

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Escuela Profesional de Periodismo



*Análisis del discurso periodístico sobre feminicidio en los
medios digitales El Comercio y Trome de mayo a julio
2019*

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el Grado Académico de Bachiller en Periodismo

PRESENTADO POR:

Jose Manuel Emilio Linares Benites

ASESOR(A):

Edwin Fernando Alarcón La Torre

LIMA – PERÚ

2019

i. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN - ENFOQUE CUALITATIVO

Título: Análisis del discurso periodístico sobre feminicidio en los medios digitales El Comercio y Trome de mayo a julio 2019.

Autor: Jose Manuel Emilio Linares Benites

Asesor: Edwin Fernando Alarcón La Torre

Línea de investigación: Comunicación y ciudadanía

Fecha: 10/12/2019

Resumen: El presente proyecto de investigación científica pretende contribuir a la información de la sociedad peruana con el análisis del discurso periodístico de los medios digitales El Comercio y Trome sobre casos de feminicidios perpetrados durante el periodo de mayo a julio de 2019.

CAPÍTULO I

Problema de investigación

1.1 Descripción del problema

El presente proyecto de investigación realizará el análisis del discurso periodístico sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a julio 2019 e intentará explicar por qué es importante tener un buen discurso periodístico sobre estos casos. Para este proyecto de investigación se presenta el estudio que analizará específicamente los medios digitales El Comercio y Trome y todos los casos que hayan cubierto hasta durante el periodo de mayo a julio del 2019.

Es relevante que los medios de comunicación se desvinculen del periodismo sensacionalista y amarillista, mayormente expresado en medios impresos de circulación nacional.

El lenguaje que se utiliza en el periodismo sensacionalista carece de respeto y burla el discurso periodístico, este no solo se manifiesta dentro de la redacción del producto periodístico sino también, en su mayoría, en titulares. El CMP Flora Tristán, 2005 concluye que:

Estos titulares muestran un total irrespeto ante la muerte de las mujeres, utilizando un lenguaje peyorativo con un claro sesgo de género; la utilización de esta terminología mantiene estereotipos de género y devalúa lo femenino; la permanencia de este lenguaje en el imaginario social conlleva a que se tolere y perpetúe la violencia contra la mujer en nuestra sociedad. (p.32)

El discurso periodístico juega un papel también importante en nuestra sociedad, pero es importante que dentro de sus bases se encuentre la ética profesional ya que esta sería aquella que nos guíe hacia la excelencia con una clara finalidad cívica y social.

Es muy importante que se presenten investigaciones con temáticas que afectan desmesuradamente a nuestra sociedad porque de esta manera ayudaremos a visualizarlos y que nuestros ciudadanos y el Estado peruano puedan ser conscientes de las verdaderas problemáticas que nos afectan como lo es el feminicidio.

Tan solo el Perú, la cifra de casos de feminicidios es muy impactante. Durante el periodo de enero a julio de 2019 se registraron 99 casos de atentados mortales en contra del género femenino y 232 casos de tentativa de feminicidio. Durante el periodo analizado se han listado 44 de ellos y 92 casos de intento de feminicidios.

La cifra porcentual de enero a julio, comparada con el año pasado, evidencian un aumento de 21 puntos porcentuales de casos de feminicidio y 26 puntos porcentuales en intentos de violencia. Estas cifras solo muestran que la violencia de género es un problema latente y alarmante para nuestra sociedad y que necesita de un buen discurso periodístico y acciones conjuntas que intenten frenar el aumento de estos casos.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo es el discurso periodístico sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a julio 2019?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cómo es el estilo informativo sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a julio 2019?
- ¿Cómo es el ámbito social sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a julio 2019?
- ¿Cómo es lenguaje periodístico sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a julio 2019?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar el discurso periodístico sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a julio 2019.

1.3.2 Objetivos específicos

- Analizar el estilo informativo sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a julio 2019.
- Analizar el ámbito social sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a julio 2019.
- Analizar el lenguaje periodístico sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a julio 2019.

