



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Análisis del tratamiento informativo en las portadas del diario "El Comercio" en la segunda vuelta electoral, Lima mayo - junio 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciadas en Ciencias de la Comunicación

AUTORAS:

Apuela Jiménez, María Fátima (ORCID: 0000-0001-5252-5480)

Robalino Deza, Dessiree Darlin (ORCID: 0000-0002-0418-931X)

ASESOR:

Mg. López Moreno Wilder Emilio (ORCID: 0000-0003-3151-3848)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedicado a “Areliz” quien ha sido mi mayor inspiración para salir adelante y mi ángel de la guardia, guíame en todo momento hermanita, gracias.

Dedicado a mi Madre María Teresa Jiménez Yangua, mi gran ejemplo a seguir gracias por impulsarme a seguir adelante y por ser el corazón de la familia.

A mi Padre Alberto Apuela Lozano, a quien le debo todo lo que soy, quien con su esfuerzo incansable me dio una carrera profesional, gracias por apoyarme siempre panda.

A mi hermano José Alberto espero verte brillar y llegar muy lejos.

A mi sostén emocional y gran compañero, gracias por llegar a mi vida “Manchas” eres mi pequeño angelito con cola.

Y sobre todo a Dios por darme fortaleza, guiarme y jamás abandonarme, gracias por bendecir toda mi vida.

Agradecimiento

A las personas que conocí a lo largo de mi carrera, compañeros, amigos, profesores, tutores y asesores. Quienes de alguna manera ayudaron en mí crecimiento profesional. De igual manera a mi familia en general por su incondicional apoyo, en especial a mi madrina Fiorella Sanguinetti por ser parte de esta meta cumplida.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula.....	I
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Índice de contenidos.....	IV
Resumen.....	V
Abstract.....	VI
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	16
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	17
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	18
3.3. Descripción del contexto.....	18
3.4. Participantes.....	18
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.6. Procedimiento.....	22
3.7. Rigor científico.....	22
3.8. Método de análisis de datos.....	22
3.9. Aspectos éticos.....	23
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	58
V. CONCLUSIONES	65
VI. RECOMENDACIONES	66
REFERENCIAS	67
ANEXOS.....	71

RESUMEN

Se realizó un análisis del tratamiento informativo en las portadas del diario "El Comercio" en la segunda vuelta electoral, Lima mayo - junio 2021. Se seleccionaron un total de 16 portadas periodísticas desde las web Perú Kiosko. Se utilizó un instrumento: la ficha de observación, que sirvió para interpretar los resultados del tratamiento de la información, los encuadres visuales y la construcción del mensaje. La investigación está basada en un enfoque cualitativo, de tipo básica. De nivel Hermenéutico, el diseño es el estudio de caso. La primordial conclusión se basa en que se logró describir que, los acontecimientos seleccionados para ser tratados pasaron por un proceso de selección, con el fin de hacer un seguimiento minucioso a todas las actividades del candidato Pedro Castillo y la de los integrantes actuales de su partido, evidenciando que, el líder de Perú Libre no tenía un plan de Gobierno, así mismo vinculó constantemente al candidato del lápiz con el comunismo, mientras que a Keiko Fujimori conforme se iba tratando la noticia, le daba una salida de reactivación económica para el país.

Palabras claves: Segunda vuelta, candidatos, favoritismo, preferencia.

ABSTRACT

An analysis of the informative treatment on the front pages of the newspaper "El Comercio" in the second round of elections, Lima May - June 2021, was carried out. A total of 16 journalistic covers were selected from the Peru Kiosko websites. An instrument was used: the observation sheet, which served to interpret the results of the information processing, the visual frames and the construction of the message. The research is based on a qualitative, basic approach. At the Hermeneutical level, the design is the case study. The main conclusion is based on the fact that it was possible to describe that the events selected to be treated went through a selection process, in order to closely monitor all the activities of the candidate Pedro Castillo and that of the current members of his party, evidencing that the leader of Peru Libre did not have a government plan, likewise he constantly linked the pencil candidate with communism, while Keiko Fujimori, as the news was being discussed, gave him an outlet for economic reactivation for the country.

Keywords: Second round, candidates, favoritism, preference.

I. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación han demostrado que juegan un papel relevante en la política desde que se establece la libertad de prensa. Frente a la elección de un nuevo gobernante, los votantes necesitan información transparente para tomar una decisión, por lo tanto, es trabajo de los periodistas dársela de manera imparcial.

La presente investigación está situada entre mayo y junio de la segunda vuelta electoral del 06 de Junio del 2021, donde los candidatos Pedro Castillo de "Perú Libre" y Keiko Fujimori de "Fuerza Popular" se enfrentaron. El objetivo es analizar el tratamiento informativo en las portadas del diario "El Comercio" frente a las elecciones presidenciales.

En el proceso de una campaña electoral, los partidos políticos realizan el mayor esfuerzo comunicativo para lograr convencer a los votantes a sufragar por ellos. La investigación se realizó analizando las portadas del diario "El Comercio", por tal razón se estudia la selección de la noticia, la fotografía y el titular. Se planteó de tal manera para estudiar las características de las portadas del 30 de mayo al 06 de junio, siendo este último el día que se realizó la segunda vuelta electoral.

Cuipal (2017)"...nos encontramos en un país donde los medios forman un papel importante frente a un acontecimiento. Muchas veces, en especial la prensa escrita muestra la misma noticia, pero escrita diferente según sea su conveniencia. (p.22)

De acuerdo a lo referido anteriormente se formula las siguientes preguntas ¿Cuál es el tratamiento informativo en las portadas del diario "El Comercio" en la segunda vuelta electoral, Lima mayo - junio 2021? Así mismo, se establece las preguntas específicas: ¿Cuál es la clasificación de la información en las portadas del diario "El comercio" en la segunda vuelta electoral, Lima mayo - junio 2021? ¿Cuál es la clasificación de los encuadres visuales en las portadas del diario "El comercio" en la segunda vuelta electoral, Lima mayo - junio 2021? y ¿Cuál es la construcción del mensaje en las portadas del diario "El comercio" en la segunda vuelta electoral, Lima mayo - junio 2021?

Del Carpio (2017). "Ambos diarios deben evitar el uso de titulares demasiado expresivos, ya que estos no apelan a una información veraz, por lo que únicamente se centran en llamar la atención. El autor considera que el uso del lenguaje apropiado es un óptimo factor que nunca debe faltar, sin restarle objetividad y veracidad a la noticia". (p. 102)

Por ello el presente estudio tiene como objetivo general analizar el tratamiento informativo en las portadas del diario "El comercio" segunda vuelta electoral Lima mayo y Junio del 2021. Así mismo los objetivos específicos son: Describir la clasificación de la información de las portadas del diario "El Comercio" durante la segunda vuelta electoral, mayo y junio del 2021, identificar la clasificación de los encuadres visuales en las portadas del diario "El comercio" durante la segunda vuelta electoral y analizar la construcción del mensaje en las portadas del diario "El Comercio" durante el mes de mayo y junio del 2021.

Según Ramos (2019) "Los medios de comunicación masiva, en este caso los escritos, deben considerar que sus espacios de información política, no satisfacen al público. Es necesario que reorienten sus informaciones, de tal forma, que permitan una mejor lectura de la realidad política del país" (p.94)

La investigación también se realizó porque en la actualidad habitamos en una sociedad donde los medios y la prensa sensacionalista, genera que muchos diarios publiquen la misma noticia, que contengan características iguales y en algunos casos de acuerdo a la alineación política de cada editorial.

Así mismo, podemos observar el trabajo del periodista como responsable en las noticias que son difundidas al público lector, quienes justifican su información en las especulaciones o rumores colocadas en la primera plana de los diarios que, juegan con la mente del comprador, generando un consumo comercial, centrándose en el objetivo de publicitar y vender.

Esta investigación tendrá por objetivo el tratamiento informativo en las portadas del diario "El Comercio" durante el último mes de la segunda vuelta

electoral realizado el día el 06 de Junio del 2021, mediante la teoría de Framing conoceremos que puntos debe tener en cuenta un periodista para la construcción de una noticia.

A Ardèvol-Abreu (2015). "Cuando el periodista construye la noticia, cuando arma con palabras e imágenes la descripción de un aspecto de la realidad, realiza una selección de encuadre. Pero podría haber hecho otra, seleccionando otro aspecto diferente del asunto que ha de cubrir, empleando otras fuentes, otras construcciones sintácticas, otro léxico, utilizando otras fotografías, etc. Las estrategias para dar prominencia a una información en detrimento de otras pueden ser muy variadas. La omisión es una de ellas, pero no necesariamente la más importante". (p.8)

Este trabajo aporta en las comunicaciones en el ámbito académico, para las empresas de periódicos y a la sociedad. En la parte educativa, va a contribuir con nuevos conocimientos sobre el tratamiento informativo que actualmente presentan las portadas de un periódico, para dar un enfoque de interpretación a la segunda vuelta electoral, donde ocasionalmente se refleja el trabajo forzado por incrementar la venta dejando de lado la ética profesional. Además, servirá como antecedentes para futuras investigaciones en relación a la prensa política.

Con respecto a las empresas periodísticas, se va a demostrar cómo se puede llegar a perder el criterio de objetividad, puesto que, en época de elecciones presidenciales, los medios de comunicación otorgan cobertura y seguimiento a un partido político o candidato, influyendo en la opinión pública, por tal razón, el medio debe actuar e informar de manera imparcial.

Para una empresa lo que demanda es el negocio y mientras más ventas haya, mayor es el número de ingresos. Es allí donde se sitúa el problema, ya que la elaboración de una noticia puede terminar obedeciendo más a los intereses del diario que a los valores y la ética profesional.

Mientras que para la sociedad aporta como una investigación que cambiará el punto de vista de un receptor sencillo, que se deja llevar por la primera plana de

un periódico, a un lector que va a fortalecer su nivel de interpretación para futuras decisiones, en este caso el voto por un candidato a la presidencia.

II. MARCO TEÓRICO

En el siguiente capítulo mostraremos las referencias nacionales e internacionales que hemos encontrado para nuestra investigación.

Motta (2018) en su trabajo de investigación titulado: “Análisis del tratamiento informativo en el discurso periodístico de El Comercio y Trome sobre las personas con discapacidad, durante el segundo semestre 2016”. Tuvo como objetivo: analizar el discurso periodístico de las noticias seleccionadas de los diarios en mención sobre esta población y al mismo tiempo contribuir a la inclusión social. Es de enfoque cualitativo y nivel descriptivo, se utilizó el análisis de contenido en la revisión de 47 noticias del Diario El Comercio y 17 en Trome. El resultado demuestra que la frecuencia de publicación de una noticia relacionada a las personas con discapacidad está sujeta o subordinada a la aparición de otros sucesos.

Cuipal (2017) en su trabajo de investigación titulado: “Análisis comparativo del tratamiento periodístico de las notas en la web de los diario Perú21 y La república en el caso segunda vuelta presidencial del 20 de mayo al 09 de junio, 2016”. Tuvo como objetivo: analizar el tratamiento periodístico de las notas en la web de los diarios Perú21 y La República en el caso segunda vuelta presidencial del 20 de mayo al 09 de junio, 2016. Es de enfoque cualitativo, la técnica utilizada es la ficha de observación y el análisis de contenido. Concluye que en cuanto al tratamiento periodístico del diario Perú21 se logró identificar una notable inclinación hacia la candidatura de Keiko Fujimori, ya que la mayoría de sus notas publicadas fueron en favor a la candidata, favoreciéndola positivamente, a diferencia de las notas publicadas sobre Pedro Pablo Kuczynski solo informo de algún acontecimiento importante como estadísticas y declaraciones que el candidato daba en contra de Keiko Fujimori. A diferencias del diario La República cuyo tratamiento de su

información fue más parcial, ya que se limitaron a informar de manera general los acontecimientos y declaraciones que se presentaron durante el periodo de análisis, se centraron en las fuentes públicas y el uso de citas en sus notas. Además que el diario la Republica fue quien publico la mayor cantidad de notas acerca de las encuestas y estadísticas de las elecciones. La presente investigación es seleccionada como antecedente para esta tesis porque usa el análisis de contenido para poder interpretar la imparcialidad de los diarios, el contenido manifiesto y como se desarrolla el mensaje hacia los lectores y así evidenciar las inclinaciones políticas presentadas en portadas periodísticas.

