

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Escuela Profesional de Periodismo



*“Análisis del tratamiento informativo del diario El Comercio
sobre la tenencia responsable de mascotas del periodo
1 al 31 de Octubre en Lima- 2019”*

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el Grado Académico de Bachiller en Periodismo

PRESENTADO POR:

Romina Kelly Sánchez Bermúdez

ASESOR(A):

Edwin Fernando Alarcón La Torre

LIMA – PERÚ

2019

ÍNDICE

1.1	DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.2	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	6
1.2.1	Problema general	6
1.2.2	Problemas específicos	6
1.3	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.3.1	Objetivo general.....	7
1.3.2	Objetivos específicos.....	7
1.4	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
1.5	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.5.1	Teórica.....	10
1.5.2	Metodológica	10
1.5.3	Práctica.....	10
1.6	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.6.1	Temporal	11
1.6.2	Espacial.....	11
1.6.3	Social	11
1.7	Identificación de las variables o categorías de estudio.....	13
1.7.1.	Definición conceptual.....	13
1.7.2.	Definición operacional	14
Capítulo II		15
2.	MARCO TEÒRICO.....	15
2.1.	Marco histórico	15
2.2.	Antecedentes de la investigación.....	22
2.2.1.	Nacional.....	22

2.2.2.	Internacional	23
2.3.	Bases Teóricas	24
2.3.1.	Bases teóricas del Tratamiento Informativo	24
2.3.2.	Bases teóricas de El Comercio 10.....	26
2.4.	Marco conceptual	31
CAPÍTULO III		33
3	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	33
3.1	Tipo, nivel y diseño de investigación.....	33
3.1.1	Tipo de investigación.....	33
3.1.2	Nivel de investigación.....	33
3.1.3	Diseño de investigación.....	33
3.2	Población.....	33
3.4	Muestra	34
3.5	Métodos de investigación	34
3.6	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	34
3.6.1	Técnicas	34
3.6.2	Instrumentos (confiabilidad y validez)	34
3.7	Técnicas de procesamiento de datos.....	34
4.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	35
4.1.	Cronograma de actividades.....	35
4.2.	Presupuesto y financiamiento.....	35
4.2.1.	Recursos Humanos	35
4.2.2.	Recursos materiales	35
V.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	37
VI.	ANEXOS	39

Título: Análisis de tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable del periodo 1 al 31 de octubre en Lima -2019

Autor: Romina Kelly Sánchez Bermúdez

Asesor: Edwin Fernando Alarcón La Torre

Línea de investigación: Medios de comunicación y su impacto en la educación.

Fecha: diciembre 2019

Resumen: El presente proyecto de investigación se enfocará en el análisis de tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas. Comprobar si su difusión ayuda a tener mayor responsabilidad sobre la tenencia responsable en mascotas en la ciudad de Lima.

Capítulo I

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En nuestro país, la prensa escrita poco difunde los indicios de sobrepoblación en animales domésticos (perros y gatos) en las calles. Al ser insuficiente la cantidad de medios escritos que le dedican un espacio para informar a la sociedad sobre una tenencia responsable en las mascotas, para poder evitar la venta ilegal de mascota en condiciones deplorables y el caso de muchas mascotas que logran conseguir un hogar, pero, terminan años después en la calle, perdidos e incluso muertos en el intento de regresar a casa. Esta triste realidad, es una problemática que difícilmente pocos medios escritos se atreven a abordar.

Gandhi dijo en su momento: *“Un país, una civilización se puede juzgar por la forma en que trata a sus animales”* Montero, R. (2010, enero 24), En esta investigación alude mantener un debate crítico acerca de las noticias que difunde el diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en la sección WUF, y establecer paradigmas en la sociedad de Lima para consolidar el vínculo afectivo mediante el adecuado cuidado de las mascotas y respetar sus derechos.

En ese sentido, la proliferación de lectores que optan por la calidad y veracidad del diario el Comercio es un punto que resalta en la investigación con relación al desarrollo intelectual y moral de la ciudadanía por las mascotas. Es por eso que, el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio en la tenencia responsable de mascotas es un tema de suma importancia que se debe tratar, ya que El Comercio es uno de los periódicos más importantes del país y el primero de otros que desarrolla un espacio únicamente de mascotas en su página web “WUF”, que llega a ser visto por 100 mil lectores.