1.4 Justificación de la investigación

El presente proyecto de investigación se realiza porque el feminicidio es un problema latente que nos afecta como ciudadanos y es importante que la cobertura periodística de estos casos tenga un discurso periodístico adecuado para que se logre visualizar esta problemática que los ciudadanos, acostumbrados a las noticias de violencia en contra de las mujeres. Se busca que a través del discurso periodístico, los medios de comunicación ayuden en un futuro a que estos casos no se normalicen y además para “generar cambios culturales, sociales y jurídicos en pro de la igualdad, la dignidad, la independencia y autonomía de las mujeres”. Barriga (sf)

Del mismo modo, este proyecto de investigación se realiza para que la sociedad pueda tomar consciencia de esta problemática, para que los medios de comunicación re direccionen, con el tiempo, su labor a visibilizar estos casos y también para que realicen productos periodísticos destinados a prevenir la violencia de género en vez de solo informar y difundir actos ya consumados, finalmente para que el Estado peruano pueda tomar en un corto periodo las acciones necesarias para que se intenten frenar el aumento de los feminicidios.

Finalmente, este proyecto de investigación se realiza para que pueda servir como apoyo a otros investigadores que estén interesados en la investigación de esta problemática.

1.5 Delimitaciones de la investigación

1.5.1 Temporal

Realizar el presente proyecto de investigación tomará un tiempo total de seis meses, de los cuales tres servirán para realizar el monitoreo de las noticias referidas al feminicidio.

1.5.2 Espacial

La parte procedimental de este proyecto de investigación se realizará en un 80% en el domicilio del investigador ubicado en el distrito de Comas, y el 20% dentro de los laboratorios de la Universidad Jaime Bausate y Meza. La parte procedimental se realizará en el domicilio del investigador.

1.5.3 Social

El presente proyecto de investigación evaluará las noticias de los medios digitales El Comercio y Trome que estén referidas al

feminicidio y que hayan sido realizadas durante el periodo mayo a julio del presente año.

1.6 Identificación de las variables o categorías de estudio.

El presente proyecto de investigación tendrá como variable independiente al tratamiento periodístico y como variable dependiente al feminicidio.

1.6.1 Definición conceptual

- **Discurso periodístico**

Es el conjunto de reglas que buscan una lectura fácil, es decir, la presentación de un material informativo comprensible sin mayores esfuerzos. Porque la falta de uniformidad, la incoherencia o la imprecisión, antes que orientar al lector, lo desconciertan.

- **Feminicidio**

El feminicidio es la forma más extrema de violencia contra la mujer y una de las manifestaciones más graves de la discriminación hacia ellas.

1.6.2 Definición operacional

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE X: Análisis del discurso periodístico sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a agosto 2019		
UNIDAD DE ANALISIS	CATEGORIAS (dimensiones)	SUBCATEGORIAS (indicadores)
Medios digitales El comercio y Trome	Estilo informativo	Concisión
		Claridad
		Objetividad
	Lenguaje periodístico	Educado
		Coloquial
		Ordinario
	Producto periodístico	Nota informativa
		Reportaje
		Crónica
		Entrevista
		Columna
		Artículo
	Tratamiento informativo	Editorial
		Ámbito ético
	Elementos digitales	Ámbito legal
		Hipertexto
Hipervínculo		
Fotografías		
		Videos

		Comentarios dentro del producto periodístico
		Enlace a redes sociales

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

El periodismo que hoy conocemos, con sus productos noticiosos como notas informativas, crónicas, reportajes, editoriales, columnas de opinión, se remonta al siglo XVIII, en Inglaterra donde se registra su nacimiento.

Sin embargo, es importante mencionar que antes de ese siglo la forma más cercana a lo que hoy es el periodismo y la comunicación se realizaba a través de las conocidas gacetas francesas, utilizadas para difundir comunicados de la monarquía.

En 1702 se estima que aparece el primer diario que llevaba por nombre el Daily Courant. La creación de ese medio de comunicación, sirvió como impulso para que, trece años después, se registre una mayor actividad periodística con la aparición de más publicaciones de periodicidad variable.