RAMOS (2019) en su trabajo de investigación titulado “Análisis del Tratamiento de la Información Político Electoral y la Opinión Pública dentro del Contexto de Elecciones Regionales de Arequipa 2018 (Segunda Vuelta)”. Tuvo como objetivo: describir el tratamiento de la información periodística política difundida en los diarios “Correo” y “El Pueblo” en el contexto de elecciones Regionales y municipales durante la segunda vuelta. Es de enfoque cuantitativo, las técnicas utilizada es el análisis de contenido y la encuesta. Los resultados son que ambos diarios cumplen de manera escasa las orientaciones del JNE para el tratamiento de noticias en un contexto electoral, sobresale en los casos específicos de información ideológica (5%), pluralización de la fuente y orientación sobre los derechos ciudadanos que sólo llegan a porcentajes de recurrencia del 14% en promedio para los dos medios. Esta tesis es relevante para la presente investigación porque demuestra mediante datos estadísticos la preferencia que pueden llegar a tener los diarios con un candidato durante elecciones presidenciales (segunda vuelta), además mediante la técnica de la recolección de datos logra analizar el tratamiento informativo de ambos diarios, interpretando resultados el cual se tendrá en cuenta para analizar y demostrar si actualmente una empresa periodística como el “El Comercio”, mediante sus portadas se basa en informar de manera imparcial, siendo este considerado por Prensa Mundo, uno de los diarios más influyentes en el Perú.

DEL ROSARIO (2016) en su trabajo de investigación titulado: “Análisis del tratamiento informativo de los diarios El Comercio y La República sobre las políticas de inclusión social impulsadas durante los primeros 100 días del gobierno de Ollanta Humala”. Tuvo como objetivo: determinar cuáles fueron las políticas de inclusión social priorizadas en el discurso de El Comercio y La República durante los 100 primeros días del Gobierno de Humala así mismo analizar cuáles son las diferencias y coincidencias que se encuentran en el tratamiento periodístico de ambos diarios. Es de enfoque cuantitativo-cualitativo, la técnica utilizada es el análisis de contenido. Los resultados son que ambos diarios el principal enfoque temático ha sido la economía “El Comercio” con un 22% y en “La República” con un 17%, porque la entienden como central cuando se habla de inclusión social. Concluye que la inclusión social es un elemento que en contexto político puede contemplar un conjunto de significantes que se aleja de los tradicionales programas sociales y que en efecto podría ser beneficiada para el presidente como una oferta electoral. Por lo tanto, el total de las políticas de inclusión social analizadas durante este estudio fueron promesas de campaña (El Comercio 62% y La República 80%). La presente investigación es seleccionada como antecedente para esta tesis porque tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo siendo este último el que interpreta resultados apoyado de los datos estadísticos. Usa el análisis de contenido y es relevante tener en cuenta la inclusión de analizar, la forma que toma una noticia y el contenido que informará el periodista, en este caso como se presentan las portadas periodísticas de un diario, en un contexto electoral.

LÓPEZ (2019) en su trabajo de investigación titulado: “Análisis del tratamiento informativo sobre el feminicidio en el portal web del diario el Trome durante los meses de enero a agosto, 2019”. Tuvo como objetivo analizar el tratamiento informativo sobre el feminicidio, como objetivos específicos identificar los elementos se emplean en la construcción de la información sobre casos de violencia a la mujer y feminicidio; y explicar los errores más comunes empleados en la labor periodística sobre casos de violencia a la mujer y feminicidio. Es de enfoque cualitativo, la técnica utilizada fue la recolección de datos. Los resultados son que la categoría uso de conceptos erróneos tiene incidencia en 8 casos, la empatía hacia la víctima tiene 6 casos, justificación del agresor contiene 5 casos, morbo y sensacionalismo tiene incidencia 7 casos, mientras que, contextualización de la noticia 8 casos, y la

categoría discriminación por etnia, religión, condición social, sexualidad o nacionalidad tiene 6 casos. Por tal razón la autora recomienda que, “se debe impulsar la imagen femenina como creadora de contenido, para que, la sensibilización a las injusticias pueda ser mucho más incisiva y representativa, al proteger a las minorías y fomentar la ayuda social a través de especialistas”. Esta tesis contribuye al proyecto de investigación porque va a analizar e interpretar resultados de los conceptos erróneos al momento de redactar una noticia, además recomienda mejorar la calidad de contenido en el portal web del Trome.

Así como se ha encontrado investigaciones nacionales también se ha escogido como referencia tesis internacionales donde da una visión diferente para seguir con la investigación.

ARBOLEDA (2019) en su trabajo de investigación titulado: “Análisis del impacto de las portadas de Diario Extra en la opinión pública de los estudiantes de primer semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad de Guayaquil”. Tuvo como objetivo determinar el impacto del contenido de las portadas de este medio en los estudiantes de primer semestre de la Carrera de Comunicación de la Universidad de Guayaquil, puesto a que la interpretación que se genera en cada uno de los individuos surge a través de los contenidos publicados en las portadas de Diario Extra. Es de enfoque: cualitativa-cuantitativa. La técnica utilizada fue el análisis de contenido. Los resultados son que los medios de comunicación masiva son capaces de persuadir a la ciudadanía, puesto a que a través de estos se puede formar la opinión pública. En la actualidad existen medios de comunicación que informan con fines lucrativos más no con el objetivo de informar, educar o entretener a la población. Las portadas de un medio impreso son las encargadas de captar la atención de los lectores, por ende, estas deben ser diseñadas utilizando la función apelativa, de tal manera que el público perceptor se sienta atraído y por ende compre el diario. Por tal razón la autora recomienda que es necesario hacer uso de la ética profesional al momento de difundir una información, sin embargo, consideran que a veces es necesario utilizar las estrategias usadas por Diario Extra. Esta tesis es relevante para la presente investigación por que tiene un enfoque cuantitativo que permitirá recaudar información mediante el análisis de contenido.

Loja (2019) en su trabajo de investigación titulado: “Tratamiento informativo realizado por los diarios el comercio y el universo de Ecuador sobre la detención de Julian Assange, abril – septiembre 2019”. Tuvo como objetivo: contrastar el tratamiento informativo sobre la detención de Assange, analizar el reflejo en la práctica informativa y comparar las distintas estrategias discursivas en cada uno de los medios. Es de enfoque: cuantitativa - cualitativa, se usó como técnica el análisis de contenido, la observación y el análisis documental. El resultado demuestra que el tratamiento informativo de las noticias sobre la detención de Assange es diferente en cada medio, El Comercio mantenía un seguimiento noticioso más amplio mientras que El Universo solo se enfocaba en lo mediático, Cabanillas Lezama (2017) establece que el principal problema de los medios es la poca relación con el impacto de la noticia, por la extensión y ubicación o tiempo de emisión que se le da al tema en las ediciones diarias. Concluye que se identificaron 103 noticias sobre la detención de Assange, en los meses de abril – septiembre 2019, tanto el diario El Comercio como El Universo emplearon géneros informativos y opinativos para el tratamiento informativo sobre el tema en cuestión, estos géneros respondían para tratar la información de forma mediata. En el periodo de investigación la nota informativa tuvo el 79,61% la mayor presencia en comparación a los otros géneros empleados, también indicó, que las características de los contenidos informativos son similares en ambos medios impresos, pudiéndose observar: titular, fotografía, pie de foto, recuadro y epígrafe. Las noticias estaban escritas en pirámide invertida, respondiendo las cinco preguntas periodísticas (¿Quién? ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Cómo?), se identificó diferentes tipos de fuentes (oficiales, especializadas y primarias), en el diario El Universo las fuentes oficiales tuvieron un mayor protagonismo, en El Comercio hubo un mayor contraste de la información. También esta investigación nos ayuda ya que se empleó el análisis de contenido en el tema en cuestión.

Calderón (2020) en su trabajo de investigación titulado: “Análisis del tratamiento informativo de los medios impresos diario correo y opinión sobre la covid19 periodo de marzo abril 2020”. Tuvo como objetivo: Analizar comparativamente el tratamiento de la información de los medios impresos locales diario opinión y diariocorreo, sobre la Covid-19, durante de marzo-abril 2020. Es de enfoque: cualitativa-cuantitativa, se usó como técnica el análisis de contenido y la observación. Concluye que los diarios locales han sido muy tiñosos al momento de generar noticia relacionada al Covid-19 puesto que han trabajado con datos reales obtenidos de las entidades encargadas de darlas a conocer, como también de personas empapadas del tema, brindando de esta manera una información veraz, además de que han coincidido en el género periodístico utilizado al momento de publicar la información obtenida como lo es la Noticia y el uso de reportajes. Dandode esta forma un mayor interés en los temas en torno al Coronavirus, se lo puede evidenciar al término del análisis de contenido de cada una de sus secciones.

Regalado (2017) en su trabajo de investigación titulado: “El tratamiento informativo de la prensa ecuatoriana en elecciones: los casos de diario ‘la hora’ y diario ‘el telégrafo’ y su cobertura de las actividades proselitistas de los candidatos a la alcaldía de quito Augusto Barrera (alianza país) y Mauricio Rodas (suma) durante la campaña electoral (desde el 7 de enero al 20 de febrero del 2014)”. Tuvo como objetivo: Analizar la posición política asumida por los diarios “La Hora” y “El Telégrafo” en la contienda electoral por la alcaldía de Quito entre los candidatos Augusto Barrera (ALIANZA PAÍS) y Mauricio Rodas (SUMA) durante la campaña (del 7 de enero al 20 de febrero del 2014). Es de enfoque exploratorio y cuantitativo, se usó como técnica el análisis de contenido. Concluye que la prensa quiteña no suele incluir pronunciamientos o apoyos explícitos a un candidato, en este trabajo se muestra que, tras la aplicación de la teoría del framing más el estudio de análisis de contenido que abarcó ciertos indicadores estratégicos “la prensa no es totalmente imparcial, ecuánime y neutral en época de elecciones, en este caso seccionales”. Se ha detectado, además, que buena parte de las preferencias políticas de los diarios se refleja principalmente en: a) el orden y la distribución del espacio entre los candidatos en las notas; b) las tapas o portadas; c) las editoriales; d) el enfoque de las notas sobre los candidatos; y, e) las encuestas.

Escobar (2017) en su trabajo de investigación titulado: “Estudio comparativo del tratamiento informativo dado, a los candidatos finalistas a la presidencia de la República, Lenin Moreno y Guillermo Lasso, en las noticias publicadas por los diarios, El Telégrafo y Expreso, durante la primera y segunda vuelta electoral”. Tuvo como objetivo: comparar el tratamiento dado a los candidatos finalistas a la presidencia de la República, Lenin Moreno y Guillermo Lasso, en las informaciones publicadas por los diarios Expreso y Telégrafo, durante la primera y segunda electoral, en 2017. Esta investigación es de tipo exploratoria y descriptiva con enfoque cuantitativa-cualitativa, se usó como técnica el análisis de contenido y las entrevistas semi - estructuradas. El resultado demuestra la existencia de sesgo, pues en el análisis de contenido se estableció que hubo sesgo en el 40 por ciento de las informaciones observadas en ambos diarios. En el caso del criterio de imparcialidad, El Telégrafo incumplió en un 37 % de las 40 noticias analizadas, y diario Expreso tampoco lo hizo en el 3 % de sus 34 informaciones. En cuanto al principio de equilibrio, no se cumplió en un 45 % en las publicaciones de El Telégrafo, mientras que Diario Expreso, no contrastó las noticias en un 24 %.

En cuanto a las bases teóricas científicas, la presente investigación usará la Teoría del Framing para operacionalizar la variable. La teoría del encuadre nos permite determinar las categorías del proyecto en: clasificación de la información, clasificación de los encuadres visuales y la construcción del mensaje. Cada una es una pieza importante que nos permite analizar una portada periodística en tiempo de elecciones presidenciales.

En comunicación esta teoría se denomina la del encuadre y sirve como marco de interpretación para entender los diferentes eventos sociales, puesto que influye en la decisión según los encuadres que presenta. Y específicamente en política va a estudiar los intereses que llega a tener un periodista, como el tratamiento que da a la información según el contexto y los reglamentos del medio de comunicación.

Fue Goffman en 1974 quien renueva esta teoría para ser tratada en la comunicación, además es quien establece a los frames como marco social y analiza desde una perspectiva esquemática mental.

