo de campo, por el mismo ejercicio que desempeña cada día desde el inicio del estado de emergencia.
	Funciones de la Comunicación	Informar			x		
		Educar			x	(1) “Si sales respeta el distanciamiento social cuando salgas en el banco, en el mercado, en la tienda respeta el metro de distancia”.	
		Entretener			x		

		Persuadir		x		<ul style="list-style-type: none"> - Todos tenemos que colaborar es el trabajo de todos. - Juntos trabajamos tengan la seguridad que no solamente vamos a lograr que gradualmente evitemos la propagación acelerada del virus. 	Persuade a la población invitando a colaborar con las diferentes normas sanitarias mediante la acción- reacción dando responsabilidad a cada uno por su propia vida y por la de su familia para que el virus no se propague de manera acelerada.
		Actuar			x		

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N° 7 (1:12:54)

Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES	IDENTIFICACIÓN		DESCRIPCIÓN	INTERPRETACIÓN
				SI	NO		
Análisis del Discurso Comunicacional	Contexto	Político			x		
		Económico			x		
		Social		x		- Decisiones que permitan atender las necesidades del país. - En beneficio de todos los peruanos y peruanas de nuestro país.	Finaliza recalando que se está trabajando por las necesidades que la pandemia está causando, dando a entender que el gobierno está trabajando por las carencias que la sociedad está atravesando día a día, priorizando a las necesidades del País y a los más necesitados.
		Cultural			x		

	Lenguaje	Verbal	Tono	x	<p>1.Tono de voz grave o de frecuencia menor: y así como tenemos que ser conscientes de. que tenemos que hacer ahora para enfrentarlo, ponernos de/ es por eso la responsabilidad y las decisiones, en el corto/ mediano y largo plazo y con responsabilidad estamos tomando las decisiones y estoy seguro que todos nos van ayudar en esta etapa, en tu casa/ para que los resultados sean los que todos esperamos en beneficio de todos los peruanos y peruanas de nuestro país,</p>	<p>El tono de voz utilizado en su mayoría de tiempo es grave, y por momentos se presencia un tono agudo, generando así matices.</p>

						<p>muchas gracias.</p> <p>2.Tono de voz aguda o de frecuencia mayor o intensidad alta: todo el esfuerzo/ ya nosotros tenemos la responsabilidad como autoridades/ acá a 15 días, de acá a un mes de acá 3 meses/ decisiones que permitan, atender las necesidades del país/ empezamos a partir de mañana el segundo periodo del estado de emergencia cuento con tu apoyo/ donde estés</p>	
			Dicción		x	<p>(1) Nosotros tenemos la responsabilidad como autoridades ponernos de acá a</p>	<p>En el séptimo minuto, presenta buena dicción, de pronunciación entendible, articula bien las palabras, con adecuada entonación y ritmo al cerrar</p>

					<p>15 días, de acá a 1 mes, de acá 3 meses y es por eso la responsabilidad de las decisiones, decisiones que permitan, atender las necesidades del país en el corto, mediano y largo plazo.</p> <p>(2) Con responsabilidad estamos tomando las decisiones y estoy seguro que todos nos van ayudar en esta etapa, empezamos a partir de mañana el "2do periodo del estado de emergencia".</p> <p>*En el siguiente párrafo a modo de inclusión de género, para no generalizar en masculino,</p>	<p>cada idea.</p>
--	--	--	--	--	---	-------------------

						<p>menciona “peruanos y peruanas”:</p> <p>(3) Cuento con tu apoyo, en tu casa, donde estés, para que los resultados sean los que todos esperamos en beneficio de todos los “peruanos y peruanas” de nuestro país, muchas gracias.</p>	
			Ritmo	x		<p>-” Acá a 15 días, de acá a un mes de acá 3 meses”.</p>	<p>Generalmente tiene ritmo el discurso presidencial, que es la presencia de la fluidez verbal.</p> <p>También se identifica la presencia de la “Anáfora” que es un recurso para potenciar el discurso comunicacional. Se identifica la repetición de palabras como “acá”.</p>

			Expresividad	x		<p>Seriedad y preocupación en el rostro.</p> <p>La expresividad del rostro, la mirada del presidente denota seriedad, un poco de preocupación, su discurso tiene coherencia.</p> <p>Podría interpretarse que el presidente mantiene la seriedad para dar peso y valor al discurso, en la que sustenta la gravedad del contagio y la ayuda que dará a la población.</p>
			Uso de pausas	x		<p>Utiliza pausas entre cada conjunto de palabras.</p> <p>Las pausas utilizadas lo ayudan a controlar la respiración, como a potenciar la voz, esto favorece a que el discurso pueda crear una mejor conexión.</p>
			Entonación	x		<p>Entonación adecuada.</p> <p>La adecuada entonación que da a las palabras, hace que se logre discernir cuando informa, educa, hace llamado de atención a los irresponsables y persuade a la población para sumarse a esta lucha para evitar el contagio de esta</p>

						enfermedad.	
			Interpretación	x		Utiliza palabras de uso común y fácil de comprender.	Interpreta la realidad problemática. Interpreta adecuadamente el mensaje, por lo que va dirigido a los diversos estratos sociales a nivel nacional con el fin de lograr el entendimiento.
			Volumen	x		Utiliza un volumen óptimo como recurso.	El volumen como forma expresiva de la voz, tiene variaciones, con fuerza e intensidad en el sonido que esto contribuye a que exista claridad en las palabras.
		No verbal	Postura	x		Se encuentra sentado, con hombros alineados, cabeza derecha con espalda erguida y por momentos inclinado hacia delante, sus brazos reposan sobre la mesa, los levanta, los mueve en forma circular, junta las manos por	Muestra seguridad corporal y va acorde con el discurso.

					momentos.	
			Movimiento	x		Movimientos rítmicos de cabeza, hombros y brazos. Sus movimientos son adecuados, el lenguaje corporal expresa calma, no presenta nerviosismo, en cada enunciado mueve las manos como forma de expresión.
			Gestos	x		Movimiento de sus brazos y manos con las palmas abiertas y de mirada fija a la cámara frontal (la población). Los gestos en su expresión corporal denotan un grado de franqueza en el discurso.
			Expresiones faciales	x		Seriedad, con un poco de preocupación. Existe coherencia en las expresiones faciales con lo que dice.
			Contacto visual	x		Existe el contacto visual con la cámara frontal (con la ciudadanía). Existe conexión visual entre el presidente y la población.
			Aspecto	x		Aspecto físico alineado. De aspecto o apariencia física alineado acorde a las

						circunstancias.	
			Vestimenta	x		Ropa casual, camisa de color blanco manga larga, Bordado en el bolsillo izquierdo del pecho de la camisa con Slogan de gobierno "El Perú primero". Vestimenta acorde para el trabajo de campo, por el mismo ejercicio que desempeña cada día desde el inicio del estado de emergencia.	
	Funciones de la Comunicación	Informar		x		Ser conscientes de todo el esfuerzo que tenemos que hacer ahora para enfrentarlo. Informa los diversos mecanismos que se están realizando para enfrentar la Pandemia.	
		Educar			x		
		Entretener				x	
		Persuadir		x			Cuento con tu apoyo en tu casa donde estés para que los resultados sean los que todos esperamos. Persuade mediante el compromiso para que puedan quedarse en casa durante el estado de emergencia, involucrando a la sociedad con la palabra "cuento con tu apoyo".
		Actuar				x	