Con este fenómeno, se fue enquistando más en la cotidianidad el término “noticia” y la producción de las mismas. Para Saad (2010) “La noticia nace de un acontecimiento que, por su interés, se vuelve público y es comentado”, una noticia se convierte como tal después de que un hecho cotidiano afecte, altere, produzca reacciones a un grupo determinado de personas. Es importante mencionar que no todos los hechos son noticias, y que lo que puede ser considerado como noticia para un cierto grupo de personas, o un medio de comunicación, no necesariamente lo es para uno distinto. Gomis (1991) dice que si un hecho produce comentarios en noticia. Si no los produce, no lo es aunque llegue a difundirse a través de los medios de comunicación porque no produce los efectos que toda noticia espera.

El periodismo se apoya en factores que determinan la jerarquía de las noticias, es decir, logra definir qué es noticia y qué no. Sin embargo, para Saad (2010) la jerarquización de los hechos, también, modifica la realidad.

Uno de los factores determinantes es la objetividad, tan usada en los inicios del periodismo, y cuestionada en estos tiempos. La objetividad se expresa cuando el periodista transmite, de manera expresa, la realidad de los hechos.

La objetividad periodística nace con la masificación de la noticia. Con la evolución del periodismo, se empezaron a establecer reglas, a través de manuales, que motivaban a los periodistas a eximirse de expresar sus posturas de la noticia que estaban cubriendo.

Si analizamos lo que nos recomiendan los manuales de periodismo sobre la cobertura periodística, encontraremos que la redacción de las entradas de las noticias debe estar supeditada a la triangulación de las noticias expresadas en las 5W (qué, quién, cómo, cuándo, dónde) y que no se pueden mezclar con la opinión personal o puntos de vista. Lo antes mencionado, no permite que se exprese lo que el periodista percibe, ve, escucha, prueba, siente, sino que debe redactar siguiendo las reglas.

Según Restrepo (2001), es una costumbre actual que la labor periodística deba solo difundir rigurosa y exactamente cómo sucedieron los hechos y emitieron las opiniones en la realidad.

En las décadas de los años 70 y 80, los factores determinantes que se utilizaban, con mayor énfasis, para definir qué es noticia y qué no eran, por ejemplo, la presión que ejercía el propio medio hacia sus periodistas, las relaciones comerciales, la proximidad de la noticia, la familiaridad, intereses políticos o económicos. Este último factor se puede observar en la línea editorial y postura que tienen los medios de comunicación sobre el gobierno de turno.

Los hombres y mujeres de prensa relataban sus historias con una manera esquivada a los hechos, se eximían de la responsabilidad de caer en lo que la objetividad prohíbe: la opinión personal. Solo se limitaban a contar los hechos tal cual, y se alejaban de los protagonistas de la noticia, no se inmiscuían en detalles, eran una cifra más en los reportes periodísticos.

Sin embargo, la objetividad comenzó a ser cuestionada a finales de la década de los años 70, cuando el movimiento del Periodismo Narrativo, surgido en los años 50, comenzó a tener mayor presencia en el mundo. Esta variante del periodismo sugiere que conocer la noticia en sí, el lector debe saber que la noticia tiene protagonistas, situaciones, causas y consecuencias.

Actualmente, la realidad se aleja mucho de lo antes mencionado. Aún se puede observar cierta dejadez de los periodistas por brindar más detalles de los personas de las noticias, tomando como excusa su preferencia por la objetividad.

Entonces, la objetividad resulta débil. Saad (2010) explica la verdadera naturaleza de la objetividad mencionando que si tres periodistas cubren la misma noticia, acceden a las mismas fuentes, testigos y hechos, sus productos finales serán completamente distintas entre sí, a pesar de prácticamente haber accedido a la misma información. Es ahí donde entran a tallar los factores que antes mencioné y de puede demostrar que es necesaria la interpretación de los hechos.

Entonces, el deslinde la objetividad puede terminar en un producto lejano a lo que el consumidor espera. Ya que resultará más creíble una historia en la que el periodista muestre sensibilidad a una en la que se prefiera una redacción fría en aras de la objetividad.

Otro factor importante es que el público de la actualidad es muy exigente, ya no solo requiere estar informado, Para Saad (2010) el público “también busca una interpretación, el análisis que le complete el mapa de la realidad”.

Es por esta razón que nos medios de comunicación deben arriesgarse por acercarse a su audiencia atreviéndose a interpretar y analizar la información que brindan, pero sin alejarse de la realidad de los hechos y sin dejar de lado los valores y la ética que la profesión exige.