1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema general

- ¿De qué manera se presenta el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿De qué manera se presenta el aspecto no lingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima?
- ¿De qué manera se presenta el aspecto lingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima?
- ¿De qué manera se presenta el aspecto paralingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo general

- Describir el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima.

1.3.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar el aspecto no lingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima
- Diagnosticar el aspecto lingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima
- Diagnosticar el aspecto paralingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto sobre el análisis del tratamiento informativo del diario el Comercio sobre la tenencia responsable mascotas, servirá para evaluar y determinar la calidad informativa que difunde el diario El Comercio, de tal manera que se medirá la información para poder garantizar una adecuada crianza de mascotas con los respectivos cuidados. La veracidad de la noticia, para poder guiar a la ciudadanía a una correcta forma de estar informado sobre los cuidados de su mascota.

El Comercio, se ha mantenido al margen en el tema de las mascotas teniendo antecedentes de campañas de adopción realizadas por WUF, una organización que trabaja en conjunto desde 2015 con el Comercio, brindando un espacio web con la finalidad de promover al lector una tenencia responsable de mascotas, sin embargo, la periodicidad de notas publicadas, son de tres veces por semana. Debido a tener actualmente una publicación de noticias baja, si se quiere seguir fomentando el cuidado de las mascotas, no es suficientemente difundida.

A lo largo de los años, se ha ido incrementando cada vez más la presencia de Canes y felinos callejeros, sin embargo, pese a los escasos de espacios que brindan los medios escritos al abordar temas de mascotas, El Diario el comercio es clave la preocupación que ha demostrado estos últimos años trabajando por mantener esa pestaña de mascotas, y muy a pesar que se han realizado campañas para solucionar el problema aún existe una fuerte cifra de animales callejeros.

Con un tema de suma importancia como este, poco se hace por informar las enfermedades a la que las personas están expuestas al ser transmitidas por las mascotas callejeras y que estos se propaguen masivamente en un lapso de tiempo corto.

Por ello, se vuelve indispensable que El Diario El comercio brinden la adecuada información para dar a conocer a la ciudadanía sobre las leyes que protegen a las mascotas mediante un caso de tenencia no responsable, para conocer el estado actual de las mascotas que fueron adoptadas en las campañas más recientes y determinar si luego de la adopción, estas se encuentran en óptimas condiciones y sus dueños les brindan todas las necesidades posibles.

A raíz de esto es importante trabajar estrategias comunicacionales para que los medios de comunicación que trabajan a favor de la defensa de los derechos de animales puedan generar un espacio escrito exclusivamente para mascotas, que merezcan tener una persona sea responsable y abogue, para prevenir el maltrato y abandono.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Teórica

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente sobre la calidad de la noticia en el Diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas, en respuesta a los hechos que violentan los derechos de animales, como instrumento de apoyo para las mascotas abandonadas y maltratadas, es encontrar un espacio que sirva de ayuda y orientación para informar, concientizar y promover a la sociedad sobre la tenencia responsable de mascotas en Lima.

1.5.2 Metodológica

El punto de vista del Diario El Comercio en cuanto la tenencia responsable de mascotas en Lima, propone información tres veces por semana, por ello se optará por realizar un análisis durante todo el mes de octubre para determinar un resultado de calidad informativa en la sección de mascotas. Y posterior a ello, proponer un plan comunicacional para poder incentivar a la sociedad la crianza responsable al adquirir una mascota, la investigación una vez demostrada su validez y confiabilidad, podrían ser utilizados en otros trabajos de investigación.

1.5.3 Práctica

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar el nivel de capacidad periodística en especialistas que profundicen y se centren en el bienestar social, para una mejor calidad de difusión de noticias de salud en mascotas callejeras, y generar un conocimiento masivo sobre como criar una mascota responsablemente, promoviendo el conocimiento de los derechos de las mascotas otorgados por la ley.