En la presente investigación de acuerdo a nuestro problema general ¿Cómo se presenta el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19? Lima. 2020?, se presentan por contexto, lenguaje y las funciones de la comunicación, estos son aspectos que ayudan a que el discurso comunicacional cumpla con la función que se requiera. Por tal razón con base en nuestras fichas de observación podemos decir que el discurso comunicacional se presenta apropiadamente, sin embargo, el que toma mayor relevancia es el uso del lenguaje dado que existe coherencia y refuerza el mensaje del discurso, asimismo, Bolívar dice (...) en la investigación de textos, se acompañan de un método basado en el lenguaje y la práctica semántica para lograr un método más justo de interpretación, análisis y comprensión de la información. (2007, p.13). Entonces todo discurso verbal (oral) será transcrito para su análisis y poder tener una respuesta a las interrogantes si cumple o no con el discurso comunicacional.

En el contexto y las funciones de la comunicación tuvieron una presencia no tan relevante como el uso del lenguaje, sin embargo, fue necesario situar el contexto dentro del discurso comunicacional, por tal razón responderemos defendiendo con nuestra base teórica que es la “Teoría del Discurso” según Howarth y Stavrakakis expresa que todos los objetos son objetos del discurso, puesto que su significado depende de un sistema de reglas y diferencias significativas construido socialmente (2000). En consecuencia, el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra se construyó en función de los problemas sociales y culturales que atravesaba el país a causa del COVID-19.

Asimismo, en los problemas específicos ¿Cómo se presenta el contexto como recurso en el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19? Lima. 2020? En el contexto tenemos al político, económico, social y cultural basándose en nuestras 7 fichas de observación tiene mayor relevancia los contextos social y cultural porque se destaca el compromiso con el problema, visto que constantemente recalca que no va a desamparar a la población en el estado de emergencia por la situación difícil que atraviesa el país a causa del COVID-19 asimismo enfatiza los

defectos que tenemos como sociedad y que ante esta situación no podemos ser mezquinos en seguir actuando erradamente. Resalta mucho la igualdad en los ejemplos, especialmente con las jerarquías causadas por la misma sociedad, los diferentes estratos sociales que hacen que la población tenga conflictos. Asimismo, Mitjans dice que los elementos sociales son constitutivos de influencia que ocurren con frecuencia en toda la sociedad debido a las actividades de las relaciones humanas (1994, p. 146). La tesis de Contreras “Análisis del Discurso Político en Chihuahua a través de los Medios de Comunicación” (2015) desliza una respuesta que el discurso no logra estos fines si no apela a la identidad de quienes lo reciben y al contexto en donde los individuos entienden su realidad. Una vez que el discurso parte de un contexto, su poder también radicará en una contribución justa de este en cuanto a la información que la audiencia necesita escuchar; que esta sea verdadera, que sólo toque los aspectos relevantes de la realidad y que su claridad y transparencia eviten cualquier ambigüedad o confusión.

Según el segundo problema específico ¿Cómo se presenta el lenguaje en el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19? Lima. 2020? El lenguaje verbal utiliza un tono de voz grave en la mayoría del tiempo y por momentos se presencia un tono agudo, generando así matices, asimismo tiene una buena dicción, se entiende claramente cada palabra pronunciada. No es monótono el discurso. Aunque se pueda ver en el video, que no necesita abrir completamente la boca, pero articular bien las palabras, se percibe que da la potencia, volumen, entonación adecuada al cerrar cada idea, da el tiempo y pausa necesaria para continuar con su mensaje. Por lo tanto, Bolívar dice que los estudios del discurso, van acompañados de un método basado en el lenguaje y la práctica semántica para lograr un método más justo de interpretación, análisis y comprensión de la información (2007, p.13).

La tesis de Tapia “El discurso presidencial estadounidense en Oriente Medio: Cambios y continuidades en George Bush y Barack Obama” (2015) desliza una respuesta por la forma del lenguaje ya que el discurso presidencial, un relato se vuelve predominante si el que lo pronuncia, si el que lo crea, posee poder; si el

discurso lo construye el presidente del país más poderoso, todavía, de la tierra, con mayor razón. Pudimos comprobar el poder del discurso también en política exterior; se ha transformado en un elemento no sólo para comunicar y convencer, sino también para la creación de una imagen, o cambio de percepción. Algunos filósofos decían que las palabras vienen antes que los conceptos, y que las ideas son las que mueven al mundo: en este sentido, el discurso presidencial juega un papel clave en la gestación de este cambio o simplemente en la permanencia de una idea.

Finalmente, en el tercer problema específico ¿Cómo se presentan las funciones de la comunicación como recurso en el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19? Lima. 2020?

En gran parte del discurso comunicacional utiliza la función de educar ante la nueva normalidad desde que se inició la crisis del COVID-19. En el estado de emergencia el mandatario añadió junto a su gabinete las nuevas medidas sanitarias a partir de la pandemia como el distanciamiento social, el lavado de manos, el uso de la mascarilla y protector facial. Además, informa sobre las diferentes actividades dentro de la agenda para la ayuda económica por parte de la CTS, el AFP y del tesoro público, asimismo los resultados durante los 15 primeros días del estado de emergencia. De tal manera Gaona dice que es necesario transmitir información racional, estructurada y bien determinada, y para determinar el propósito es estar siempre al tanto de las metas de los objetivos que queremos alcanzar. Para el receptor, deben ser abiertos y claros La interacción, la clasificación de propósito general de la comunicación de las personas, son: Entretener, Informar, Persuadir, Actuar (2005, p. 106).

En la función actuar respalda como mandatario que no va a desamparar a la población y asumirá las consecuencias actuales y futuras de la pandemia. Finalmente persuade a la población invitando a colaborar con responsabilidad las medidas de precaución que se están tomando para que el virus no se propague de manera acelerada involucrando a la sociedad con la palabra “cuento con tu apoyo”. Sin embargo, la función entretener dentro del discurso comunicacional no se presenta.