Es pertinente también, entender que la inmediatez noticiosa pone en riesgo la difusión de noticias. Por ejemplo, los medios de comunicación están en desventaja porque la información se difunde primero por la radio y/o la televisión, mientras que en los impresos se difunde un día después del hecho. En ese sentido es importante, tolerar el análisis de la noticia porque puede permitir elegir un ángulo, enfoque distinto para poder hacer del producto periodístico más atractivo para el lector, pero sobre todo puede ofrecer algo nuevo a lo ya informado.

Para Saad (2010) la objetividad resulta escasa como herramienta periodística porque el periodismo necesita comprometerse con investigar a fondo los hechos “para ubicar el porqué –las razones de fondo- y el para qué –las consecuencias- de cada acontecimiento”.

2.2 Antecedentes teóricos

2.2.1 Nacionales

- Esthefany Tatiana Marmol Fernandez presentó su tesis denominada “Tratamiento Periodístico sobre las noticias referidas a Violencia contra la Mujer en la Página Web del diario El Comercio en Lima durante febrero de 2018” en el año 2018 para la Universidad César Vallejo. El estudio tuvo como objetivo analizar el tratamiento periodístico de la violencia contra la mujer en la página web del diario el Comercio en Lima durante febrero de 2018, para ello se utilizó la metodología descriptiva utilizando (instrumento o técnica) llegando al siguiente resultado: las noticias sobre feminicidio del sitio web del diario El Comercio presentan a los casos de las víctimas, pero con un tratamiento pasivo, lo que genera que la normalización de la violencia contra el género femenino se incremente en la sociedad.

- Patricia Elizabeth Cabanillas Lezama presentó su tesis denominada “Análisis de tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en el medio digital El Comercio” en el año 2017 para la Universidad César Vallejo. El estudio tuvo como objetivo analizar el tratamiento informativo del medio digital El Comercio sobre noticias de feminicidio, para ello se utilizó la metodología descriptiva simple llegando al siguiente resultado: El sitio web del diario El Comercio realiza un adecuado tratamiento periodístico sobre los casos de feminicidio, pero no realiza un seguimiento futuro del caso, ni aporta datos extras sobre las víctimas y/o los agresores. Tampoco utiliza hipervínculos e hipertextos para complementar su información.

- Fanni Muñoz Cabrejos presentó un estudio denominado “Discursos sobre el feminicidio en la prensa escrita: El Comercio (2012) y Trome (2013): entre la visibilización / invisibilización del fenómeno” en el año 2016 para la Revista de la Universidad Nacional de Córdoba. El estudio tuvo como objetivo develar las formas cómo la prensa escrita representa el feminicidio, a las mujeres víctimas y a los varones perpetradores. Para ello expresó la metodología del estudio en el análisis crítico del discurso llegando al siguiente resultado: Los diarios que forman parte de la muestra del estudio identifica al ejecutor del feminicidio a través de su profesión y resalta la acción

que produce el asesinato. En cambio, la víctima es solo identificada solo como mujer o muestran el su vínculo con su agresor.

2.2.2 Internacionales

- Cecilia Alejandra Ananías Soto y Karen Denisse Vergara Sánchez presentaron su investigación denominada “Tratamiento informativo del feminicidio en los medios de comunicación digitales chilenos en marzo de 2016: Una aproximación al horizonte actual desde la perspectiva de género” en el año 2016 y la publicaron en las Revistas Académicas de la Universidad de Chile. El estudio tuvo como objetivo determinar los principales errores los medios digitales chilenos a la hora de construir noticias sobre feminicidio, para ello se utilizó la metodología exploratoria llegando al siguiente resultado: los medios de comunicación digitales chilenos muestran una real carencia de identificación con las víctimas de violencia. Además, no otorgan información extra sobre las mujeres violentadas y las oportunidades tecnológicas para utilizar recursos multimedia tampoco permiten observar mejoras en la calidad periodística de las noticias de violencia en contra de la mujer.