Para definir nuestra variable vamos a citar a autores que nos ayuda a profundizar el concepto de tratamiento informativo, según la teoría del Framing.

Mamani y Gonzales (2018). “Las diferencias sensibles en cuanto al tratamiento informativo, entre los medios de comunicación, deja entrever que su sentido y posicionamiento frente a los hechos representados viene fuertemente influenciado por directrices editoriales, que imponen un determinado estilo y una orientación a favor o en contra del o los protagonistas del hecho representado”. (P.17)

Con esta definición podemos comprender que, las editoriales responden a un conjunto de normas e instrucciones al momento de redactar una noticia. Los periodistas que son a su vez trabajadores de un medio de comunicación, en este caso escrito, están obligados a cumplir con las reglas de la empresa en la que se encuentran laborando.

Carreño (2017). “...se tiene que cada información recibe un tratamiento, desde la selección de los acontecimientos o sucesos hasta el modo de procesarlos, para que llegue a la audiencia de forma adecuada no como un simple mensaje sino como noticia. Es decir, tratamiento de la información, son las diferentes formas que recibe el mensaje para su mejor comunicación y efectos consiguientes (p.14)

En efecto, un mensaje a la población ha de pasar por un proceso de tamización, escogiendo los datos más relevantes para su público objetivo, ya que este deberá responder a un interés común. De manera que, se convierta en una noticia redactada a un nivel de comprensión para los ciudadanos de un país, sin perder la objetividad de la información.

Clasificación de la Información

Cuando mencionamos clasificación podríamos abarcar amplios conceptos relacionados al periodismo. La presente investigación busca identificar como se clasifica la información, para ello algunos autores nos definirán el significado más cercano teniendo en cuenta que analizaremos portadas periodísticas.

Piñeiro y Mangana (2017). “es un proceso de elección de unos pocos elementos de una realidad percibida y ensamblaje de una narración que destaque las conexiones entre ellos y el fomento de una interpretación particular.” (p.4)

Revista de Comunicación Vol 1 (2017) “Hemos llamado primer nivel de la comunicación a la elaboración y tratamiento de la noticia, segundo nivel al mensaje en sí, es decir el contenido concreto de la noticia y el tercero es el de la recepción del mensaje por parte de la audiencia” (p.8).

Ambos autores coinciden en algunos aspectos, el tratamiento de la noticia es un nivel o proceso de la comunicación, pero la Revista Comunicación Vol 1 define que, dicha elaboración de la información requiere tener en cuenta algunas características tales como, la selección, el énfasis y la exclusión. Este es el primer paso para estudiar la noticia que es publicada en la primera plana de un periódico.

La noticia

Según la publicación de Enciclopedia Concepto (2020) perteneciente a la Editorial Etece, podemos definir que, noticia es un tipo de texto periodístico, el cual consiste en una narración de un evento actual, novedoso y de interés público. Es el producto de la recolección de información de uno o varios periodistas, ya sea porque presenciaron el hecho o porque recurrieron a sus fuentes de investigación.

Como ya se había mencionado, dicho acontecimiento pasará por un proceso de selección, énfasis y exclusión. Ello dependerá del trabajo del periodista, quien debe obedecer a su criterio de objetividad.

Selección

Según la página web Consultorio ético, “La selección de las fuentes debe estar guiada por la voluntad de ofrecerles a los receptores la mejor información, por esta razón las recomendaciones técnicas exigen que la fuente sea idónea, es decir, que su conocimiento del tema aporte elementos de juicio válidos para tener un conocimiento completo de los hechos”

Al seleccionar datos se debe tener en cuenta que debe ser creíble, y además que este desligada a intereses políticos individuales. Esto ayudará al periodista a no perder la objetividad al momento de redactar la noticia. Así mismo el periodista como trabajador suele obedecer las normas de la editorial en la que labora.

Énfasis

Según el diccionario de la Real Academia Española, es la fuerza de expresión o de entonación con que se quiere realzar la importancia de lo que se dice o se lee.

Una portada periodística a través de la noticia en general, va a buscar la palabra perfecta para atraer la atención de un lector sencillo, quien probablemente se impresione y comience a cuestionarse para conocer más del hecho u otro que construya una crítica negativa o positiva acerca de algún personaje mencionado en la primera página de un periódico.

Exclusión

Cuando La Revista Comunicación menciona el primer nivel respecto a la teoría del encuadre hace referencia a la exclusión, estos son aquellos acontecimientos que suceden dentro del contexto de la información que se convirtió en noticia, pasando por desapercibido para darle más relevancia al seleccionado. Esta exclusión puede estar incluida en las siguientes páginas del periódico, pero el lector sencillo no lo verá porque ha sido retirada de la primera plana.

Clasificación de los encuadres visuales

Piñeiro y Mangana (2017) “Los investigadores interesados en el establecimiento del encuadre exploran normalmente, el modo en que los encuadres influyen en la interpretación sobre un tema o evento determinado en términos de aprendizaje” (p.5)

Piñeiro y Mangana (2017) “La imagen goza de entidad comunicativa por sí misma, pero además completa a la información escrita o verbal mediante la potenciación del poder del texto” (p.8)

Los autores hacen referencia al importante papel que desempeña la comunicación visual para reforzar el encuadre de la información y para animar el sencillo texto de una noticia, el análisis recurre a la fotografía o imagen.

Planos

En fotografía, se habla del plano cuando se quiere expresar la proporción que tiene el tema dentro del encuadre. En su mayoría nos indica que porción de la imagen debe salir en la toma y cuáles son los mejores cortes que se puede usar sin descuidar la mejor parte que a su vez conserve la estética de la foto.

Plano general, su función es poner sobre la mesa una situación en que lo importante es la escena en su conjunto y no un detalle en particular. Además, son los que ofrecen un mayor ángulo de cobertura de la escena.

Gran plano general, muestra un gran escenario o una multitud. De esta manera da más importancia al contexto que a las figuras que se toman. De valor descriptivo y puede tener un juicio dramático cuando se intenta destacar la soledad o la pequeñez del medio.

Plano general corto, se basa en los individuos restando relevancia al entorno. Se puede sentir la situación en la que están los sujetos, pero este aspecto es secundario.

Plano general conjunto, aquí se reduce el campo visual, se centra en los personajes situados en una zona más restringida. Cuando se capturan a personas este tipo de plano alcanza a fotografiar la figura completa ajustada a los bordes de la foto.

Plano entero, comprende desde los pies a la cabeza de la figura humana, limitan los bordes inferior y superior del cuadro de la imagen.

Plano medio, empieza a la altura de la cintura, y como su nombre lo indica, es el plano intermedio por excelencia. Con este podemos dar importancia a los aspectos emocionales del sujeto. Es aquí donde el fotógrafo cuestionará si tomarla de manera vertical u horizontal.

Plano medio corto, encuadra una imagen cuya línea inferior se encuentra a la altura de las axilas. Es mucho más subjetivo y directo. Los personajes pueden ocupar la pantalla de un tercio de su cuerpo.

Plano americano, cuando el corte de la imagen se realiza a la altura de las rodillas. Tiene su origen en películas del oeste cuando se requería tener un tipo de plano medio que desperdicie el fondo de la toma.

Primer plano, es perfecto para el retrato del rostro y elimina la importancia del fondo. Es útil tener encuadres verticales, guardando los horizontales cuando tomemos imágenes en las que el rostro acompañe gestos de las manos o si se desea jugar con el aire de la foto.

Primerísimo primer plano, en este la cabeza llena casi toda la pantalla. Se caracteriza por la desaparición de la parte de la cabeza y la barbilla del personaje.

El plano detalle. Este tipo de planos de planos son difíciles de emplear, ya que suelen confundir al espectador porque no da referencia alguna del entorno. Estos también pueden ser agrandados al máximo y la carga emocional alcanza su punto con mayor interés.

Ahora pasaremos a determinar los ángulos fotográficos, cuando nos referimos a ellos es netamente a la posición que toma la cámara para capturar una imagen. Esto a su vez permite observar distintos puntos de vista incluso podría hacer más atractiva foto.

Entre ellos encontramos al ángulo normal, como si nombre lo menciona es el habitual, como suele capturar la imagen siempre. Suele dar una sensación de tranquilidad y estabilidad. Luego encontramos al ángulo picado, la cámara desde un punto superior al objeto o persona que se desea fotografiar, da una posición de debilidad, vulnerabilidad e inferioridad.

También encontramos al ángulo cenital o picado extremo, es tomar una foto desde un punto superior al objeto, de tal manera que quede minimizado. Puede dar a conocer diferentes puntos de vista de la realidad que quiere presentar a través de la imagen.

Ángulo contrapicado es lo opuesto al picado. Se coloca en la parte inferior al objeto que desea fotografiar. Da una posición dominante, de superioridad y grandeza. Y por último encontramos al ángulo nadir o contra picado extremo, el cual se dará si la cámara se sitúa en la perpendicular que une objeto fotografiado y cielo.

Finalmente encontramos a la edición en fotográfica, esta se suele usar para alimentar una imagen con libre creatividad, vamos a definir esto como la alteración de una foto para construir un mensaje. Pero requiere no solo de un buen editor sino también de un buen programa para editar.

Construcción del mensaje

Yataco (2019). “Los titulares periodísticos son la base fundamental al momento de publicar la edición de un periódico, ya que es la primera impresión que se lleva el lector y le otorga la curiosidad necesaria para querer saber el contenido de toda la información que se encuentra resumida en aquel titular” (p.35)

El titular de una portada es una pieza importante de información, es aquí donde al lector no solo le despierta la curiosidad de seguir leyendo el diario, también lo llevará a decidir y opinar si es o no una buena inversión. Un titular, es el resumen del acontecimiento más relevante del día.

La página web llamada, Manual de Estilo RTVE indica que “...Deberemos, por tanto, usar los titulares más creativos en las portadas sin caer en el amarillismo y los puramente descriptivos en el interior de las noticias. El titular tiene que contener siempre el o los elementos más importantes de la información, debe entenderse por sí mismo, debe huir de equívocos, aportar datos exactos y no jugar al engaño con el lector.” Este artículo web nos menciona el cuidado que se debe tener para colocar un titular, la claridad y exactitud ayuda a un diario a considerarse confiable.

La presente investigación no ha encontrado antecedentes actuales que clasifiquen por completo al titular de una portada periodística, por tal razón vamos a mencionar a Nuñez (1996) quien en su proyecto de investigación “El titular de la noticia” menciona a los atributos del titular de una noticia. Ello nos ayudará identificar la construcción del mensaje en sí.

Nuñez (1996). “Después de la atracción que, más que una cualidad, hemos establecido que se trata de una función propia de todo titular, tanto los resultados de la encuesta como los manuales de estilo coinciden en destacar la claridad, la concreción y la concisión como principales atributos de los titulares”. (p.131).

A los mencionados atributos de los titulares vamos a considerar también el tamaño, los colores y la ubicación que forman parte de una portada periodística, y además será esencial para interpretar nuestros resultados.

Cuando se menciona a la claridad, quiere decir que este debe ser fácil de comprender, se trata de la cualidad que potencia a la función apelativa del mensaje. Mientras que la concisión como su nombre lo indica debe ser en lo posible breve, buscar los datos necesarios y exactos. Por último tenemos la concreción que cumple la función designativa del mensaje.

III. Metodología.

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

El tipo de investigación es básica. Según Roberto Hernández Sampieri (2019) en su libro *Metodología de la Investigación* se define como “un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplica al estudio de un fenómeno”. (p.236).

Se comprende que es un análisis que ayudará a futuras investigaciones e impulsará al entendimiento de nuevas propuestas teóricas, es un tipo de estudio que permite la evolución del conocimiento.

El enfoque es cualitativo ya que se procede con la recolección de datos, no necesita de la estadística para llegar a los resultados. Hernández (2019) en su libro *Metodología de la investigación*, menciona que “la investigación cualitativa está orientada a comprender los fenómenos, explorándolos desde el punto de vista de los participantes en un espacio y/o ambiente natural relacionado con su contexto, además se selecciona cuando el objetivo es examinar la forma en que el individuo percibe y experimenta el fenómeno que lo rodea, profundizando en su perspectiva a modo de interpretaciones y significados”. (p.358).