V. CONCLUSIONES

1.- Después de haber observado y analizado el discurso comunicacional se logra llegar a conclusión general que sí cumplió el discurso comunicacional en el contexto, porque sitúa dentro del discurso los problemas socioculturales que vivió la población en el estado de emergencia. Por el lado del lenguaje verbal, cumplió con el acto comunicativo del uso de las palabras, en el lenguaje no verbal, se presencia la coherencia entre el vocablo y la expresión de su cuerpo. Como tercera y última subcategoría están las funciones de la comunicación, estas cumplieron con el objetivo de reforzar el mensaje. Es así que se evidencia la comprobación del supuesto general en la que se muestra la construcción del discurso, sobre todo que está situado en el contexto que vivimos este año 2020. El discurso tiene mucha presencia en el ámbito social y cultural; también cumple ciertos parámetros con el uso del lenguaje verbal como el buen tono, dicción, ritmo, expresividad, uso de pausas, entonación, interpretación, volumen y por la parte del lenguaje no verbal se suma ciertos parámetros como la postura, movimiento, gestos, expresiones faciales, contacto visual, aspecto, vestimenta. Además, se refuerza con las funciones de la comunicación al informar, educar, persuadir y actuar.

2.- Se observó que el contexto dentro del discurso comunicacional cumplió en lo sociocultural, pero no hay presencia del contexto económico y político debido que hace énfasis en los problemas que enfrentó por la pandemia del COVID-19, como los defectos que siempre tuvimos como sociedad, como el egoísmo, la falta de empatía y valores hacia las personas más vulnerables con ejemplos y analogías. Es así que se evidencia que no se comprobó el primer supuesto específico planteado, que el presidente hace énfasis en las diferentes soluciones que ayudarán al ámbito económico en el país que por la pandemia ha sufrido una caída, sin embargo, si comprobamos que el mandatario resalta las diferentes normativas de una nueva manera de convivir para que se utilice como prevención contra la pandemia, en el contexto cultural exhorta al cambio por la manera como estamos conviviendo y los riesgos que se toman al no cumplir con lo que está imponiendo el gobierno contra la lucha de la pandemia.

3.- El uso del lenguaje tiene mayor énfasis dentro del discurso, puesto que, por el lado verbal, se pudo observar que, con las herramientas como la dicción, tono, ritmo, expresividad, uso de pausas, entonación, interpretación, volumen en conjunto forman la armonía necesaria para el eficaz entendimiento del discurso comunicacional. Por otro lado, el lenguaje no verbal junto a sus herramientas como la postura, movimiento, gestos, expresiones faciales, contacto visual, aspecto y vestimenta crean un conjunto idóneo que facilita con el uso de las palabras conecten con el mensaje del discurso comunicacional que se requiere de acuerdo al objetivo de este. Así se evidencia la comprobación del segundo supuesto específico planteado de que cumplen con el lenguaje verbal y no verbal, debido a que explica con serenidad de tal manera que es efectiva y hay un manejo de la misma para formular las oraciones que cumplen con el objetivo, asimismo los gestos, expresiones, movimientos corporales resaltan en el transcurso del discurso.

4.- Se identifica que en el transcurso del discurso comunicacional hace uso de las funciones de la comunicación en la que informa sobre el trabajo que está haciendo el gobierno para atender las necesidades de la ciudadanía, como por ejemplo cuando dice “Hemos hecho un gran esfuerzo para recursos del tesoro público atender a través del ministerio desarrollo inclusión social, a través del ministerio de trabajo, a través del municipio los 1,874 municipios de todo el país”. En esta parte informa “Hemos tomado medidas para que puedan utilizarse cts para que puedan también ahora disponer de parte de los aportes que están en las AFP”. En otra parte del discurso informa y hace mención que, “Después de 15 días podemos decir que los resultados son satisfactorios” , “respeta las disposiciones que hemos dado el distanciamiento social”.

La segunda función que cumple es de educar a la población, cuando se toca temas como el tomar conciencia sobre la importancia de acatar las disposiciones dadas por el gobierno para evitar el contagio del virus, aquí una clara referencia “Nos hace ver que a veces las cosas más simples son las que requerimos para vivir estamos tomando conciencia de la importancia de estos valores fundamentales sal lo menos que puedas de tu vivienda solamente en caso

estrictamente necesario” , en la siguiente enunciado educa, enseña de cómo debemos desenvolvemos físicamente cuando frecuentamos lugares públicos “Si sales respete el distanciamiento social cuando salgas en el banco , en el mercado, en la tienda respeta el metro de distancia”. Finalmente nos vuelve a educar con este mensaje “Lavarnos las manos y si estornudamos o tosemos hacerlo con la protección adecuada”.

En esta tercera función el presidente actúa, porque desde que inició el estado de emergencia, el mandatario asumió la responsabilidad de enfrentar la lucha contra la pandemia del coronavirus (COVID-19), es por ello que el accionar que realiza, lo menciona en su discurso “Como gobierno no vamos a escatimar ningún esfuerzo para poder enfrentar las consecuencias actuales y futuras de esta enfermedad, tenemos la responsabilidad como autoridades (...)”.

En la cuarta función de la comunicación se logra reconocer que apela al uso de la persuasión, por lo que utiliza frases que podrían cumplir con sensibilizar a parte de la población “Tenemos que dar nuestro máximo esfuerzo en eso estamos trabajando pero no es suficiente si no contamos con tu apoyo, porque te quiero abrazar más adelante, me distancio ahora”. en otra parte del mensaje pide compromiso “Todos tenemos que colaborar, es el trabajo de todos”, “Juntos trabajamos, tengan la seguridad que no solamente vamos a lograr que gradualmente evitemos la propagación acelerada del virus, ser conscientes de todo el esfuerzo que tenemos que hacer ahora para enfrentarlo, cuento con tu apoyo, en tu casa donde estés para que los resultados sean los que todos esperamos”.

Sin embargo, no presenta en el discurso comunicacional la función de entretener.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda para diferentes instituciones en el estudio, es necesario seguir investigando sobre los discursos comunicacionales en conferencia de prensa, emitidos en los canales de televisión, porque da la posibilidad de realizar investigaciones futuras con el método cuantitativo haciéndola más compleja.

Será de gran utilidad, como matriz y base de un marco teórico sobre el discurso comunicacional como herramienta de información, que debería ampliarse en posteriores investigaciones, por lo que algunos contenidos no son señalados, esto da opción a incluirse con el fin de hacer el aprendizaje más enriquecedor.

Por otra parte, aumentar con entrevistas a expertos en la materia que pueden llevar a cabo, para ayudar en la contribución al desarrollo del discurso. Asimismo, se recomienda explorar otros tipos de medios de comunicación, de los cuales pueden ser las plataformas digitales como: YouTube, Facebook o Instagram.