1.6 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 Temporal

El tiempo que se proyecta para esta investigación será de un análisis por un mes, para recolectar la suficiente información y material en las publicaciones de la página web del Diario el Comercio que realizan cuatro notas a la semana, por ende, se analizará cuidadosamente las publicaciones de la sección de mascotas y la pestaña WUF de la página web del diario El Comercio.

1.6.2 Espacial

El lugar donde se tendrá que realizar la investigación será en distrito de Lima.

1.6.3 Social

Para esta investigación, se considera la participación de especialistas en tres distintas áreas: Editores o redactores de la sección de mascotas del diario El Comercio, médicos veterinarios y Representantes de organizaciones que albergan mascotas abandonadas o rescatistas, para determinar un enfoque muy rico en resultados a la investigación.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>GENERAL: ¿De qué manera se presenta el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima?</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>¿De qué manera se presenta el aspecto no lingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima?</p> <p>¿De qué manera se presenta el aspecto lingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima?</p> <p>¿De qué manera se presenta el aspecto paralingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima?</p>	<p>GENERAL: Describir el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 de octubre al 30- 2019 en Lima.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>Diagnosticar el aspecto no lingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima</p> <p>Diagnosticar el aspecto lingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima</p> <p>Diagnosticar el aspecto paralingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima</p>	<p>_____</p>	<p>VX: Tratamiento informativo</p> <p>X.1 Lingüístico X.2 No Lingüístico X.3 Paralingüístico</p> <p>VY: El Comercio</p> <p>Y.1 Perfil Y.2 Convergencia periodística Y.3 Wuf</p>	<p>X.1.1 Informativo X.1.2 Opinión X.1.3 Titulares X.2.1 Estructuración X.2.2 Videos X.2.3 Ilustraciones X.3.1 Tipo y tamaño de letra X.3.2 Títulos X.3.3 Texto</p> <p>Y.1.1 Historia Y.1.2 La empresa Y.1.3 La integración Y.2.1 Redacción Y.2.2 Digital Y.2.3 Contenido Y.3.1 Publicidad Y.3.2 Interactividad Y.3.3 Periodicidad</p>	<p>DISEÑO: Enfoque Cualitativo</p> <p>MÉTODO: Analítica</p> <p>TIPO: Descriptiva Longitudinal</p> <p>NIVEL Descriptivo</p> <p>POBLACIÓN: MUESTRA: Diarios de Lima</p> <p>TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Técnica: Observación y análisis documental Instrumento: - Matriz de datos - - Guia de entrevista.</p> <p>ANALISIS DE DATOS Uso del software excel y SPSS_25 versión para Window</p>

1.7 Identificación de las variables o categorías de estudio

X: Tratamiento informativo

Y: El Comercio

1.7.1. Definición conceptual

Tratamiento informativo

Cuando nos referimos a hablar de tratamiento informativo, nos referimos a la forma de cómo será presentada ante un suceso noticioso y a su vez presentada al lector. “*Es una manera distintiva de ofrecerle al lector una información más adecuada*” (Martínez de Souza, 1993, p.24)

El Comercio

María Mendoza Michilot. (2013) cita en esta versión la entrevista a Alejandro Miró Quesada Cisneros, director del periódico entre 1999 y 2008, quién afirma que:

“El comercio se funda y se llama así porque se dedicaba a los negocios. También tocaba temas políticos, pero era un diario financiero. Y en la parte política era un diario independiente.

1.7.2. Definición operacional

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	INSTRUMENTOS
Tratamiento informativo	1)Lingüístico	1)Informativo 2)Opinión 3)Titulares	Matriz de datos
	2)No Lingüístico	1)Estructuración 2)Videos 3)Ilustraciones	
	3)Paralingüístico	1)Tipo y tamaño de letra 2)Títulos 3)Texto	
El Comercio	1)Perfil	1) Historia 2)La empresa 3) La integración	Guía de entrevista
	2)Convergencia periodística	1) Redacción 2) Digital 3) Contenido	
	3)WUF	1) Publicidad 2) Interactividad 3) Periodicidad	

Capítulo II

2. MARCO TEÒRICO

2.1. Marco histórico

Tratamiento informativo:

Cuando nos referimos a hablar de tratamiento informativo, nos referimos a la forma de cómo será presentada ante un suceso noticioso y a su vez presentada al lector. En el aspecto lingüístico (textos), no lingüístico (fotografías, ilustraciones) y paralingüístico (color, forma). *“Es una manera distintiva de ofrecerle al lector una información más adecuada” (Martínez de Souza, 1993, p.24)*

Para esto se halla una secuencia de herramientas que se usa al momento de informar, Por ello Gomis señala que:

“Un medio de comunicación es un equipo de trabajo organizado entorno a un instrumento con la finalidad de difundir, aproximadamente al mismo tiempo, el mismo mensaje a un cierto número de personas.” (Gomis, 2008, p.21)

Cuando se menciona acerca de los medios de comunicación, se manifiesta que son instrumentos que se manejan para publicar una noticia, con la finalidad de obtener un buen “tratamiento informativo”, por ello, para hacer un buen uso, se necesita saber

Acerca de la noticia:

“Para que un ítem sea noticia, tiene que interesar al lector, también dice que noticia es aquello que hace exclamar (¡caramba!) al lector.” (Gomis, 2008, p.126)

Del mismo modo, Benítez detalló que:

“La noticia es, por lo tanto, el comienzo del principio, ósea, la noción y el conocimiento elemental de un suceso que se comunica o se transmite en el curso, de los acontecimientos históricos.” (Benítez, 2000, p.13)

Entonces, la noticia es la información que publica un acontecimiento de atracción social y de manera actual con el objetivo de generar opinión. Pero no siempre cumplió con el perfil que conocemos hoy.

Benítez señaló 4 fases que da principio a la noticia:

“La primera fase se denomina mnemónica o de ayuda a la memoria, la segunda etapa de la noticia es identificada como pictórica, la otra fase de la noticia fue calificada como ideográfica considerada esta etapa como el embrión de la cuarta fase, ósea la fonética.”
(Benítez, 2000, p.16)

Para que la noticia pueda ser como la conocemos hoy, tuvo que pasar por una serie de etapas clasificadas en 4 etapas, a la primera se le denomina mnemónica o de ayuda a la memoria, y se encuentra como el arte que intenta mediante reglas designadas, incrementar el alcance de la memoria.

Por ejemplo, nuestros incas hacían una ruta de 400 kilómetros para comunicar un mensaje por medio del Quipu, que servía como mecanismo de recordar lo que se comunicó. La segunda fase de la noticia es identificada como pictórica, aquí la información era transmitida a través de pinturas u objetos, animales, figuras humanas, que eran hechas en rocas, o en cuevas.

(Gomis, 2008, p.56)

La tercera fase fue denominada como ideográfica. El rol que cumplía las noticias ideográficas era explicar los hechos y acontecimientos mediante formas representativas de imágenes, en esta fase nace la fonética, mediante el sonido.

(Gomis, 2008, p.56)

Hace 2.500 años los fenicios que conformaban a los habitantes del antiguo estado del sudoeste de Asia optaron por desarrollar el alfabeto, y desde entonces la manuscrita fue la que conocemos, perdiendo la importancia y trascendencia ante la noticia impresa.

(Gomis, 2008, p.56)

La noticia cumple un rol fundamental por ser la materia prima del periódico, pero, el periodista es el encargado principal de producir las noticias generadas de un hecho real, para ello es necesario conocer acerca del periodismo. Según Gomis es:

“El periodismo se puede entender como un método de interpretación de la realidad social. La interpretación periodística permite, mediante el lenguaje, descifrar y entender la realidad de las cosas que han pasado y pasan a nuestro alrededor.” (Gomis, 2008, p.56)

Sin embargo, Martínez expresó que:

“Un lenguaje lingüístico son aquellos elementos con un componente textual. En principio, la mayor parte del contenido del periódico es lingüístico: está constituido por los diferentes textos” (Martínez, 2005, p.3)

Es decir, cuando describimos el lenguaje lingüístico hacemos alusión a la figura textual (textos y titulares) en un periódico. Existen tres tipos de textos escritos:

“los textos de opinión tienen como finalidad expresar el punto de vista de quien escribe, que interpreta y comenta la realidad, también llamamos textos informativos los textos, que transmiten datos y hechos concretos de interés para el público, ya sean nuevos o conocidos de antemano.” (*González, 2009, p.9*)

De otra forma, cuando describimos el aspecto lingüístico en la parte textual, también mencionamos a los titulares a lo cual la autora Fontcuberta destacó que:

“Los titulares expresan la información más importante, más pertinente o más sorprendente del relato de la noticia. Con los titulares el periodismo trata de persuadirnos de que pasan cosas interesantes”. (*Fontcuberta, 2011, p.149*)

Entonces, un titular en la portada de un diario tiene tres objetivos: resumir la noticia, que sea llamativa para enganchar al lector y generar convencimiento en el tema que se está leyendo para que el lector pueda generar opinión para informar o comunicar lo leído.

A lo cual, el periodista debe destacar 3 puntos clave:Cuál es la noticia en el texto, en que se diferencia de las demás noticias y cuál es la que considera importante para el interés del lector. Pero, para elaborar un titular se debe contar con algunos criterios. Fontcuberta señaló que:

“Para titular hay que combinar dos operaciones: dar el máximo de información, y hacerlo en un espacio previamente marcado. En algunos casos se trataría de resumir el contenido de una noticia, en otros casos, indicar al lector del tema que va hablar”. (*Fontcuberta, 2011, P. 160.*)

De otra forma, hay otros autores que explican sobre los tipos de titulares para optar por un mejor entendimiento en los lectores. Vizuite y Caminos, hacen mención a ello en 4 puntos:

“Titulares expresivos: tiene como misión fundamental apuntar en mayor o menor grado un hecho. Titulares apelativos: Este tipo de titular el periodista apunta el tema sobre el que trata la noticia, pero no informa sobre él. Titulares informativos: Son aquellos que informan detalladamente acerca del tema central de la noticia.” (*Vizuite y Caminos, 2009, p.153*)

Asimismo, Vizuite y Caminos señalaron que el titular debe contemplar de las siguientes características:

“Concisión: recoger de la forma más exacta posible la idea central. Claridad: ósea comprensible. Precisión: expresar con tal exactitud la idea básica que transmite. Veracidad: ideas que están presentes en el cuerpo de la noticia. Garra: debe llamar la atención”. (*Vizuite y Caminos, 2009, p.148*)

Sobre el lenguaje paralingüístico en las portadas, Martínez afirmó que:

“son aquellos que acompañan al texto principal, por lo tanto, los elementos paralingüísticos son los que aparecen junto al texto, y que pueden estar formados sólo por texto o por texto e imágenes.” (*Martínez 2005, p.3*)

El lenguaje paralingüístico conforma principalmente un conjunto de componentes conformado por un elemento escrito e icónico, a lo que explicó:

Tipo y tamaño de letra: El tipo de letra incluye la fuente (diseño de la forma estándar de la letra) y su presentación (cursiva, negrita, subrayada, etc.). Disposición del texto: la estructura presentación por el periódico: Título, Antetítulo y Subtítulo, Cintillo, Sumario de portada, Pies de foto, Cabecera” (Martínez, 2005, p.5)

El lenguaje paralingüístico señala ciertos puntos distintos en el título, por la ubicación, el tipo y el tamaño de letra que utilizan. De otra forma, se menciona también el antetítulo y subtítulo. Igualmente, encontramos el cintillo para poder clasificar las páginas del diario, otro punto es el sumario en la portada conformado por pequeños textos y en él se presentan los titulares que encontramos dentro del periódico con el número de referencia para encontrar la noticia.