- Andrea Yocasta Rivera González y Christian Paola Ruiz Morales presentaron una tesis denominada “El discurso periodístico sobre el femicidio en Nicaragua” en el año 2018 para la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. La investigación tuvo como objetivo analizar el discurso sobre noticias de femicidios publicados por EL NUEVO DIARIO y LA PRENSA durante el primer Trimestre 2018, para ello se utilizó la metodología cualitativa estudiando el tratamiento informativo de los diarios mencionados. La investigación llegó al resultado que las citas de las notas de El Nuevo Diario y La Prensa utilizan a las autoridades gubernamentales como fuentes principales lo que evidencia un buen indicador. Sin embargo, esa información pierde contenido periodístico porque no transmite el relato de testigos o familiares directos de las víctimas, esto genera que las noticias no profundicen la información y que mucho menos expliquen las causas y consecuencias del hecho.

- Mariana Elizabeth Alvear Montenegro, Cynthia Karina Guadalupe Medina y Erika Camila Pavón Quilumba presentaron el proyecto de investigación denominado “MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y FEMICIDIO: El tratamiento de la información sobre femicidio publicada en el sitio web de Diario El Comercio. Análisis del discurso sobre los casos de Edith Bermeo y Diana Taco, durante el periodo 2015-2016” en el año 2016 para la Universidad Central del Ecuador. El estudio tuvo como objetivo principal analizar el tratamiento mediático que realiza este medio sobre femicidio en base a los casos de Edith Bermeo y Diana Taco, durante el periodo 2015-2016, para ello se utilizó la metodología cualitativa llegando a los siguientes resultados:

1) La página web del diario El Comercio constantemente recurre, en algunos casos, a dramatizar la vida personal de las mujeres víctimas y en otros a trabajar para que los casos queden en la opinión pública.

2) El sitio web del diario El Comercio emplea pocas o no emplea fuentes de información, esto debido, quizás, a la actualidad e inmediatez que las herramientas digitales requieren o a que los periodistas de este medio digital tienden solo a informar y no a otorgar detalles que pueden mejorar el producto noticioso.

3) El sitio web del diario El Comercio prefiere realizar piezas informativas que no requieren un análisis sobre el problema, y solo tratan, con pasividad, las noticias sobre femicidio.

2.3. Marco teórico

2.3.1 Variable independiente: Discurso periodístico

- **Discurso**

El discurso es un elemento moldeable a las necesidades de su contenido. Además, es un producto que aflora después de una interacción social entre personas. Por tanto, es creado por y para la sociedad. Pérez (2008), sobre el discurso desde la perspectiva de la comunicación, dice:

“(…) aparece con frecuencia en cualquier campo de las ciencias sociales, más en calidad instrumental de análisis de datos que como reflexión constitutiva de un tipo de fenómeno, cuyo sustento

teórico metodológico le permita existencia propia, más allá del interés que cierto campo pueda tener de su contenido”. (p.226)

- **Discurso periodístico**

El discurso periodístico es un elemento de la comunicación que transmite y representa la realidad. El elemento principal del discurso periodístico es la noticia, medio por el cual se transmite la información en los medios de comunicación.

Martinez (1991), clasifica dos códigos que son parte del discurso periodístico:

- **Código lingüístico:** se refiere al idioma utilizado que forma parte de una variedad formal. Dentro de esta esfera es necesario incluir las jergas especializadas que se refieren básicamente a aquellas palabras utilizadas exclusivamente por miembros de un entorno social que puede estar ligado por ejemplo a la política, la ciencia, el deporte, el arte, etc.
- **Código icónico:** en este se encuentra la tipografía utilizada, las imágenes, fotografías, ilustraciones, diagramación, etc.

- **Dimensiones**

- Estilo informativo

<https://www.abc.com.py/articulos/estilos-periodisticos-866327.html>

- Lenguaje periodístico

<http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque3/pag2.html>

- Producto periodístico

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2006/flsp/3h.htm>

- Tratamiento informativo

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3719787.pdf>

- Elementos digitales

Elementos: <https://www.definicionabc.com/general/elemento.php>

Digitales: <https://www.ecured.cu/Digital>

- **Factores que lo modifican**

Saad (2010), sobre los factores que modifican el discurso periodístico, concluye que:

El nexa publicitario (cuando la noticia le puede hacer daño a uno de sus mayores anunciantes); la distancia geográfica (cuando el hecho es muy distante de la ciudad de origen del diario); la familiaridad (cuando un familiar de las directivas del medio están en el ojo del huracán); y por último, pero no menos importante, los intereses políticos o de poder económico. Este último aspecto cobija a aquellos diarios importantes que constituyen en sí mismos un epicentro de poder y tienen la facultad de poner, mantener o hacer caer, a líderes políticos. (p.24)

2.4. Marco conceptual

- Análisis
- Discurso periodístico
- Objetividad
- Femicidio
- Víctima
- Agresor
- Medios digitales

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

Este proyecto de investigación será de tipo descriptivo porque describirá la variable tratamiento informativo a partir de dos medios digitales peruanos: El Comercio y Trome. Además, definirá las características de la muestra para obtener conclusiones concretas de las mismas (Andres Muguira, sf). Esta investigación está canalizada a entender cómo es una realidad en un espacio (Sánchez y Reyes, 2006, p.35)

Este proyecto de investigación será de nivel descriptivo porque especificará los aspectos más importantes de la muestra. Además evidenciará las causas que amerita la investigación problemática.

Diseño de investigación

El diseño de este proyecto de investigación será no experimental porque se centrará básicamente en la observación y estudiará la realidad tal cual se exprese en el contexto (Escamilla, M. D, 2013). Además porque en la investigación no se variará, en forma intencional, las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. (Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P., 2014, p. 214).

3.2 Población y muestra

La población de este proyecto de investigación se comprenderá en los medios digitales peruanos.

La muestra de este proyecto de investigación se comprenderá en los medios digitales peruanos El Comercio y Trome.

3.3. Métodos de Investigación

Esta investigación utilizará el método descriptivo.

3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Este proyecto de investigación utilizará como técnica la observación de campo.

Esta investigación utilizará como instrumento la guía de observación. En este instrumento se utilizarán cinco dimensiones o categorías provenientes de la variable independiente y 21 indicadores provenientes de las dimensiones o categorías. Además se realizará un monitoreo semanal. Este instrumento se aplicará mediante una prueba piloto y se validará a través del juicio de expertos.

RESULTADOS DE EVALUACIÓN DE JUICIOS DE EXPERTOS

Experto	Puntaje	Opinión
1. Karina Patzi Reyes Bernuy	45	Criterios válidos para su validación
2. Manuel Gonzales Duran	48	Pertinente y de coyuntura
3. Gisele Cecilia Larriviere Rojas	43	Listo para su aplicación
Promedio	45.3	Válido, aplicar

3.5. Técnicas de procesamiento de datos

Esta investigación utilizará el análisis estadístico descriptivo con el programa Excel.

CAPÍTULO IV

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	Meses				
	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Elaboración del proyecto					
Aprobación del proyecto					
Recolección de datos					
Procesamiento y análisis de datos					
Análisis y discusión de resultados					
Culminar el Informe Final					
Presentación de la Tesis					
Sustentación de Tesis					

4.2 El Presupuesto y financiamiento

PARTIDA /ACTIVIDAD	CANTIDAD	INVERSIÓN EN SOLES (S/.)
Material de Escritorio	1000	S/. 11
Impresión y correcciones	100	S/ 30
Anillados o espiralados	1	S/ 20
Transporte o movilidad	10	S/ 50
TOTAL	1111	S/ 111

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abc color. (2004). El discurso periodístico. Octubre 20, 2019, de Abc color Sitio web: <https://www.abc.com.py/articulos/el-discurso-periodistico-754570.html>

Andres Muguira. (sf). ¿Qué es la investigación descriptiva?. 24/11/19, de QuestionPro Sitio web: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>

Barriga, m. (sf). La normalización de la violencia contra la mujer. Ideele. Recuperado de <http://www.revistaideele.com/>

Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres. (2019). ¿Qué es el feminicidio y cómo identificarlo?. Octubre 20, 2019, de Gobierno de México Sitio web:

<https://www.gob.mx/conavim/articulos/que-es-el-feminicidio-y-como-identificarlo?idiom=es>

El informe La violencia contra la mujer: Femicidio en el Perú elaborado por el Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán y Amnistía Peruana Sección Peruana (2005). Disponible en <http://www.flora.org.pe/pdfs/Femicidio.pdf>

Escamilla, M. D. (2013). Aplicación básica de los métodos científicos. Hidalgo-México: Universidad Autónoma de Hidalgo.