Finalmente, se recomienda el uso del discurso comunicacional, de ser bien estructurado, podrá cumplir con distintos roles como un medio de información y al mismo tiempo de persuasión que muchas veces es el fin, que puede jugar un papel importante en la sociedad según en el contexto en el que se sitúe.

REFERENCIAS

Aguirre, H. (2017). *El discurso mediático peruano en épocas de conflicto social: Análisis del discurso de los noticieros ATV y TV Perú durante los conflictos mineros Conga, Tía María y las Bambas*. (Tesis de licenciado). Recuperado de:

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9190/SANTOS_VALDERRAMA_EL_DISCURSO_MEDIATICO_PERUANO_EN_EPOCAS_DE_CONFLICTO_SOCIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Alericar, A. (2005). *Manual de Oratoria*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=Nq1OuzLdSvcC&pg=PA105&dq=movimiento+corporal+en+el+orador&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjx1uySyvbrAhWfILkGHfiBCnkQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q&f=false>

Alsina, R. (2001). *Teorías de la Comunicación*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=Oep6DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=teorias+de+la+comunicacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiYqL2n47npAhVmhuA>

Báez, C. *La Comunicación Efectiva*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=dKetaOluV_sC&pg=PA80&dq=teoria+de+dos+pasos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjFIOOqp8zpAhUCT98KHZ8SDgUQ6AEIQDAD#v=onepage&q=teoria%20de%20dos%20pasos&f=false

Bandura, A. (2002). *Social cognitive theory in the cultural context. Applied psychology*. Recovered from: <https://iaap-journals.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/1464-0597.00092>

Bernárdez, E. (1982). *Introducción a la lingüística del texto*, Madrid: Espasa-Calpe. Recuperado de: <http://fuam.es/wp-content/uploads/2012/10/INTRODUCCION.-La-Comunicacion>

Bolívar A. (2007). *Análisis del discurso ¿Por qué y para qué?* Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=V6Y3Fppu5WEC&printsec=frontcover&dq=ANALISIS+DEL+DISCURSO&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwitiKbvtMHPAhWPIOAKHVAmBhsQ6AEIJzAA#v=onepage&q=ANALISIS%20DEL%20DISCURSO&f=false>

Buttny, R. (1998). *Putting Previous Talk in Context: Informed Speech and the Informational Context*, *Research on Language and Social Interaction*. Recovered from: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327973rlsi3101_3

Capdevilla, A. (2004). *El discurso Persuasivo*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=ehDey9SiacQC&pg=PA19&dq=persuasi%C3%B3n+en+discurso&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwin6-LIi8TpAhVOTd8KHRW0B7MQ6AEIOjAC#v=onepage&q=persuasi%C3%B3n%20en%20discurso&f=false>

Casanellas, A. (2010). *La Dinámica Del Lenguaje Radio periodístico: Manual de la Imagen Sonora*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=jlvDTsqg7rIC&pg=PA54&dq=La+diccion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiK49rO64DqAhWLHrkGHRCyBRIQ6AEIQDAE#v=onepage&q&f=false>

Ceberio, M. (2009). *Cuerpo, Espacio y Movimiento en Psicoterapia*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=KonEENL1bowC&pg=PA52&dq=lenguaje+verbal&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiovdeD4oDqAhVAILkGHXhDFw4HhDoAQhYMA#v=onepage&q=lenguaje%20verbal&f=false>

Contreras, C. (2015). *Análisis del Discurso Político en Chihuahua a Través de los Medios de Comunicación*. (Tesis de doctorado). Recuperado de:

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/31026/tesis%20doctoral%20claudia%20%20patricia%20contreras%20%201%20de%20junio%202015%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Definición MX. (20 de 10 de 2014). *Dicción*. Ciudad de México. Recuperado de: <https://definicion.mx/diccion/>.

Enz, A. (2012). *Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa*. Recuperado de:

http://antezanacc.com/docs/Manual_de_comunicacion_para_organizaciones_sociales.pdf

Escandell, M. (2006). *Introducción a la pragmática*. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=p33Kdy_MnYC&printsec=frontcover&dq=teoria+pragmatica&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj5sOKxqbrpAhXwUd8KHajkBPgQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false

Esteva R. (2003). *Espacio y tiempo ante el derecho*. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=qtakz82psGUC&pg=PA5&dq=que+es+un+lugar+como+espacio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjHrf36uPHpAhU9IbkgGHfJSDhYQ6AEILjAB#v=onepage&q=que%20es%20un%20lugar%20como%20espacio&f=false>

Font Rotchés, D., & Cantero Serena, F. J. (2008). *La melodía del habla: acento, ritmo y entonación*. Eufonía. Didáctica de la música, 2008, núm. 43, p. 19-39.

Gaona, L. (2005). *Comunicación Oral*. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=KZAASf370B8C&pg=PP94&dq=funcion+entretener+en+la+comunicacion&hl=es->

[419&sa=X&ved=0ahUKEwj60ci7qI3qAhUqIbkgGHTpSDAQQ6AEIZDAH#v=onepage&q=función%20entretener%20en%20la%20comunicacion&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=68FwNILSEqYC&pg=PA103&dq=CONTEXTTO+POLITICO+EN+LA+COMUNICACION&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj60ci7qI3qAhUqIbkgGHTpSDAQQ6AEIZDAH#v=onepage&q=función%20entretener%20en%20la%20comunicacion&f=false)

García, J. G. (2014). *El contexto cultural y la resolución de problemas: vistos desde el salón de clases de una comunidad Nuu Savi*. Revista Latinoamericana de Etnomatemática, 7(1), 50-73.