Ruiz Olabuenaga (2012) en su texto *Metodología de la investigación cualitativa* manifiesta que, la investigación cualitativa equivale a un intento de comprensión a nivel global, por muy limitado o reducido que sea el contenido del tema que aborda, esto es entendible siempre en su totalidad, nunca como un fenómeno aislado,

diseñado o fragmentado. Esta condición es la que ha llevado a enfatizar dos características más de estos métodos, la primera, la que obliga a una visión holística y global del fenómeno a estudiar. (p.54).

3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Categorías:

- Clasificación de la información
- Clasificación de los encuadres visuales
- Construcción del mensaje

Subcategorías:

- La noticia
- La fotografía
- Los titulares

Descripción del contexto

Investigación basada en la segunda vuelta electoral entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori.

Participante

Ejemplares del diario “EL COMERCIO” publicados durante mayo y junio del 2021 en la segunda vuelta electoral.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El trabajo de investigación presenta un nivel hermenéutico, porque el estudio interpreta las portadas de diario El Comercio, en síntesis, la palabra hermenéutica quiere decir interpretar o explicar, proveniente del idioma griego y se traduce como el “arte de explicar, traducir o interpretar”.

Arráez, Calles, Moreno y Liuval (2016). *Revista universitaria de investigación: Sapiens* nos dice que, “el hermeneuta es, por lo tanto, quien se dedica a interpretar y develar el sentido de los mensajes haciendo que su comprensión sea posible, evitando todo malentendido, favoreciendo su adecuada función normativa y la hermenéutica una disciplina de la interpretación”. (p.4)

El trabajo es descriptivo, según Klaus Krippendorff, sostiene que el análisis de contenido es una técnica de investigación que se emplea para la descripción objetiva, sistemática e incluso cuantitativa del contenido de la comunicación. (pág. 18).

Asimismo Arráez, Calles, Moreno y Liuval (2016) afirman que, “actualmente entendemos por hermenéutica la corriente filosófica que surge a mediados del siglo XX y tiene sus raíces en la fenomenología de Husserl (1859-1938), quien considera que es una filosofía, un enfoque y un método, pues enfatiza la vuelta a la reflexión y a la intuición para describir y clarificar la experiencia tal como ella es vivida pero con una marcada diferencia, ya que el método hermenéutico trata de introducirse en el contenido y la dinámica de la persona estudiada y en sus implicaciones, buscando estructurar una interpretación coherente del todo, mientras que el fenomenológico se centra en el estudio de esas realidades vivenciales, determinantes para la comprensión de su vida psíquica”. (p.8)

Método de estudio – analítico.

La presente investigación tendrá como método de estudio analítico, ya que se descompondrán cada una de las partes del objeto de estudio, a fin de que puedan ser estudiadas de una mejor forma. Según Iván Hurtado y Josefina Toro (2007), “consiste en la descomposición mental del objeto estudiado en sus distintos elementos o partes componentes para obtener nuevos conocimientos acerca del objeto estudiado” (p.65).

Diseño – estudio de caso

Según Sanchez (2019) citando a Chetty, en el estudio de caso los datos pueden ser adquiridos desde una diversidad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas; esto es, documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos (p. 1).

La fuente utilizada por el presente proyecto de investigación fue PeruKiosko.com. Esto nos permitió tener acceso a aquellas portadas periodísticas del diario El Comercio, que fueron analizadas en el instrumento.

Instrumento – Ficha de observación

La ficha de observación elaborada de acuerdo a las dimensiones va a permitir analizar cada una de las portadas escogidas del diario “El Comercio”, específicamente las que informan acerca de las actividades de los candidatos en la segunda vuelta electoral.

Tabla N°1

Guía de Observación

Título	:	
Fecha	:	de 2021
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada

Imagen	:	
---------------	---	--

Clasificación de la información		
1. La noticia		
Descripción	:	
Selección	:	
Énfasis	:	
Exclusión	:	

Clasificación de encuadres visuales		
1. Fotografía		
Descripción	:	
Planos	:	Plano
Ángulos	:	Normal
Edición	:	Sí () No (X)

Construcción del mensaje		
1. Los titulares		
Descripción	:	
Claridad	:	Sí (X) No ()

Concreción	:	Sí (X) No ()
Concisión	:	Sí (X) No ()
Tamaño	:	
Ubicación	:	
Colores	:	Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis

3.6. PROCEDIMIENTOS

Identificamos en la web PERU QUIOSCO 16 portadas del diario EL COMERCIO las cuales se utilizó para el análisis de portadas entre el 2 de mayo al 6 de junio del 2021.

El instrumento fue aplicado en un solo día del presente año 2021. De acuerdo a las coordinaciones requeridas nuestra guía de información fue analizada y aprobada por expertos para obtener los resultados de cada portada.

Concluyendo que dentro del diario “EL COMERCIO” se daba mayor importancia a la segunda vuelta presidencial entre Keiko Fujimori, candidata del partido de derecha Fuerza Popular. En tanto, su contrincante era Pedro Castillo, representante del partido de izquierda Perú Libre. Mostrando un favoritismo hacia Fuerza popular.

3.7. Rigor científico

La investigación tiene rigor científico puesto que, su confiabilidad se ha basado en diversos antecedentes y sus bases teóricas de acuerdo al tema tratado.

3.8. Método de análisis de datos

Después de aplicar el instrumento, el cual fue validado por tres expertos, se procedió a la interpretación de cada cuadro basado en la base teórica.

3.9. Aspectos éticos

La investigación no se manipuló ni se alteró, cada punto tratado fue bajo los principios éticos como comunicador social.

La cita textual del presente trabajo está correctamente acreditada con el respeto al derecho del autor mediante el sistema de referencias bibliográficas según las normas APA.

Teniendo en cuenta que la presente investigación paso por el Turnitin, el cual permite validar el grado de similitud, siendo evidencia que esta investigación es totalmente propia.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tabla N°1

Guía de Observación

Título	: Fujimori da nuevas propuestas; Castillo mantiene discurso
Fecha	: Domingo, 02 de mayo de 2021
Medio	: El Comercio
Página	: Portada
Imagen	:

Clasificación de la información	
2. La noticia	
Descripción	: Las propuestas de dos candidatos rumbo a la presidencia

Selección	:	Debate en Chota es el primer encuentro entre Fujimori y Castillo
Énfasis	:	Resalta que Fujimori trae propuestas novedosas
Exclusión	:	Falta del compromiso protocolar respecto al covid 19

Clasificación de encuadres visuales		
2. Fotografía		
Descripción	:	La imagen muestra a Keiko Fujimori como una mujer segura de sus propuestas mientras que a Pedro Castillo con la mano en el sombrero y mirando hacia abajo da signos de preocupación e inseguridad.
Planos	:	Plano Americano
Ángulos	:	Normal
Edición	:	Sí () No (X)

Construcción del mensaje		
2. Los titulares		
Descripción	:	Una notoria inclinación hacia Keiko Fujimori
Claridad	:	Sí (X) No ()
Concreción	:	Sí (X) No ()
Concisión	:	Sí (X) No ()
Tamaño	:	Mediano
Ubicación	:	Central
Colores	:	Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis	
<p>Desde la fotografía seleccionada para la portada podemos percibir con notoriedad que se ha construido un mensaje en beneficio a un candidato. Los colores utilizados son, los que por lo general usa el diario para diferenciarse de la competencia. Así mismo el titular defiende las ideas del partido de derecha, y la percepción de un futuro votante se inclinaría por la candidata Keiko Fujimori, ya que un lector busca y se centra en encontrar propuestas</p>	

novedosas, y es así como dicha portada lo plantea pero en beneficio de su alineación política. Encontramos también la falta de información sobre el covid 19 en la primera plana, y en ese tiempo era necesario informar sobre los protocolos de bioseguridad.

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	:	Castillo y Cerrón se contradicen sobre posturas políticas
Fecha	:	Miércoles, 05 de mayo de 2021
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada

Imagen :

UCES **Aviarte** **Desaparece**

DT **El Manchester City vence al PSG 2-0 y juega la final de la Champions por primera vez**

El Gran Corso, a los 200 años de su muerte, sigue despertando fascinación y aversión

El Comercio

TU DECIDES **abril 2021** **Destino del Congreso y la Constitución**

Castillo y Cerrón se contradicen sobre posturas políticas

Candidata. "El señor Cerrón no tiene nada que ver con el pueblo. Esta noche le hace el pueblo", expresó por el asistente al Palacio de Perú Libre.

Dirigente. "Pedro apuesta su parte y nosotros hacemos lo nuestro y llegamos a nuestro", dijo el domingo el secretario general de la agrupación.

Presencia. Leonesa y Fajardo fueron más que protagonistas de la noche de fútbol que se cerró con polémica. Anunciaron su presencia en la semana.

Una tragedia que se anticipó

“No pueden pretender gobernar como si los otros no existiesen”

Apuntes. El ministro de Castillo y Fajardo debe ser más que un ministro y convertirse en el jefe.

MAJORIA

Unidos. En el momento de la votación, la mayoría de los votos se dio a favor de la propuesta de Castillo y Fajardo.

El voto. El voto de los electores de la mayoría que fue a favor de Castillo y Fajardo.

Conozca cómo solicitar el total o montos parciales de la CTS a partir de hoy

Reglamento. Trabajadores pueden solicitar el total o parcial de su CTS a partir de hoy.

Cajamarca padece el peor momento de la segunda ola del virus

Clasificación de la información	
3. La noticia	
Descripción	: Mientras que el candidato de PL excluye al secretario general del partido, este manifiesta su aporte dentro de la campaña.
Selección	: Enfrentamiento de posturas entre Castillo y Cerrón
Énfasis	: Evidencia el aporte de Cerrón en el partido PL
Exclusión	: Caso de aportes de Fuerza Popular

Clasificación de encuadres visuales	
3. Fotografía	
Descripción	: Resalta la imagen de una tragedia internacional
Planos	: Plano General
Ángulos	: Normal
Edición	: Sí () No (X)

Construcción del mensaje	
3. Los titulares	
Descripción	: Muestra discrepancia de miembros dentro de la bancada de PL
Claridad	: Sí (X) No ()
Concreción	: Sí (X) No ()
Concisión	: Sí (X) No ()
Tamaño	: Mediano
Ubicación	: Centro izquierda
Colores	: Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
Pese a las oposiciones de los ciudadanos, El Comercio manifiesta cierta preocupación por el destino del congreso y la constitución, resaltando la discrepancia de miembros dentro del partido Perú Libre. Se demuestra que hay una preferencia política del diario, desde la selección de la noticia hasta la exclusión encontramos cierta adscripción por el partido de derecha, la portada

no resalta las irregularidades de la bancada de Keiko Fujimori y la imparcialidad del tratamiento de ambas noticias hace que el lector solo se entretenga mas no se eduque.

En esta portada se observa que la imagen no va acorde al titular principal, utiliza una fotografía de una tragedia internacional, y las medianas letras siguen mostrando a Pedro Castillo como un candidato con falta de decisión, por lo tanto el lector solo se informa pero mantiene dudas sobre el candidato a elegir.