Gomis, L. (1997). Teoría del periodismo. Barcelona: Paidós.

Huerta León, D. V. (2015). La construcción del discurso periodístico de la prensa diaria limeña sobre la figura de la mujer durante el conflicto armado interno (1980-1996): un análisis de los diarios El Comercio, La República y Expreso.

Martínez, J. L., & Luis, J. (1991). Curso general de redacción periodística. Madrid, España: Editorial Thomson.

Pérez Daniel, M. R. (2008). Discusiones teóricas y metodológicas sobre el estudio del discurso desde el campo de la comunicación. Comunicación y sociedad, (10), 225-247. 08. Universidad Autónoma de Chiapas.

Polanco, N. (2009, noviembre). Historia del periodismo. Contribuciones a las Ciencias Sociales. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/06/nmpl6.htm>

Restrepo, J. (2001). La objetividad periodística: utopía y realidad. Chasqui. N° 74, Quito: CIESPAL

Saad, A. S. (2010). Una aproximación a la evolución del discurso periodístico del periodismo, la noticia y la subjetividad. Encuentros, 8(16), 21-30. Consultado 03 de noviembre de 2019. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/4766/476655974002.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación.

ANEXOS

- Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Análisis del discurso periodístico sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a agosto 2019					
PROBLEMAS U OBJETO DE ESTUDIO	OBJETIVOS	CATEGORÍAS O VARIABLES	SUBCATEGORÍAS O DIMENSIONES	FUNDAMENTOS CIENTÍFICOS	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
GENERAL ¿Cómo es el discurso periodístico sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a agosto 2019?	GENERAL Analizar el discurso periodístico sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome año 2019	VAR. X Discurso periodístico	DIM. VAR. X. Estilo informativo Ámbito social Orientación de la interpretación	Marco Teórico	A.- MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Tipo: Descriptivo Nivel: Descriptiva Diseño: No experimental B.- UNIVERSO Y MUESTRA:
ESPECÍFICO S ¿Cómo es el estilo informativo en el entorno familiar sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a agosto 2019? ¿Cómo es el ámbito social en el entorno no familiar sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a agosto 2019? ¿Cómo es la orientación de la interpretación en el entorno por conexión sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome de mayo a agosto 2019?	ESPECÍFICOS Analizar la inmediatez noticiosa sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome año 2019 Analizar la objetividad noticiosa sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome año 2019 Analizar la actualidad noticiosa sobre feminicidio en los medios digitales El comercio y Trome año 2019	VAR. Y Feminicidio	DIM. VAR. Y Feminicidio familiar Feminicidio no familiar Feminicidio por conexión	Marco Conceptual	Universo o Población: Medios digitales Muestra: El Comercio y Trome C.- UNIDAD DE ANÁLISIS Noticias de feminicidio expuestas en los medios digitales El Comercio y Trome D.- TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Técnica: Observación de campo Instrumento: Guía de observación E.- PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS: Programa estadístico Excel

- Instrumentos de investigación
Guía de observación

VI: Discurso periodístico								
Diario:								
Semana 1		L	M	MI	J	V	S	D
Dimensiones	Indicadores							
Estilo informativo	Concisión							
	Claridad							
	Objetividad							
Lenguaje periodístico	Educado							
	Coloquial							
	Ordinario							
Producto periodístico	Nota informativa							
	Reportaje							
	Crónica							
	Entrevista							
	Columna							
	Artículo							
	Editorial							
Tratamiento informativo	Ámbito ético							
	Ámbito legal							
Elementos digitales	Hipertexto							
	Hipervínculo							
	Fotografías							
	Videos							
	Comentarios dentro del producto periodístico							
	Enlace a redes sociales							

- Prueba de confiabilidad del instrumento
Resultados de evaluación de juicios de expertos

Experto	Puntaje	Opinión
1. Karina Patzi Reyes Bernuy	45	Criterios válidos para su validación
2. Manuel Gonzales Duran	48	Pertinente y de coyuntura
3. Gisele Cecilia Larriviere Rojas	43	Listo para su aplicación
Promedio	45.3	Válido, aplicar