García S. I., Pérez, O. R. y Calvo, L. Á. (2013). *Expresión corporal. Una práctica de intervención que permite encontrar un lenguaje propio mediante el estudio y la profundización del empleo del cuerpo*. RETOS Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación, (23), 19-22. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3457/345732289004>

Garner, A. E. & Acklen, L. M. (1980). *Non Verbal Communication: What, Why, and How*, *Middle School Journal*, 11:2, 6-7. Recovered from: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00940771.1980.11495529>

González, R., & Gómez, A. (2008). *Contexto social, biológico, psicológico, económico y cultural en personas con heridas en miembros inferiores*. Avances en Enfermería, 26(1), 75-84. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/avenferm/article/view/12887/13645>

Guevara, M. (2009). *Información política y opinión pública en la prensa*. <https://books.google.com.pe/books?id=68FwNILSEqYC&pg=PA103&dq=CONTEXTTO+POLITICO+EN+LA+COMUNICACION&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiJ3bmKnYDqAhVfHbkGHZulAX8Q6AEIQzAD#v=onepage&q=CONTEXTTO%20POLITICO%20EN%20LA%20COMUNICACION&f=false>

Herrero, J. (2006). *Teorías de pragmáticas, de lingüística textual y de análisis del discurso*. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=z6kYZSz1q4AC&pg=PA51&dq=teoria+pragmatica&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiU88uHmbrpAhXDVt8KHUIbDcsQ6AEINzAC#v=onepage&q=teoria%20pragmatica&f=false>

Hoeberichts, A., López, M. (2000). *Comunicación y radio para el desarrollo local*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=gGnhFQa6aDQC&pg=PA37&dq=funcion+educar+en+la+comunicacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwipnajXko3qAhWYLLkGHbxRATYQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false>

Íñiguez, L. (2014). *Análisis del discurso*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=ejlPAAQBAJ&pg=PT52&dq=teoria+del+analisis+del+discurso&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiikoOwirrpAhUhmeAKHUrWBewQ6AEIazAJ#v=onepage&q=teoria%20del%20analisis%20del%20discurso&f=false>

Lara, M., & Esgueva, M. (2017). *La cara, espejo del alma. Ilustrando emociones*. In Glocal [codificar, mediar, transformar, vivir] III Congreso Internacional de Investigación en Artes Visuales (pp. 377-387). Editorial Universitat Politècnica de Valencia.

León, A. (2007). Qué es la educación. *Educere*, 1(1), 595-604. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/356/35603903.pdf>

Lozano, J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=3RX6zepLH7sC&pg=PA27&dq=TEORIA+DE+DOS+PASOS&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwic1uLL88vpAhXhdN8KHU1pA_MQ6AEIJzAA#v=onepage&q=TEORIA%20DE%20DOS%20PASOS&f=false

Maqueda, J. (2003). *Protocolo Empresarial, una estrategia de marketing*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=12wSf52kBecC&pg=PA141&dq=el+aspecto+de+un+orador&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjVkY_LyfPrAhWIsIkKHVYVBQ4Q6AEwAXoECAQQAQ#v=onepage&q=el%20aspecto%20de%20un%20orador&f=false

- Mitjás, A. (1994). *Contexto social, psicología y educación*. *Revista Cubana de Psicología*, 11(2-3), 145-151.
- Morán, M. (2015). *El Discurso presidencial estadounidense en Oriente Medio: Cambios y continuidades en George Bush y Barack Obama*. (Tesis de maestría). Recuperado de:
<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/136760/El-discurso-presidencial-estadounidense-Moran-Tapia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Navarro, E. C. (2013). *El lenguaje no verbal: un proceso cognitivo superior indispensable para el ser humano*. *Revista comunicación*, 20(1), (2011), 46-51. Recuperado de:
<https://revistas.tec.ac.cr/index.php/comunicacion/article/view/823/737>
- Olvera, L. A., Fortoul, V. G., Teresa, I., Sánchez, M. M. (2018). *Serie Presenta, número 1. El contacto visual*. *Revista de la Facultad de Medicina (México)*, 61(6), 55-56. Recuperado de:
<https://dx.doi.org/10.22201.fm.24484865e.2018.61.6.09>
- Potter J. (1998). *Cognition as context (Whose cognition?)*, *Research on language and social interaction*. Recuperado de:
https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327973rlsi3101_2
- Ramírez A. (2007). *Estrategias de aprendizaje y comunicación*. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=wA5RH1sHEN8C&pg=PA33&dq=que+es+la+circunstancias+en+la+comunicacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiK0-3Dx_HpAhXKE7kGHXEZBE4Q6AEIJzAA#v=onepage&q=que%20es%20la%20circunstancias%20en%20la%20comunicacion&f=false
- Romani, M. (2017). *La representación del indigenismo en los discursos políticos de la Nueva Izquierda Latinoamericana. Un análisis crítico de los discursos políticos de Rafael Correa y Evo Morales*. (Tesis de doctorado). Recuperado de:

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/7368/Romani_m_m.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Samaniego, A. (2020). *El Estado Mexicano en la Globalización. Análisis del Discurso*

Presidencial Mexicano 1988-2018. (Tesis de doctorado). Recuperado de:
http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/2Y7TI1KTDI33JK8AXIRNCRD3DYGH3VHBY5D2GN4D8MIASGJFSG-13248?func=find-b&request=El+Estado+Mexicano+en+la+Globalizaci%C3%B3n.+An%C3%A1lisis+del+Discurso+Presidencial+Mexicano+1988-2018&find_code=WRD&adjacent=N&local_base=TES01&x=0&y=0&filter_code_2=WYR&filter_request_2=&filter_code_3=WYR&filter_request_3=

Sánchez, R (2014). *Estrategias persuasivas y de manipulación ideológica en el discurso político: George Ridpath y la opinión pública inglesa durante la Guerra de Sucesión Española. (1710-1713)*. Recuperado de:
<https://ruidera.uclm.es/xmlui/handle/10578/5171>

Ticona, R. (2017). *El discurso político en los candidatos presidenciales del Perú 1980 - 2006*. (Tesis de maestría). Recuperado de:
http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/7919/Ticona_fr.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ucha, F. (2011). *Definición ABC*. España. Recuperado de:
<https://www.definicionabc.com/social/emotividad.php>

Valdivia, C. (1995). *La interpretación*. Dialnet (7), 175-181. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=232630>

Van, T. y Mendizábal, I. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=Ua6jPh1rAPQC&pg=PA9&dq=ANALISIS+DEL+DISCURSO&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwitiKbvtMHpAhWPiOAKHVAmBhsQ6AEILjAB#v=onepage&q=ANALISIS%20DEL%20DISCURSO&f=false>

Wardhaugh, R. (2011). *An introduction to sociolinguistics (Vol. 28)*. John Wiley & Sons. Recovered from: https://books.google.com.pe/books?id=fVhXbK_kFVYC&pg=PR7&ots=5JPeKlpjQ6&dq=wardhaugh%20language%20definitions&lr&pg=PA201#v=onepage&q&f=false