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	:	Castillo modifica discurso por el apoyo de Mendoza
Fecha	:	Jueves, 06 de mayo 2021
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada
Imagen	:	

Clasificación de la información		
4. La noticia		
Descripción	:	Se enfoca en alianzas de partidos de izquierda con Castillo
Selección	:	Modificación del discurso de Pedro Castillo
Énfasis	:	Apoyo de Verónica Mendoza
Exclusión	:	Inactividad de Fuerza Popular en el debate del congreso

Clasificación de encuadres visuales	
4. Fotografía	
Descripción	: Campaña de vacunación para personas con síndrome de Down
Planos	: Plano Americano
Ángulos	: Normal
Edición	: Sí () No (X)

Construcción del mensaje	
4. Los titulares	
Descripción	: Nuevas alianzas estratégicas de Pedro Castillo
Claridad	: Sí (X) No ()
Concreción	: Sí (X) No ()
Concisión	: Sí (X) No ()
Tamaño	: Mediano
Ubicación	: Centro izquierda
Colores	: Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
<p>La portada resalta que, a pesar de las confrontaciones durante la primera vuelta electoral, Verónica Mendoza opta por apoyar a PL y este cambia automáticamente su discurso con el fin de generar nuevas alianzas con partidos de izquierda. Esta portada mantiene la descripción de un candidato sin propuestas, con falta de decisión y sin plan de gobierno. El lector comprende que Pedro Castillo, es un hombre que se acomoda de acuerdo a la situación que se le presenta. El comercio mantiene en letras pequeñas noticias que generen oposición para Fuerza Popular. Encontramos nuevamente la imparcialidad que presenta el diario, siendo uno de los más consumidos por el ciudadano, no orienta al lector y este sigue teniendo dudas respecto a la elección por el nuevo presidente.</p>

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	:	Castillo y Fujimori debatirán y sus técnicos también
Fecha	:	Jueves, 13 de mayo 2021
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada
Imagen	:	

Clasificación de la información		
5. La noticia		
Descripción	:	Información sobre el ejercicio democrático en la segunda vuelta
Selección	:	Primer debate en la segunda vuelta organizado por el JNE

Énfasis	:	Debate de técnicos de ambos partidos
Exclusión	:	El Perú figura entre los países con el mayor nivel de informalidad

Clasificación de encuadres visuales		
5. Fotografía		
Descripción	:	Invitación por el día internacional del Museo
Planos	:	Primer Plano
Ángulos	:	Normal
Edición	:	Sí (X) No ()

Construcción del mensaje		
5. Los titulares		
Descripción	:	Se hace presencia de la participación que tendrán los técnicos en el debate
Claridad	:	Sí (X) No ()
Concreción	:	Sí (X) No ()
Concisión	:	Sí (X) No ()
Tamaño	:	Mediano
Ubicación	:	Izquierda
Colores	:	Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
<p>El titular muestra imparcialidad y los subtítulos ubicados alrededor detallan algunas actividades de ambos candidatos durante su campaña política. Desde la selección de la noticia, esta portada no muestra favoritismo por algún candidato y cumple con informar al lector. Así mismo la portada excluye una relevante información para los lectores, sobre el enfrentamiento de la informalidad en el Perú. La imagen seleccionada no refuerza el titular noticioso, pero las letras medianas resaltan la importancia del próximo debate, la construcción de este mensaje mantiene activo el interés del lector para una siguiente edición del diario. Consideramos que es una portada ejemplar, ya</p>

que no tiene preferencia política y además educa al ciudadano con efeméride internacional.

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	:	El primer simulacro de votación de Ipsos
Fecha	:	Domingo, 16 de mayo 2021
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada
Imagen	:	

Clasificación de la información	
6. La noticia	
Descripción	: Porcentaje a la fecha según las encuestas de Ipsos
Selección	: El primer simulacro de votación en la segunda vuelta
Énfasis	: La remontada de votos de Keiko Fujimori
Exclusión	: El riesgo del indulto a Antauro Humala

Clasificación de encuadres visuales	
6. Fotografía	
Descripción	: Rostros de ambos candidatos, imágenes de las actividades
Planos	: Primer Plano Plano Conjunto Plano Americano
Ángulos	: Normal
Edición	: Sí (X) No ()

Construcción del mensaje	
6. Los titulares	
Descripción	: Se enfoca en el antivoto y la oposición que genera PL
Claridad	: Sí (X) No ()
Concreción	: Sí (X) No ()
Concisión	: Sí (X) No ()
Tamaño	: Grande
Ubicación	: Centro
Colores	: Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
Dicha portada señala que la distancia que separa a ambos candidatos se encuentra al margen de error, dejando en claro que el antivoto de FP se reduce. Desde el énfasis de esta noticia, podemos describir que dicha portada se presenta a favor de Keiko Fujimori, resaltando la cercanía de los votos. Las imágenes están editadas mostrando la mejor toma de ambos candidatos, con

ello, la primera página intenta dar un enfoque imparcial a través de los rostros. Pero entrando en detalle con cada encuadre, observamos que se han colocado dos imágenes de la candidata Fujimori sonriendo y sin mascarilla, mientras que se ve a Pedro Castillo más serio y con cubreboca, por tal razón consideramos que la presencia de gestos en las fotos, también influyen en la percepción del público.

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	: Guillermo Bermejo: “Si tomamos el poder, no lo vamos a dejar”
Fecha	: Martes, 18 de mayo 2021
Medio	: El Comercio
Página	: Portada
Imagen	: 

Clasificación de la información	
7. La noticia	
Descripción	: Manifiesta el pensamiento socialista del congresista de PL: Guillermo Bermejo
Selección	: Grabación difundida con postura antidemocrática
Énfasis	: Bermejo: pretende instaurar la revolución socialista
Exclusión	: -

Clasificación de encuadres visuales	
7. Fotografía	
Descripción	: La fotografía del congresista no es acorde al titular
Planos	: Primer Plano
Ángulos	: Normal
Edición	: Sí () No (X)

Construcción del mensaje	
7. Los titulares	
Descripción	: La frase que utiliza la portada genera temor ante una futura dictadura en el país
Claridad	: Sí (X) No ()
Concreción	: Sí (X) No ()
Concisión	: Sí (X) No ()
Tamaño	: Grande
Ubicación	: Centro izquierdo
Colores	: Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
Esta portada presenta un partido (PL) con ideologías radicales, desde la selección de la noticia podemos observar al congresista Bermejo como un integrante de un partido socialista, que pretende quedarse en el poder. Y desde la imagen colocada, podemos analizar que, el diario usa fotografías

pasadas para reforzar un acontecimiento, esto engaña y confunde visualmente al lector. Además le genera dudas y miedo ante un posible gobierno dictatorial. Además la primera plana resalta que, la selección peruana de futbol muestra su apoyo indirectamente a lideresa de Fuerza Popular, con mensajes de “no al comunismo” y “no al terrorismo”, comentarios que han sido utilizados durante toda la campaña política para favorecer al partido de derecha.

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	:	Castillo evade un deslinde claro tras audio de Bermejo
Fecha	:	Miércoles, 19 de mayo 2021
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada
Imagen	:	
Clasificación de la información		

8. La noticia	
Descripción	: Pedro Castillo no toma en cuenta las acusaciones del actual congresista de PL: Bermejo
Selección	: Deslinde del audio de Bermejo
Énfasis	: Castillo seguro de ganar la segunda vuelta electoral
Exclusión	: Evalúan restricciones para los Graña

Clasificación de encuadres visuales	
8. Fotografía	
Descripción	: Presentación de los nuevos integrantes del equipo técnico de ambos partidos
Planos	: Plano Conjunto
Ángulos	: Normal
Edición	: Sí () No (X)

Construcción del mensaje	
8. Los titulares	
Descripción	: Evasión de Castillo con fuertes declaraciones de congresista de su partido
Claridad	: Sí (X) No ()
Concreción	: Sí (X) No ()
Concisión	: Sí (X) No ()
Tamaño	: Grande
Ubicación	: Centro izquierda
Colores	: Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
Castillo no declara respecto al audio de Bermejo. Esta portada trata a la noticia como un informe básico para el lector, le da datos específicos mencionando que el electo congresista mantiene un juicio por terrorismo y citando al ministerio público, ratifica que Bermejo se reunió con cabecillas de Sendero Luminoso en el Vraem. El candidato Pedro Castillo mediante la primera plana

de esta edición queda como un hombre que no toma en cuenta los antecedentes de las personas que rodean su círculo político. Al no declarar, el lector interpreta que, Castillo puede estar al tanto de los movimientos y quiere pasar desapercibido o simplemente no le importa la opinión de los futuros votantes y eso le genera un anti-voto, ya que el lector siempre buscará acercarse a la verdad.

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	:	Facción de Cerrón toma el mando en la bancada de PL
Fecha	:	Jueves, 20 de mayo 2021
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada
Imagen	:	

Clasificación de la información	
9. La noticia	
Descripción	: Cerrón se muestra autoritario dentro de su partido
Selección	: Secretario general tiene ascendencia en 22 de 37 representantes
Énfasis	: Cerrón toma el mando de la bancada de PL
Exclusión	: No habrá vacunación durante 4 días por elecciones

Clasificación de encuadres visuales	
9. Fotografía	
Descripción	: Muestra cara de los miembros del partido PL y alrededor imágenes de las actividades de Fujimori y Castillo
Planos	: Primer Plano
Angulos	: Normal
Edición	: Sí () No (X)

Construcción del mensaje	
9. Los titulares	
Descripción	: Señala que Cerrón ve los lineamientos políticos del partido PL
Claridad	: Sí (X) No ()
Concreción	: Sí (X) No ()
Concisión	: Sí (X) No ()
Tamaño	: Grande
Ubicación	: Centro izquierda
Colores	: Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
La portada muestra que Vladimir Cerrón tiene un alto cargo en su partido, que tiene poder en la mayoría de los representantes, desautorizando muchas veces al candidato presidencial Castillo y causando conflictos entre los mismos militantes del partido de Perú libre. Esto no solo causa un conflicto dentro del

partido si no que muestra una falta de autoridad de Castillo demostrando que las decisiones en el partido las toma el, causando duda entre posibles votantes ya que Vladimir Cerrón ha demostrado pensamientos de izquierda extrema. Mientras que a su alrededor muestra a Fujimori como opción para la reactivación de la economía.

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	:	“Es alarmante ver las ideas que trata de defender Castillo”
Fecha	:	Sábado, 22 de mayo 2021
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada
Imagen	:	

Clasificación de la información	
10.La noticia	
Descripción	: Moisés Naím alarma a los lectores por ideas sociopolíticas que defiende Castillo
Selección	: Punto de vista sobre la realidad política de la región
Énfasis	: Análisis del ensayista Moisés Naím
Exclusión	: El JNE afronta varias críticas en pleno proceso

Clasificación de encuadres visuales	
10.Fotografía	
Descripción	: Carrillo, una mirada desde Arabia Saudita
Planos	: Plano Entero
Ángulos	: Normal
Edición	: Sí () No (X)

Construcción del mensaje	
10.Los titulares	
Descripción	: Alerta y preocupación por la ideología de Pedro Castillo
Claridad	: Sí (X) No ()
Concreción	: Sí (X) No ()
Concisión	: Sí (X) No ()
Tamaño	: Grande
Ubicación	: Centro izquierda
Colores	: Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
La portada usa el análisis del ensayista venezolano Moisés Naím para afirmar que la ideología de Pedro Castillo es necrofilia y que acabaría en fracaso, miseria, hambre y desigualdad. Recordando que Venezuela pasa actualmente por una crisis política que ha llevado a más de 5,4 millones refugiados y migrantes venezolanos están fuera de su país de origen. Mostrando a un

ensayista como una prueba fehaciente que un gobierno de izquierda sería perjudicial para el Perú. Añadiendo como noticias que Pedro Castillo por falta 5 meses a aulas en la huelga del 2017.

La imagen no refuerza el titular.

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	:	Castillo plantea una confiscación de los ahorros de los afiliados a las AFP
Fecha	:	Viernes, 28 de mayo 2021
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada
Imagen	:	

Clasificación de la información	
11.La noticia	
Descripción	: Castillo sostiene que debe crearse un banco de trabajadores
Selección	: Planteamiento de una confiscación de ahorros
Énfasis	: Derechos de más de 7,9 millones de personas en peligro
Exclusión	: Veto de importaciones de arroz, trigo y maíz duplicaría precios

Clasificación de encuadres visuales	
11.Fotografía	
Descripción	: Controversia en el Morro Solar
Planos	: Plano General
Ángulos	: Picado
Edición	: Sí () No (X)

Construcción del mensaje	
11.Los titulares	
Descripción	: Se enfoca en temas pensionarios
Claridad	: Sí (X) No ()
Concreción	: Sí (X) No ()
Concisión	: Sí (X) No ()
Tamaño	: Grande
Ubicación	: Centro izquierda
Colores	: Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
<p>La portada señala el rechazo de especialistas ante el nuevo planteamiento económico de Castillo, esto haría que los lectores tengan la seguridad que la información es correcta y respaldada por personas informadas del tema. Mostrando que el plan económico del Candidato Castillo podría traer caos al Perú esto ocasionaría que algunos lectores analicen muy bien su voto. Informa sobre las acusaciones de Bermejo quien es miembro del partido de Perú Libre. Resaltando la visita de Fujimori para promover la vacuna por el covid19.</p>

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	:	Un total de 249 militantes de Perú Libre figuran en el padrón de Movadef
Fecha	:	Sábado, 29 de mayo
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada
Imagen	:	

Clasificación de la información		
12.La noticia		
Descripción	:	Miembros de PL vinculados con Movadef

Selección	:	Investigación de los militantes de PL
Enfasis	:	Lista de los militantes que figuran en el padrón de Movadef
Exclusión	:	Vacunación de niños se redujo en el 2020 a causa de la pandemia

Clasificación de encuadres visuales		
12.Fotografía		
Descripción	:	Testimonios revelan la crueldad de la matanza en el Vraem
Planos	:	Plano General
Ángulos	:	Normal
Edición	:	Sí (X) No ()

Construcción del mensaje		
12.Los titulares		
Descripción	:	Preocupación por militantes vinculados con el terrorismo
Claridad	:	Sí (X) No ()
Concreción	:	Sí (X) No ()
Concisión	:	Sí (X) No ()
Tamaño	:	Grande
Ubicación	:	Centro izquierda
Colores	:	Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
<p>249 militantes de Perú Libre figuran en Movadef esta portada nos mostraría una lista que dejaría mal al partido de Perú libre dejando en evidencia los nexos de sus militantes, recordando que nuestro país sufrió por el terrorismo dejando víctimas en los atentados y muchos militares quienes hasta el día de hoy sufren las consecuencias de los ataques de inescrupulosos que sembraron el terror en todo el Perú. Esto crearía desconfianza en los posibles votantes de Castillo.</p>

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	: Voto a voto
Fecha	: Domingo, 30 de mayo 2020
Medio	: El Comercio
Página	: Portada
Imagen	

Clasificación de la información	
13.La noticia	
Descripción	: Ultimo simulacro de votación
Selección	: Porcentaje de votos

Énfasis	:	Se mantiene la intención de voto de castillo y sube ligeramente Keiko
Exclusión	:	Nuevos grupos acceden a la vacuna

Clasificación de encuadres visuales		
13.Fotografía		
Descripción	:	Rostros de los candidatos y en los alrededores Caravana cívica por la democracia
Planos	:	Primer Plano
Ángulos	:	Normal
Edición	:	Sí () No (X)

Construcción del mensaje		
13.Los titulares		
Descripción	:	Información sobre el ultimo simulacro
Claridad	:	Sí (X) No ()
Concreción	:	Sí (X) No ()
Concisión	:	Sí (X) No ()
Tamaño	:	Grande
Ubicación	:	Centro
Colores	:	Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis	
<p>Esta portada nos informa de manera imparcial como el porcentaje de simulacro de votación nos muestra a Pedro Castillo y Keiko Fujimori en un empate técnico, creando incertidumbre antes las votaciones.</p> <p>No presenta preferencia por ningún candidato.</p>	

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	:	Fujimori anuncia más propuestas y Castillo repite generalidades
Fecha	:	Lunes, 31 de mayo 2021
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada
Imagen	:	

Clasificación de la información		
14.La noticia		
Descripción	:	Especialistas determinan que ambos candidatos aterrizaron poco sus ofertas
Selección	:	La propuesta de ambos candidatos

Énfasis	:	Nuevas propuestas de Keiko Fujimori
Exclusión	:	Difunden audios de terroristas sobre la matanza en el Vraem

Clasificación de encuadres visuales		
14.Fotografía		
Descripción	:	Se muestra ambos candidatos seguros en sus partidos
Planos	:	Plano Conjunto
Ángulos	:	Normal
Edición	:	Sí () No (X)

Construcción del mensaje		
14.Los titulares		
Descripción	:	Demuestra preferencia hacia la candidata Keiko Fujimori
Claridad	:	Sí (X) No ()
Concreción	:	Sí (X) No ()
Concisión	:	Sí (X) No ()
Tamaño	:	Grande
Ubicación	:	Centro
Colores	:	Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
<p>La portada nos muestra un favoritismo ante el partido de Fuerza popular afirmando que la lideresa Keiko Fujimori dio nuevas propuestas, informando que cuenta con ayuda de especialistas quienes apoyan su campaña y la guían para llevar un mejor plan de gobierno, económico y respecto al ámbito de la salud (covid19), mientras que su contrincante mantuvo el mismo discurso, dejando al candidato Pedro Castillo como un improvisado que no tiene un plan de gobierno fijo.</p> <p>El titular deja una preferencia política hacia Keiko Fujimori.</p>

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	: Gestión de Perú Libre en Junín hizo contratos con más de 540 militantes
Fecha	: Jueves, 3 de junio 2021
Medio	: El Comercio
Página	: Portada
Imagen	:

Clasificación de la información	
15.La noticia	
Descripción	: Investigación sobre la gestión del partido Perú Libre

Selección	:	540 militantes involucrados
Enfasis	:	Contratos con Vladimir Cerrón desde el 2019
Exclusión	:	Nuevos estudios buscan frenar el Covid 19

Clasificación de encuadres visuales		
15.Fotografía		
Descripción	:	Vladimir Cerrón durante su segundo mandato como gobernador
Planos	:	Primer Plano
Ángulos	:	Normal
Edición	:	Sí (X) No ()

Construcción del mensaje		
15.Los titulares		
Descripción	:	Irregularidades del partido Perú Libre en Junín
Claridad	:	Sí (X) No ()
Concreción	:	Sí (X) No ()
Concisión	:	Sí (X) No ()
Tamaño	:	Grande
Ubicación	:	Centro izquierda
Colores	:	Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
<p>A pocos días de las elecciones la portada saca a flote gestión de Perú Libre durante el 2019. 519 militantes involucrados esto ocurrió en Junín con un presupuesto exuberante creando hasta última instancia un antivoto hacia el partido de Castillo por distintas irregularidades que viene presentando el partido de Perú Libre.</p> <p>No menciona ninguna irregularidad de Keiko Fujimori.</p>

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	:	Fin de Campaña
Fecha	:	Viernes, 04 de junio 2021
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada
Imagen	:	

Clasificación de la información		
16.La noticia		
Descripción	:	Keiko Fujimori y Pedro castillo cerraron campaña dirigiéndose a sus simpatizantes
Selección	:	Equipos técnicos resuelven las dudas sobre cinco sectores claves
Énfasis	:	Los retos de la seguridad

Exclusión	:	No excluye
------------------	---	------------

Clasificación de encuadres visuales		
16.Fotografía		
Descripción	:	Pedro Castillo y Keiko Fujimori ambos felices en el cierre de Campaña
Planos	:	Plano General
Ángulos	:	Normal
Edición	:	Sí () No (X)

Construcción del mensaje		
16.Los titulares		
Descripción	:	Ambos partidos junto a sus aliados políticos hicieron un meeting electoral con finalidad de convencer a los ciudadanos para las votaciones del domingo.
Claridad	:	Sí (X) No ()
Concreción	:	Sí (X) No ()
Concisión	:	Sí (X) No ()
Tamaño	:	Grande
Ubicación	:	Centro
Colores	:	Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
<p>El Perú se encamina a una lucha por la presidencia entre el radical Pedro Castillo y Keiko Fujimori, a solo dos días de las elecciones ambos candidatos muestran sus mejores propuestas con fin de ganar votantes para este domingo. El Perú que no vive en Lima, el que no está en redes sociales y al que nadie prestaba atención por muchos años (pueblos olvidados) durante la campaña electoral ha logrado colocar a un candidato que nadie vio llegar a la cabeza de la carrera electoral. Pedro Castillo un sindicalista de izquierda radical, por otro lado tenemos a Lima y parte del Norte del Perú apoyando al partido de derecha de Keiko Fujimori quien vuelve a lanzarse a la presidencia obteniendo en los simulacros un porcentaje alto en la capital.</p>

INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Tabla N° 1

Guía de Observación

Título	:	TU DECIDES
Fecha	:	Domingo, 06 de junio 2021
Medio	:	El Comercio
Página	:	Portada
Imagen	:	

Clasificación de la información		
17.La noticia		
Descripción	:	Llego la hora de la definición final de los votantes
Selección	:	Día central de las elecciones
Énfasis	:	La decisión final por el futuro del país
Exclusión	:	No excluye

Clasificación de encuadres visuales

17.Fotografía		
Descripción	:	Anfora de voto
Planos	:	Normal
Ángulos	:	Normal
Edición	:	Sí () No (X)

Construcción del mensaje		
17.Los titulares		
Descripción	:	
Claridad	:	Sí (X) No ()
Concreción	:	Sí (X) No ()
Concisión	:	Sí (X) No ()
Tamaño	:	Grande
Ubicación	:	Centro
Colores	:	Amarillo, rojo, blanco, negro.

Resumen de análisis
<p>Castillo a pocas horas de cerrar su campaña se reunió con su equipo técnico y renovó vocerías en algunos ejes temáticos en una presentación del “equipo técnico ampliado”, mientras que Keiko Fujimori demostró durante la campaña un plan de gobierno más democrático generando confiabilidad en una buena economía al país. Pero recordemos que todavía hay lectores que están indecisos y que hay parte de voto que se decide en las últimas horas.</p>

Para esta investigación se realizó el análisis de las portadas del diario El Comercio entre el 2 de mayo al 6 de junio del 2021. Se destaca que, dentro de la agenda informativa se daba mayor importancia a la segunda vuelta presidencial entre Keiko Fujimori, candidata del partido de derecha Fuerza Popular. En tanto, su contrincante era Pedro Castillo, representante del partido de izquierda Perú Libre.

En este análisis se destaca también algunas actividades relacionados a este fin. Por ejemplo, se desarrollaron dos debates el primero llevado a cabo el día 01 de mayo. Hubo también un intento fallido, ya que el candidato de Perú Libre no se presentó en las afueras del penal Santa Mónica. Finalmente, el último debate organizado por el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) se llevó a cabo el día domingo 30 de Mayo.

Los datos señalados permiten contextualizar la investigación para interpretar cada una de las categorías establecidas. Así mismo señalar la postura y los lineamientos que toma el diario El Comercio, durante una controversial etapa de elecciones presidenciales.

A continuación, se presentan los titulares en las fechas señaladas, los cuales abordan la temática de segunda vuelta electoral:

Tabla N° 2

Resumen de titulares

v	Fecha	Titulares
1	Domingo, 2 de mayo	Fujimori da nuevas propuestas; Castillo mantiene discurso
2	Miércoles, 5 de mayo	Castillo y Cerrón se contradicen sobre posturas políticas
3	Jueves, 6 de mayo	Castillo modifica discurso por el apoyo de Mendoza
4	Jueves, 13 de mayo	Castillo y Fujimori debatirán y sus técnicos también
5	Domingo, 16 de mayo	El primer simulacro de votación de Ipsos

6	Martes, 18 de mayo	Guillermo Bermejo: “Si tomamos el poder, no lo vamos a dejar”
7	Miércoles, 19 de mayo	Castillo evade un deslinde claro tras audio de Bermejo
8	Jueves, 20 de mayo	Facción de Cerrón toma el mando en la bancada de PL
9	Sábado, 22 de mayo	“Es alarmante ver las ideas que trata de defender Castillo” [Declaración de Moisés Naím]
10	Viernes, 28 de mayo	Castillo plantea una confiscación de los ahorros de los afiliados a las AFP
11	Sábado, 29 de mayo	Un total de 249 militantes de Perú Libre figuran en el padrón de Movadef
12	Domingo, 30 de mayo	Voto a voto
13	Lunes, 31 de mayo	Fujimori anuncia más propuestas y Castillo repite generalidades
14	Jueves, 3 de junio	Gestión de Perú Libre en Junín hizo contratos con más de 540 militantes
15	Viernes, 4 de junio	Fin de Campaña
16	Domingo, 6 de junio	TU DECIDES

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados de la clasificación de la información

En esta sección se presenta los resultados basados en la categoría clasificación de la noticia, la misma que cuenta con cuatro dimensiones de análisis: descripción, selección, énfasis y exclusión.

Entre el 02 y 06 de mayo de 2021 (primera semana del mes), se encontró que, dos de las tres portadas hacen mención a las posturas internas del partido Perú Libre con el fin de mantener una segunda vuelta con otro discurso.

Por ejemplo, el Diario El Comercio menciona en su portada del 2 de mayo que, Castillo mantiene sus propuestas, las cuales son consideradas por el propio medio como unas de izquierda. Sin embargo, más adelante se observa que, con el fin de alcanzar a otros partidos, el candidato del lápiz se alía con Verónica Mendoza, modificando su discurso radical. Desde la selección de la noticia, interpretamos que el diario se inclina por mantener el concepto de Pedro Castillo, como un candidato sin plan de gobierno y que se acomoda a la situación para sacar una ventaja de votos.