ANEXOS

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020

CATEGORÍA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	SUBCATEGORÍAS	INDICADORES	SUB-INDICADORES
Análisis del Discurso Comunicacional	Referirnos al discurso es hablar del discurso como técnica, discurso como método, y/o discurso como teoría de lenguaje, esto nos dirige a la definición de lenguaje que usan los analistas. La definición del lenguaje puede incluir el verbal y no verbal como el visual, el gestual, el musical y otros. (Bolívar, 2007, p.	En este proyecto de investigación analizaremos el discurso comunicacional de la conferencia de prensa del presidente Martín Vizcarra para poder obtener como resultados si estos favorecen al discurso comunicacional y permite que tenga mejores resultados en las medidas y acciones que desarrolló	Contexto [...] las acciones y los participantes son dos partes importantes como centro universo de todo contexto político y comunicativo en escenarios (circunstancia, lugar y tiempo) metas, intenciones, ocasiones, funciones e implicancias legales o políticas. Los políticos se expresan políticamente si su habla está contextualizada en hechos comunicativos	Político: [...] Es parte de un plan que tiene como objetivo avanzar, desarrollarse hacia un propósito. Cabe resaltar que la comunicación existe en la política más allá de su régimen o gobierno. Asimismo, satisfacer las necesidades de la población es parte del sistema político. (Guevara, 2009.p. 103).	
				Económico: [...] condiciones de	

	22).	Gobierno para contener la prevención del COVID-19 en el Perú.	[...] (Van y Mendizábal, 1999, p. 12).	<p>producción que se orientan a la satisfacción de las necesidades humanas; comprende las actividades productivas entre las que aparecen los medios, formas y relaciones de producción. (González, 2008.p, 75-84).</p>	
				<p>Social: Se crea en base a una serie de circunstancias que ayudan a comprender un mensaje, debido a las actividades de las relaciones humanas. (Mitjans, 1994.p, 146).</p>	
				<p>Cultural: Cita a la RAE y define que este es un “[...] Son estilos de vida y costumbres, ya que son un</p>	

				<p>conjunto de expresiones en las que se usan en su vida, estas asumen ciertos comportamientos colectivamente aceptadas y transmitidas de generación en generación. [...] (García, 2014, p. 56).</p>	
			<p>Lenguaje: Es la capacidad humana de pensamientos y sentimientos que se expresan a través de la palabra, asimismo el sistema de signos con los que se comunica oralmente y escrito. Sin embargo, si la comunicación carece de palabras nos veremos privados de estos aspectos de</p>	<p>Verbal: El lenguaje de los gestos, posturas corporales y expresión de manos y rostro, poseen tanta relevancia como la palabra; sin embargo, nos hemos habituado a focalizar nuestra atención en el contenido de lo que se dice y no en el cómo se dice. Y el cómo compete a</p>	<p>Tono: Para lograr esto ya dijimos que se requiere una articulación y una pronunciación adecuadas, lo mismo que buena entonación, que no es otra cosa que el tono mismo o altura que se dé al sonido. Toda persona tiene su tono propio el cual es necesario romper según las</p>

			<p>expresar pensamientos y sentimientos, así como de derechos básicos reconocidos por la gente de buena voluntad. No es una tarea fácil porque se trata de habilidades que no se alcanzan en un solo curso, ni incluso en toda una vida. (González, 2000).</p>	<p>todo el universo gestual. (Ceberio, 2009, p. 52).</p>	<p>circunstancias. [...]. La variedad de la intensidad o entonación de la voz según las circunstancias se denomina matiz. El dominio de los tonos de la voz es todo un arte que se puede desarrollar con mucho entrenamiento y aceptando las evaluaciones que sobre ello nos hagan. (Avella, 1990).</p> <p>Dicción: Es una forma prudente de pronunciar palabras. Esta es la realización completa de la declaración, incluida la entonación, el ritmo y el tiempo de descanso necesaria. Puede pronunciar bien y tener una</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>pronunciación incorrecta. (Casanellas, 2010, p. 54).</p>
					<p>Ritmo: Esta es la aparición repetida de una oración. Hemos visto que los acentos son el núcleo de las palabras fonéticas, también conocidos como grupos de ritmo, que suelen aparecer en el habla y forman unidades superiores. (Font, 2008, p. 22).</p>

				<p>Expresividad: La expresividad del lenguaje de programación para que los lenguajes y diagramas que se puedan utilizar en el diseño es suficientemente expresivos para poder representar de una manera concisa y suficientemente abstracta la solución. (Hernández, 2009, p. 52).</p> <p>Uso de pautas: Las pausas te permiten respirar, cambiar el sonido, el tono y el ritmo. Si los utiliza por completo, ayudaremos a mantener vivo al destinatario y a los contenidos breves para identificar o pensar</p>
--	--	--	--	--

				<p>sobre el mensaje. Las pausas excesivas se consideran inapropiadas, como "muletas", que pueden ser sonidos, sílabas o palabras, que no tienen significado en el mensaje, pero a menudo se repiten, solo para llenar el espacio entre las ideas. (Hernández, 2014, p. 7).</p> <p>Entonación: [...] es un fenómeno lingüístico que construye las variaciones de tono relevantes en el discurso oral [...], [...] pero no se presenta en el habla como una melodía infinita, sino que tiene lugar dentro del grupo fonético [...]. (Cantero, 2002).</p>
--	--	--	--	---

				<p>Interpretación: [...] Es una serie de operaciones mecánicas de codificación y decodificación; de acuerdo con este concepto de interpretación, el intérprete se limita a reemplazar los símbolos del lenguaje del idioma original con los símbolos del lenguaje del idioma final [...]. (Valdivia, 1995, p. 175).</p> <p>Volumen: El volumen del sonido se controla respirando y transmitiendo el sonido, es decir, soportando el sonido a través del diafragma en lugar de a través de la garganta. Debe</p>
--	--	--	--	---

					respirar profundamente antes de emitir un sonido. De esta manera, el sonido tendrá un buen volumen y una mejor claridad. (Hernández, 2014, p.8).
				<p>No verbal: Es la forma silenciosa, honesta, espontánea que el cuerpo dibuja la verdad de las palabras, se da por las expresiones y reacciones en los gestos cada vez que emitimos un mensaje. (Navarro, 2013, p. 47).</p>	<p>Postura: Influirá la percepción de los otros para nosotros, según la postura que mostremos, según el estado de ánimo y la condición de nuestra mente se reflejará en la postura. Es positivo aprender a pararnos de forma erguida y tener movimientos con naturalidad, porque de no hacerlo, tendríamos una mala postura como movimientos nada naturales que se</p>

				<p>pueden reflejar en malos hábitos que iremos ganando y quedarán como parte de nuestra vida. (Hernández, 2014, p.20).</p> <p>Movimiento: [...] la expresión corporal tiene que ver con el movimiento de todo el cuerpo: piernas, pies, caderas, tórax, cuello, etc., pues los movimientos armoniosos de estas partes de nuestro cuerpo permiten también, transmitir un mensaje a nuestros oyentes [...] (Alericar, 2005)</p> <p>Gestos: El movimiento de algo expresado por una parte del cuerpo, especialmente el</p>
--	--	--	--	---