Desde el énfasis de la noticia, en esta primera semana se observa una tendencia en las portadas al hablar sobre las disputas internas del candidato Castillo con miembros de su partido y saludan las propuestas realizadas por la candidata Fujimori como se observa en la primera portada.

Desde el análisis de exclusión de la noticia en la portada periodística, se encontró temas importantes relacionados a la pandemia y los protocolos del Covid 19, caso de aportes de Fuerza Popular (FP) y la inactividad en el congreso. El tratamiento que le dan a estas noticias se encuentra en la categoría de exclusión, ya que son temas que no se encuentran en la primera plana del periódico, se interpreta que el diario quiere informar vagamente respecto a estos temas vinculados con FP, para no perjudicar la campaña de la candidata Fujimori.

En la segunda semana comprendida entre el jueves 13 y domingo 16 de mayo se encontró dos portadas que informan respecto al próximo debate y el simulacro de votación Ipsos. Desde la selección de la noticia, se puede observar que el diario va a informar con datos estadísticos, pero no orienta, ni educa al lector porque trata la noticia favoreciendo a la candidata de FP. Desde el énfasis del tratamiento informativo, resalta que, Keiko Fujimori ha tenido un alza de votos, hay una clara inclinación por el partido de derecha. De esta manera podemos observar como a través de una portada el diario pierde la objetividad, así mismo la imparcialidad.

En la tercera semana analizada entre el martes 18 y el sábado 22 de mayo, muestra portadas que vinculan al candidato Pedro Castillo con actividades heteróclitas de dos activos miembros de su partido. El martes 18 encontramos a Guillermo Bermejo y en el jueves 20 a Vladimir Cerrón. Desde la selección de la se explica que, ha sido una semana contando una historia alarmante para el público lector, respecto a los irregulares ejercicios de miembros del partido PL, a raíz de un audio difundido en el medio televisivo.

Respecto al énfasis que trata la noticia durante esa semana, podemos decir que, se centra en los comentarios en contra de Pedro Castillo, ya que el candidato no declara. Estas portadas reflejan que hay un control por parte del secretario general del partido y que los miembros pretenden llegar al poder para tener el mando absoluto. Además, coloca a Fujimori como una buena opción de reactivación económica.

La exclusión que se destacó durante esta semana es del día 20 de mayo, donde nuevamente el diario no toma en cuenta la importancia de que el ciudadano se interese por los protocolos de bioseguridad que deberían tomar durante las elecciones.

En la cuarta semana, comprendida entre el viernes 28 y domingo 30 de mayo describe la preocupación por la economía y los planteamientos de Pedro Castillo como una propuesta inaudita. Desde la selección de la noticia podemos analizar que se ha tratado información que le genera inquietud al lector. Dando énfasis al dato del padrón de Movadef, en el cual figuran militantes del partido Perú Libre. Cuando la portada destaca una cavilación por parte del partido del lápiz, esta a su vez propone el plan de Keiko como opción afable para el Perú, también deja visualizar la ligera subida de votos de la candidata.

La portada excluye información respecto al veto de importaciones de productos como el arroz trigo y maíz el cual generaría una subida de precios. Desde ya la crisis política venía afectando la economía del país y esta portada oculta una relevante noticia que debió ser considerada en la primera plana para atraer al lector a interesarse, educarse y prevenir a través de una breve lectura. Así mismo encontramos en la portada del 30 de mayo que no consideran apto colocar a los nuevos grupos que acceden a la vacuna contra el covid 19.

La quinta y última semana usada por esta investigación comprende entre el lunes 31 de mayo y domingo 06 de junio. Desde la selección de la noticia podemos observar nuevamente que mientras más se acerca el día central de la votación, el diario a través de la portada manifiesta su notable inclinación política por el partido de derecha. Más propuestas de Fujimori deja ver que dicha portada quiere atraer al lector, por lo “novedoso”, perdiendo la imparcialidad, puesto que no informa las irregularidades de los miembros de la bancada de Keiko Fujimori pero si la de los militantes de Castillo. Desde el énfasis, se considera resaltar que la portada trata ala noticia en contra de los pensamientos de izquierda, pero ya el último día percibimos que, a través de la construcción de la noticia para la portada el lector tendrá una amplia visión de interpretación para la decisión final del voto.

Clasificación de los encuadres visuales

En esta sección se presenta los resultados basados en la categoría clasificación de los encuadres visuales, donde encontramos cuatro dimensiones de análisis: descripción, planos, ángulos, edición.

Para esta categoría vamos a realizar un análisis general. Ya que no todas las fotografías usadas en las portadas son acordes al tratamiento de la noticia principal. Usualmente las portadas de El Comercio utilizan planos americanos, conjuntos, medio o primer plano (cuando muestra el rostro de los candidatos) o planos generales cuando quiere abarcar todo el lugar de la actividad.

Podemos percibir desde los encuadres visuales, que el diario El comercio

frecuentemente utiliza ángulos normales, pero queremos destacar que, hay portadas que no muestran la imagen de la situación real. Por ejemplo, la del día martes 18 de mayo, el cual muestra a Guillermo Bermejo, actual congresista de Perú Libre con el micrófono en mano, y con un titular enunciativo: “Si tomamos el poder no lo vamos a dejar”, la imagen hace creer al lector que se expresó de tal manera en un meeting político, pero este fue un audio difundido en las noticias de la televisión peruana. Aquí podemos ver la ausencia de ética por parte del periodista y observamos que el diario busca su propio beneficio no solo económico sino también a favor de sus lineamientos políticos de derecha. Provocando que el lector solo se entretenga e intérprete de manera errónea las acciones de los miembros de Perú Libre. No es lo mismo colocar una foto actualizada o del momento real, que una pasada y sin descripción (en letras pequeñas).

Análisis de la construcción del mensaje

En esta sección se presenta los resultados basados en la categoría de la construcción del mensaje tomando al titular de la portada como estudio, donde encontramos 7 dimensiones de análisis: descripción, claridad, concreción, concisión, tamaño, ubicación, colores.

En cuanto a la descripción de los titulares según la tabla N°1 encontramos de tipo informativo y enunciativo. Siendo este último, considerado como enganche para el público lector. El tratamiento informativo que se le otorga al titular es acorde a la claridad para entender el mensaje, la concreción y la concisión.

Se ha determinado que estos tres factores han sido ideales para que el mensaje llegue inmediato a la mente del consumidor. Los titulares escogidos, potencian la función apelativa del mensaje, mientras que la concisión designa lo esencial que se quiere comunicar y la concreción analiza la brevedad en la que se establecieron.

Este ejercicio ha logrado su objetivo, usando la creatividad para tratar la construcción del mensaje, de tal manera que, logra diferenciarse de la competencia y por ende sigue siendo uno de los diarios más consumidos en el Perú. A su vez identificamos que la falta de información en la primera página ha generado dudas y controversia, al leer el contenido completo dentro del diario, el espectador va

encontrarse con el tema relacionado, pero no como se lo imaginaba, según el mensaje utilizado en la portada.

En cuanto a la ubicación, los titulares han sido por lo general ubicados al centro de la portada, la clásica técnica que usan los diarios. Se observó también que hay titulares en letras mediana y otros más grandes, de acuerdo a la importancia que le quieren dar al mensaje. Mientras más grande sea el tamaño, mejor visualización tendrá una persona situada a uno o dos metros del quiosco o tienda en la que se encuentre en venta el diario. A partir de la revisión de los colores, todas las portadas emplean el color amarillo, rojo, blanco y negro. Son colores que usa el diario como norma establecida hasta la actualidad.

De acuerdo al objetivo principal el cual se basó en, analizar el tratamiento informativo en las portadas del diario “El Comercio” durante la segunda vuelta electoral en Lima durante mayo y junio de 2021. Se encontró como resultado que, en un contexto político, específicamente durante la segunda vuelta electoral, desde la selección y énfasis de la noticia, fue continuo el seguimiento que se le dio a los temas basados en la irregularidad de los miembros del partido Perú Libre.

Coincide con Motta porque, muestra la frecuencia de publicidad de una noticia relacionada a las personas con discapacidad que está sujeta o subordinada a la aparición de otros sucesos. Y en este caso, a cada portada se le otorga un tratamiento con otros sucesos paralelos a las elecciones, pero esta a su vez vincula al candidato Pedro Castillo.

De acuerdo al objetivo específico 1 el cual establece describir la clasificación de la información se obtiene que, si bien es cierto el diario Perú 21 pertenece al grupo El Comercio, las portadas que fueron analizadas por esta investigación muestran favoritismo hacia la candidata de Fuerza Popular, el mismo que mostró hace 5 años cuando Keiko Fujimori estuvo en segunda vuelta.

El estudio guarda relación con Cuipal ya que con ello se confirma que, el diario El Comercio, pierde la imparcialidad y le da preferencia a la candidata Fujimori defendiendo sus intereses políticos como editorial.

Nuevamente en cuanto al objetivo 1, el estudio no encuentra en la selección de noticias que, el Jurado Nacional de Elecciones destaque su participación para informar al público lector, excepto en la portada del 13 de mayo del último debate presidencial.

Así mismo coincide con Ramos, quien establece en su tesis la escasa información que tratan los medios en cuanto al JNE en elecciones regionales, ya que, durante el contexto electoral, los medios han destacado en su totalidad ideologías políticas, informando acerca de los candidatos, pero sin orientar y educar al lector.

En cuanto al objetivo específico 2, el cual era identificar la clasificación de los encuadres visuales en las portadas, obtiene que frecuentemente utiliza ángulos normales, pero destaca que, hay portadas que no muestran la imagen de la situación real. Generando que el lector, solo se entretenga e intérprete de manera errónea las noticias presentadas porque usan fotografías del pasado.

El estudio coincide con Piñeiro y Mangana sobre que, la imagen goza de entidad comunicativa por sí misma. En tanto las portadas del diario El Comercio, reflejaron a través de los encuadres visuales, una comunicación atractiva, pero no eran acorde la construcción del mensaje.

En cuanto al objetivo específico 3, el cual consiste en la construcción del mensaje se ha establecido que, los titulares potencian la función apelativa del mensaje. La creatividad por parte del periodista motiva a iniciar una lectura rápida y este a su vez percibe que, la falta de información en la primera página ha generado dudas y controversia al momento de tomar una decisión.

El estudio coincide con Arboleda, porque presenta un impacto de las portadas de un diario que influye en la opinión pública y en las portadas analizadas, se ha interpretado que desde la construcción del mensaje el diario busca inducir al lector en sus decisiones con titulares agradables para formar un criterio de los ciudadanos.

La presente investigación también encontró que, la portada trató a la noticia desde la selección con falta de neutralidad. Por lo tanto coincide con este antecedente ya que hablan de un incumplimiento de imparcialidad. En este caso los titulares difundidos, solían mostrar indirectamente el apoyo a la lideresa de Fuerza Popular.

El proyecto de investigación coincide con Regalado, puesto que en su mayoría las portadas mostraron su apoyo al partido de derecha. Pero resaltamos que estos lo hacían de manera indirecta, ya que se centraban dar mensajes sobre las actividades irregulares del candidato Pedro Castillo, mientras que destacaba a través de la construcción del mensaje a Keiko Fujimori como un buen cambio para el país.

V. CONCLUSIONES

1. En cuanto al análisis del tratamiento informativo en las portadas del diario “El Comercio” durante la segunda vuelta electoral en Lima durante mayo y junio de 2021. Se determina que, las informaciones seleccionadas e interpretadas por los periodistas del diario El Comercio reflejan un sesgo de acuerdo a sus alineamientos políticos.
2. Respecto al segundo objetivo, el cual propone describir la clasificación de la información de las portadas, se determina que las portadas del diario El Comercio favorecen solo a una candidatura, en esta ocasión Keiko Fujimori.
3. Clasificar información significa para este estudio que, de acuerdo a los intereses de los periodistas se parcializa la información en un contexto político electoral.
4. En cuanto al segundo objetivo específico, el cual era identificar la clasificación de los encuadres visuales, se determina que, las imágenes que refuerzan a los titulares creados. Además el diario El Comercio, pierde la credibilidad del lector al usar fotos que no guardaban relación con el tema, quiere decir que en cuanto a la fotografía, este buscó su propio beneficio lucrativo, sin tener en cuenta la orientación y educación que merece el lector.