				<p>resultado directo o espontáneo del movimiento de la cara o las manos de las articulaciones humanas, principalmente los movimientos de la cabeza, los brazos y las manos. (García, 2013, p.19).</p> <p>Expresiones faciales: La manifestación externa de lo que uno piensa o siente. [...] es una herramienta de comunicación que muchas veces revela ciertos sentimientos, los exteriorizamos verbalmente o no, por lo que ayuda a que los demás nos entiendan y nos comprendan y, por tanto, a una comunicación honesta</p>
--	--	--	--	--

					<p>[...]. (Lara, M., & Esgueva, M, 2017, p.32)</p>
					<p>Contacto visual: Considerada una habilidad de comunicación no verbal porque ayuda al proceso de comunicación regular, por lo que puede aumentar la credibilidad, el interés, la atención y el contacto con el hablante. (Olvera, et.al, 2018).</p>
					<p>Aspecto: Antes de pronunciar la primera palabra el orador, hay un impacto visual en el aspecto del orador. Por tanto, la aparición de algunos oradores expresa entusiasmo y admiración, mientras</p>

				<p>que la aparición de otros oradores refleja aburrimiento. La audiencia utilizará estas impresiones visuales para concluir si vale la pena prestar atención al orador. (Maqueda, 2003)</p> <p>Vestimenta: Se refiere a la ropa o un grupo de ropa que usan los humanos en el cual nos reflejamos en el mundo exterior pero cuando esta no es más que un uniforme, puede convertirse en un símbolo simple ya que se puede relacionar con la personalidad y con esta que quiere expresar.(Chevallier y Gheerbrant,1986).</p>
--	--	--	--	--

			<p>Funciones de la Comunicación: Los medios de comunicación tienen una triple tarea de informar, persuadir y entretener, a veces clasificando a los medios de comunicación como los medios que tradicionalmente consideramos, radio, cine y televisión, además de Internet. En los siguientes temas, veremos en qué medida los límites entre los tipos de contenido son permeables y en qué medida se pueden incluir otras áreas de la industria cultural en las pautas de los medios (Aguado, J. 2004. p. 158). En resumen, la función de los medios</p>	<p>Informar: [...] lo que es verdad para los significados globales y locales será indiscutiblemente cierto para los significados de palabras y, por ende, el grado de la vocación y el léxico elegido, la totalidad que estudian el lenguaje político se dirigen en las palabras especiales que son utilizadas en la política. (1999, p. 54). [...] Las oraciones activas serán participativamente responsables de interceder con los temas locales sintácticos, mientras las oraciones pasivas se encaran a tales</p>	
--	--	--	--	---	--

			<p>es "informar, educar y entretener" de acuerdo con las necesidades psicológicas de todos. Por lo tanto, Lasswell ve la comunicación como un proceso funcional de equilibrio y control social. (Sorice, 2005: 41). En situaciones de comunicación abierta o muy formal, es necesario transmitir información racional, estructurada y bien determinada, y para determinar el propósito es estar siempre al tanto de las metas de los objetivos que queremos alcanzar. Para el receptor, deben ser abiertos y claros La interacción, la clasificación de propósito general de la</p>	<p>objetos. El verdadero para la estructura semántica las estructuras sintácticas tienen la capacidad de poner destacadas frases, palabras, correspondiente sobre los significados específicos en función a los deseo político y fidelidad del escritor o hablante. (Van y Mendizábal 1999, p. 57).</p>	
				<p>Educación: Compreendida la probabilidad de entregar elementos para el pensamiento y la crítica de la realidad. (Hoeberichts, López, 2000, p. 37).</p>	
				<p>Entretener: Cuando utilizamos la palabra para compartir</p>	

			<p>comunicación de las personas, son: Entretenimiento, información, Persuasión, 4. Actuar. (Gaona, 2005, p. 106).</p>	<p>vivencias, 1. experiencias con otras personas. Esta voluntad es de naturaleza humana y social, debido a que en el hombre existe la necesidad de relacionarse en grupo, comunicarse, compartir sus sentimientos e ideas y adaptarse a su ambiente exitosamente. (Gaona, 2005, p. 106).</p>	
				<p>Persuadir: [...] a partir del primer nivel del discurso persuasivo el significado profundo se transforma en lenguaje. Esto supone una serie de pasos que colaboran con el objetivo persuasivo del discurso. Es decir,</p>	

				<p>una de las modificaciones sufridas por el núcleo profundo contribuye a la finalidad persuasiva. (2004, p.25). [...] El texto del discurso siempre se genera en el contexto de la comunicación, y su persuasión debe cumplirse, ya que el resultado final de la comunicación se verá afectado por el hablante, el momento del discurso y especialmente la audiencia. [...] (Capdevilla, 2004, p. 26).</p>	
				<p>Actuar: Es la voluntad, de entregar al oyente a un nivel de motivación que lo lleve a ejecutar alguna</p>	

				<p>acción. Se considera como persuasivo este objetivo. Puesto que, intenta influir en las actitudes o creencias de las personas, utilizando argumentos bien organizados que contemplen las expectativas o necesidades del oyente; el comunicador intentará “mover” la forma de pensar del receptor para que decida actuar. (Hernández, 2014, p. 5).</p>	
--	--	--	--	---	--

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020

CATEGORÍA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	SUBCATEGORÍAS	INDICADORES	SUB-INDICADORES	IDENTIFICACIÓN		DESCRIPCIÓN	INTERPRETACIÓN
						PRESENTA	NO PRESENTA		
Análisis del Discurso Comunicacional	Referirnos al discurso es hablar del discurso como técnica, discurso como método, y/o discurso como teoría de lenguaje, esto nos dirige a la definición de lenguaje que usan los analistas. La definición del lenguaje puede incluir	En este proyecto de investigación analizaremos el discurso comunicacional de la conferencia de prensa del presidente Martín Vizcarra para poder obtener como resultados si estos favorecen al discurso comunicacional y permite que	Contexto	Político					
				Económico					
				Social					
				Cultural					
			Lenguaje	Verbal	Tono				
					Dicción				
					Ritmo				
					Expresividad				
					Uso de pautas				
					Entonación				
Interpretación									

	<p>el verbal y no verbal como el visual, el gestual, el musical y otros. (Bolívar, 2007, p. 22).</p>	<p>tenga mejores resultados en las medidas y acciones que desarrolló el Gobierno para contener la prevención del COVID-19 en el Perú.</p>			Volumen					
				No verbal		Postura				
						Movimiento				
						Gestos				
						Expresiones faciales				
						Contacto visual				
						Aspecto				
						Vestimenta				
			Funciones de la Comunicación	Informar						
				Educar						
				Entretener						
				Persuadir						
				Actuar						

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Análisis del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020

NIVEL	PROBLEMA		OBJETIVOS		SUPUESTOS		METODOLOGÍA
	GENERAL	ESPECÍFICOS	GENERAL	ESPECÍFICOS	GENERAL	ESPECÍFICAS	
Hermenéutico	¿Cómo se presenta el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19, Lima,	1.- ¿Cómo se presenta el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19, Lima, 2020?	Analizar el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19. Lima. 2020	1.- Analizar el contexto en el discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19, Lima, 2020.	El supuesto principal considerado en este estudio del discurso comunicacional del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19, Lima, 2020. Se presenta de manera consistente al utilizar coherentemente	1.- El contexto, este tiene un rol primordial dentro del discurso comunicacional del presidente de la República. El mismo, hace énfasis en las múltiples soluciones que se pondrán en marcha para ayudar a los sectores que se encuentran en situación de pobreza y pobreza extrema. Además, el mandatario resalta los diversos reglamentos para controlar la pandemia en el Perú, y, asimismo, exhorta a la población empezar a adaptarse a una nueva realidad de convivencia. También, suele recalcar con	Enfoque: Cualitativo Tipo: Aplicada Diseño: No experimental

	2020?	<p>2.- ¿Cómo se presenta el lenguaje en el discurso comunicacion al del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19, Lima, 2020?</p>		<p>2.- Analizar el lenguaje en el discurso comunicacion al del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19, Lima, 2020.</p>	<p>los contextos, el lenguaje y las funciones de la comunicación. De tal manera, el lenguaje cumple un rol fundamental, porque este da significado y sentido a lo que está diciendo o desea transmitir, lo principal es buscar tranquilidad en las personas y que cumplan los protocolos sanitarios y así evitar contagios. Asimismo el contexto sitúa el discurso a la situación que el país atraviesa</p>	<p>frecuencia las consecuencias que se puede padecer si desobedecemos las normas puestas en ejecución, además de los riesgos de la salud pública.</p> <p>2.- El uso del lenguaje del presidente Vizcarra en el discurso cumple con el lenguaje verbal y no verbal, debido a que explica con serenidad de tal manera que es efectiva y hay un manejo de la misma para formular las oraciones que cumplen con el objetivo, asimismo los gestos, expresiones, movimientos corporales resaltan en el transcurso del discurso.</p>	
--	-------	--	--	---	---	---	--

		<p>3.- ¿Cómo se presentan las funciones de la comunicación en el discurso comunicacion al del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19, Lima, 2020?</p>		<p>3.- Analizar las funciones de la comunicación en el discurso comunicacion al del presidente Martín Vizcarra en la conferencia de prensa sobre la prevención del COVID-19, Lima, 2020.</p>	<p>en el ámbito social. Finalmente, el discurso se apoya en la función de informar y persuadir esto con el objetivo de que la población comprenda con mayor facilidad lo que se está buscando y cuál es el objetivo conjunto, entre el gobierno y la población.</p>	<p>3.- Las funciones de la comunicación está presente en gran parte, debido que el Mandatario informa, educa, persuade y actúa para que la población acate las restricciones y las prevenciones contra la pandemia del COVID-19, utilizando la emotividad como gran aliado, expresando diferentes analogías que hacen que llegue al sentimiento más vulnerable de cada persona, habla de la unión y amor entre las familias, el cuidado y persuade así a la población. Sin embargo, la función de entretener no aparece en el discurso presidencial.</p>	
--	--	--	--	--	---	--	--

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: NAVARRETE CANALES, AMADOR ESTEBAN

Título y/o Grado: Doctor en Periodismo

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

Universidad que labora: Universidad Cesar Vallejo

Fecha: 22/06/2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"Análisis del discurso comunicacional en la conferencia de prensa del presidente Martín Vizcarra sobre la prevención del COVID-19, Lima, 2020"

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 el estilo periodístico.

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

SUGERENCIAS: Mejorar la redacción de los textos

NOMBRE Y APELLIDOS: AMADOR NAVARRETE CANALES



 FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: _MOGOLLÓN CRUZ YVY ELIZABETH_

Título y/o Grado: MAGISTER_____

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

Universidad que labora: UNIVERSIDAD CAYETANO HEREDIA, UNIVERSIDAD CÉCAR VALLEJO.....

Fecha: _20, JUNIO 2020_____

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

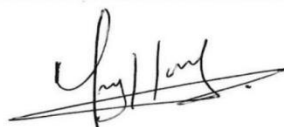
“Análisis del discurso comunicacional en la conferencia de prensa del presidente Martín Vizcarra sobre la prevención del COVID-19, Lima, 2020”

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				

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 el estilo periodístico.

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS:



FIRMA

Apellidos y nombres del experto: Moreno López Wilder Emilio

Título y/o Grado: Magíster

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

Universidad que labora: UNFV - UCV

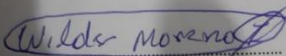
Fecha: 18 - 06 - 2020
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
“Análisis del discurso comunicacional en la conferencia de prensa del presidente Martín Vizcarra sobre la prevención del COVID-19, Lima, 2020”

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	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	TOTAL			

SUGERENCIAS:-----

NOMBRES Y APELLIDOS: WILDER EMILIO MORENO LÓPEZ



 MG. WILDER EMILIO, MORENO LÓPEZ

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Pérez Terrones José

Título y/o Grado: Maestro en Periodismo

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

Universidad que labora: Universidad Cesar Vallejo

Fecha: 19-06-20

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

**“Análisis del discurso comunicacional en la conferencia de prensa del presidente
Martín Vizcarra sobre la prevención del COVID-19, Lima, 2020”**

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 el estilo periodístico.

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:-----

NOMBRE Y APELLIDOS:



Mg. Pérez Terrones

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: RUBÉN GÓMEZ DÍAZ

Título y/o Grado: _Magister_____

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

Universidad que labora: UCV

Fecha: 15/06/2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Análisis del discurso comunicacional en la conferencia de prensa del presidente Martín Vizcarra sobre la prevención del COVID-19, Lima, 2020”

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				

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 el estilo periodístico.

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS:



FIRMA

COEFICIENTE DE V DE AIKEN

Preguntas	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Experto 5	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	1	1	5	100%
ITEM 2	1	1	1	1	1	5	100%
ITEM 3	1	1	1	1	1	5	100%
ITEM 4	1	1	1	1	1	5	100%
ITEM 5	1	1	1	1	1	5	100%
ITEM 6	1	1	1	1	1	5	100%
ITEM 7	1	1	1	1	1	5	100%
ITEM 8	1	1	1	1	1	5	100%
ITEM 9	1	1	0	0	1	3	60%
ITEM 10	1	1	1	1	1	5	100%
ITEM 11	1	1	1	1	1	5	100%
							96%