5. Referente al análisis de la construcción del mensaje. Concluye que, los periodistas buscan titulares atractivos para llamar la atención en primera instancia.
6. El tratamiento informativo en cuanto a la claridad, concreción y concisión juega un papel fundamental en el mensaje que es transmitido al lector, ya que por la brevedad que se requiere, ha perdido la objetividad del acontecimiento desde que se selecciona la noticia.

VI. RECOMENDACIONES

1. La presente investigación culmina recomendando que, en un siguiente estudio, se use para profundizar en el análisis informativo de diferentes temas políticos, como en el ámbito de gobernabilidad.
2. Propone una programación a los diarios, en cuanto a la orientación y educación para el lector, con el fin de que pueda tomar correctas decisiones cuando se trata de elegir al nuevo gobernante del país.
3. Sugiere no excluir en las portadas los temas relevantes en cuanto a salud y educación y cultura, informar a la población de manera imparcial los orientará a buscar sus propias interpretaciones.
4. Al lector le recomienda no dejarse impresionar por las primeras páginas de un diario, ya que pueden caer en la mala interpretación del mensaje. Utilizar imágenes actuales, reales y sin edición para reforzar la construcción del mensaje informativo. Ya que hoy por hoy lo visual es fundamental para atraer al público lector.

REFERENCIAS

- Arboleda. (2019). *Análisis del impacto de las portadas de Diario Extra en la opinión pública de los estudiantes de primer semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad de Guayaquil*. Ecuador: tesis presentada para obtener el grado académico de académico de Comunicación Social.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/42802>
- Cuipal. (2017). *Análisis comparativo del tratamiento periodístico de las notas en la web de los diario Perú21 y La república en el caso segunda vuelta presidencial del 20 de mayo al 09 de junio, 2016*. Lima: tesis presentada en la universidad cesar vallejo para obtener el grado académico de licenciada en ciencias de la comunicación.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1906>
- Calderón. (2020). *Análisis del tratamiento informativo de los medios impresos diario correo y opinión sobre la covid19 periodo de marzo abril 2020*. Ecuador: tesis presentada en la Universidad UTMACH para obtener el grado académico de Licenciada en comunicación social.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16399>
- Del rosario. (2016). *Análisis del tratamiento informativo de los diarios El comercio y La República sobre las políticas de inclusión social impulsadas durante los primeros 100 días del gobierno de Ollanta Humala*. Lima: tesis presentada en la Universidad de Lima para obtener el grado académico de licenciada en Comunicación.
<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/4030>

Escobar. (2017). *Estudio comparativo del tratamiento informativo dado, a los candidatos finalistas a la presidencia de la República, Lenin Moreno y Guillermo Lasso, en las noticias publicadas por los diarios, El Telégrafo y Expreso, durante la primera y segunda vuelta electoral*. Lima: tesis presentada en la Universidad de Lima para obtener el grado académico de licenciada en Comunicación. Ecuador: tesis presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil para obtener el grado académico de licenciado en comunicación social.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/8983?locale=fr>

López. (2019). *Análisis del tratamiento informativo sobre el feminicidio en el portal web del diario el Trome durante los meses en enero a agosto, 2019*. Lima: tesis presentada en la universidad cesar vallejo para obtener el grado de licenciada en ciencias de la comunicación.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/47912>

Loja. (2019). *Tratamiento informativo realizado por los diarios el comercio y el universo de ecuador sobre la detención de Julian Assange, abril – septiembre 2019*. Ecuador: tesis presentada en la Universidad Nacional de Chimborazo para obtener el grado de licenciado en comunicación social.

<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6579>

Motta. (2018). *Análisis del tratamiento informativo en el discurso periodístico de El Comercio y Trome sobre las personas con discapacidad, durante el segundo semestre 2016*. Lima: tesis presentada en la Universidad peruana de ciencias aplicadas para obtener el grado de licenciada en Comunicación y periodismo.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/625066>

Ramos. (2019). *Análisis del tratamiento de la Información Político Electoral y la opinión Pública dentro del Contexto de Elecciones Regionales de Arequipa 2018 (Segunda vuelta)*. Arequipa: tesis presentada en la Universidad Nacional de San Agustín para obtener el grado académico de magister en ciencias con mención en comunicación.

<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/11017>

Regalado. (2017). *El tratamiento informativo de la prensa ecuatoriana en las elecciones: los casos de diario "la hora" y diario "el telégrafo y su cobertura de las actividades proselitistas de los candidatos a la alcaldía de quito agosto barrera (alianza país) y Mauricio rodas (suma) durante la campaña electoral (desde el 7 de enero al 20 de febrero del 2014)*. Ecuador: tesis presentada en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador para obtener el grado académico de licenciada en comunicación con mención en prensa, radio y televisión.

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/14250>

Zorrilla. (1996). El titular de la noticia. Recuperado de:

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/1865/1/T20884.pdf>

Concepto de noticia. Editorial Etecé. Recuperado de:

<https://concepto.de/que-es-la-noticia/>

Goffman. (1974). Framing o teoría del encuadre en comunicación.

Recuperado de:

<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/RLCS-paper1053.pdf> -
[sanchez. \(\)](#).

Ramirez y Sanchez (2019). Estudio de caso.

Recuperado de:

<http://www.revistaespacios.com/a19v40n23/a19v40n23p30.pdf>

La Hermenéutica una actividad interpretativa. (2006). Sapiens. Revista

Universitaria de Investigación. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/410/41070212.pdf> -

Los planos fotográficos. (2008). Recuperado de la revista:

<http://artesvisuales31.blogspot.com/2008/09/en-fotografa-igual-que-en-cine-se-habla.html>

Piñeiro, V. Mangana R. (2018). Los encuadres visuales. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/329426515_Teoria_del_Encuadre_p_a_noramica_conceptual_y_estado_del_arte_en_el_contexto_hispano

ANEXOS



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Carlos Emigdio Cubas Silva

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: Posgrado de la UNMSM

Fecha: 03 de setiembre del 2021

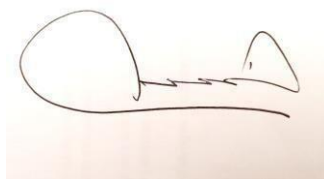
ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro 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	10	01	

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Análisis del tratamiento informativo en las portadas del diario "El Comercio" en la segunda vuelta electoral, Lima mayo - junio 2021”.

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

NOMBRES Y APELLIDOS: Carlos Emigdio Cubas Silva

A handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature is stylized, starting with a large, rounded 'C' followed by several loops and a final upward stroke.

FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

+Apellidos y nombres del experto: Chávez Ramos, Luis Alberto

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 28 de Agosto del 2021

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Análisis del tratamiento informativo en las portadas del diario "El Comercio" en la segunda vuelta electoral, Lima mayo - junio 2021”.

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

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	10		

de las preguntas sobre el tema de investigación.

NOMBRES Y APELLIDOS: Mtro. Luis Alberto Chávez Ramos



FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Vásquez Villacorta Jorge

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: Universidad Cesar Vallejo

Fecha: 28 de Agosto del 2021


TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

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 el tema de investigación.

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	10		

SUGERENCIAS: _____

NOMBRES Y APELLIDOS: JORGE ARMANDO VÁSQUEZ VILLACORTA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jorge Armando Vásquez Villacorta', written over a horizontal line.

FIRMA

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Análisis del tratamiento informativo en las portadas del diario "El Comercio" en la segunda vuelta electoral en Lima durante mayo y junio del 2021

Problema	Objetivos	Variable	Categoría	Sub categorías	Indicadores	Diseño metodológico	Escenario de estudio y Participantes
Problema general	Objetivo general	Tratamiento informativo de las portadas.	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificación de la información. - Clasificación de los encuadres visuales. 	La noticia	Selección Énfasis exclusión	Enfoque: Cualitativo Tipo de investigación: Básica Nivel: Descriptiva Método: Analítico Técnica: Observación Instrumento: Ficha de observación	Participante: Diario El Comercio recolección y análisis: Ejemplares publicados durante mayo y junio del 2021 en la segunda vuelta electoral.
¿Cuál es el tratamiento informativo en las portadas del diario "El Comercio" durante la segunda vuelta electoral en Lima durante mayo y junio del 2021?	Analizar el tratamiento informativo en las portadas del diario "El Comercio" durante la segunda vuelta electoral en Lima durante mayo y junio de 2021.		*La fotografía: Planos Ángulos Edición <ul style="list-style-type: none"> - Construcción del mensaje. *Titulares: Tamaño Ubicación Colores	La fotografía	Planos Ángulos Edición		
Problemas específicos	Objetivo general				Tamaño		

				Titulares	Ubicación Colores Concreción Concisión Claridad		
¿Cómo se clasifica la información en las portadas del diario "El comercio" durante la segunda vuelta electoral?	Describir la clasificación de la información de las portadas del diario "El Comercio" durante la segunda vuelta electoral, mayo y junio del 2021.						
¿Cuál es la clasificación de los encuadres visuales en las portadas del diario "El comercio" durante la segunda vuelta	Identificar la clasificación de los encuadres visuales en las portadas del diario "El comercio" durante la segunda vuelta electoral.						

presidencial ?							
¿De qué manera se construye el mensaje en las portadas del diario "El comercio" durante el mes de mayo y Junio del 2021?	Analizar la construcción del mensaje en las portadas del diario "El Comercio" durante el mes de mayo y junio del 2021.						

Matriz Operacional

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Categorías	Sub categorías	Indicadores
<p>TRATAMIENTO INFORMATIVO EN LAS PORTADAS.</p>	<p>Mamani y Gonzales (2018). “Las diferencias sensibles en cuanto al tratamiento informativo, entre los medios de comunicación, deja entrever que su sentido y posicionamiento frente a los hechos representados viene fuertemente influenciado por directrices editoriales, que imponen un determinado estilo y una orientación a favor o en contra del o los protagonistas del hecho representado”. (P.17)</p> <p>Carreño (2017). “...se tiene que</p>	<p>Respecto a la teoría del Framing la Revista de Comunicación Vol 1, propone niveles de la comunicación para el tratamiento informativo de un hecho noticioso. En esta ocasión utilizaremos su definición para analizar las portadas del diario el Comercio.</p> <p>“para seguir un criterio de clasificación, organizamos los investigadores en lo que dimos en llamar niveles de la comunicación”(p. 8)</p> <p>“Hemos llamado primer nivel de la comunicación a la</p>	<p>Clasificación de la información</p>	<p>La noticia</p>	<p>Selección Énfasis Exclusión</p>
			<p>Clasificación de encuadres visuales.</p>	<p>La fotografía</p>	<p>Planos Ángulos Edición</p>
			<p>Construcción del mensaje.</p>	<p>Titulares</p>	<p>Tamaño Ubicación Colores Claridad Concreción Concisión</p>

	<p>cada información recibe un tratamiento, desde la selección de los acontecimientos o sucesos hasta el modo de procesarlos, para que llegue a la audiencia de forma adecuada no como un simple mensaje sino como noticia. Es decir, tratamiento de la información, son las diferentes formas que recibe el mensaje para su mejor comunicación y efectos consiguientes (p.14)</p>	<p>elaboración y tratamiento de la noticia, segundo nivel el mensaje en sí, es decir el contenido concreto de la noticia y el tercero es el de la recepción del mensaje por parte de la audiencia” (p.8)</p> <p>La revista de Comunicación Vol 1 citando a Yows (1996)”de este modo el Framing es, a la vez, un proceso de atribución, transmisión y recepción de significados (p.19)</p> <p>Piñeiro y Mangana (2017) “Los investigadores interesados en el establecimiento del encuadre exploran normalmente, el</p>			
--	---	---	--	--	--

		<p>modo en que los encuadres influyen en la interpretación sobre un tema o evento determinado en términos de aprendizaje” (p.5)</p> <p>Piñeiro y Mangana (2017) “La investigación acerca de los encuadres mediáticos se ha dirigido primordialmente a determinar la forma en que los asuntos son presentados y cubiertos en las noticias, empleando de manera hegemónica la técnica metodológica del análisis de contenido “(p.7)</p> <p>Piñeiro y Mangana (2017) “La imagen goza de entidad comunicativa por sí</p>			
--	--	--	--	--	--

		misma, pero además completa a la información escrita o verbal mediante la potenciación del poder del texto” (p.8)			
--	--	---	--	--	--