(Martínez, 2005, p.5)

Asimismo, la otra cara en la investigación a lo que nos referimos como el lenguaje no lingüístico, Martínez señaló como:

“son aquellos que generalmente van también acompañando al texto y que están formados únicamente por elementos icónicos (imágenes o dibujos). Elementos no lingüísticos, por ejemplo, las líneas y recuadros que aparecen en la página, o las fotografías.” (Martínez, 2005, p.5)

Asimismo, un lenguaje no lingüístico presenta un aspecto no verbal, a lo que se refiere como: diagramación, dibujos y fotografía. A esto, Martínez interpretó estos puntos en el lenguaje no lingüístico:

“Filetes: son todas las líneas, verticales u horizontales, que sirven para separar los textos y elementos gráficos del periódico. Recuadro: son marcos finos generalmente de una sola línea que aíslan un texto de los demás. Blancos: son todos aquellos espacios de la página impresa que no son ocupados por texto o elementos gráficos. Fotografías: son elementos icónicos que reproducen imágenes con valor noticioso.” (Martínez, 2005, p.7)

También, un elemento importante son las ilustraciones y según “El Manual del Periodismo de El Comercio” manifiesta: “Cuando se habla de ilustraciones comprende a la parte fotográfica, dibujos o gráficos que se utilizan o emplean para destacar noticias principales y para aportar más información.” (p, 53)

De igual forma, Abreu explicó que:

“El dibujo periodístico es empleada, para ilustrar un texto, lo cual tiene intenciones documentales o interpretativas, y puede ser elaborado en el escenario de los hechos o a partir de la lectura de un trabajo periodístico”. (Abreu, 2000, p.6)

Tanto en la portada de un periódico como en el periodismo, los dibujos son de importancia para graficar un texto informativo con el propósito de informar, documenta e interpretar un hecho.

Por otro lado, cuando se habla de fotografías periodísticas Du Bois dijo que:
 “Actualmente no hay periódico que prescindiera de las fotografías. La fotografía de prensa es “leída” como un mensaje cuyo significado se ve influenciado por el contexto en el que aparece.” (*Du Bois, 2007, p. 137*)

Rivadeneira señaló que:
 “Consideremos a la fotografía desde el punto de vista de la información actual, como la prueba documental de la noticia. No se entienda esto como una prueba concluyente, sino un elemento visual de relativo valor probatorio.” (*Rivadeneira, 2007, p.179*)

Una buena noticia va asociada de una fotografía, que puede tener tanto alcance como el desarrollo de toda la noticia, a lo que Bonvín distinguió y habló sobre tres tipos de noticias:
 “Fotos de archivo: fotos relacionadas indirectamente con la noticia y proceden de los archivos del periódico o agencias de información. Fotos informativas: comparten la información desarrollada en el texto y su función es informar. Fotonoticias: constituyen en sí misma la noticia y carecen de texto.” (*Bonvín, 2007, p. 34*)

Una fotografía para que sea periodística debe contar con ciertos requerimientos, para Rivadeneira una fotografía debe tener contenido periodístico, por ello señala que:

“Para ser periodística una fotografía debe tener: Imagen expresiva de acción, de un hecho actual, relación armónica con la función informativa, sin montajes manipuladores; con el estilo de diagramación y la tipografía, Orientación ética y estética, Coherencia con la línea informativa y de opinión del mismo medio.” (*Rivadeneira, 2007, p.180*)

Por otro lado, al hacer un tratamiento informativo se establece un análisis comparativo en el diseño de diagramación de los diarios, pero, para determinarlo deben estar estructurados los elementos de cierta forma, a la cual se le denomina como “Diseño de diagramación”.

En su mayoría, los receptores identifican muy fácil el periódico de su preferencia con solo ver algunos aspectos de tipografía y estilo de presentación en el material. A esto, Rivadeneira señaló que:
 “Podría decirse que diagramar es, a la vez, el arte y la técnica de distribución del material informativo en las páginas de un periódico, dentro de una estructura formal básica llamada estilo”. (*Rivadeneira, 2007, p.187*)

De otra forma, Rivadeneira indicó tres tipos sobre el estilo de diagramación en la prensa escrita y son:
 “Estilo simétrico simple: este estilo parte del hecho de que cada página es divisible en dos o tres partes iguales, cada una de ellas para un mensaje. Estilo modular: facilita la concentración del lector en un punto de atracción.” (*Rivadeneira, 2007, p.188*)

A través de diversas modalidades en la sociedad, las opiniones de los autores se van desarrollando en un sentido distinto acerca de un tema. A lo que la opinión generada en la sociedad por una noticia destaca la importancia de los medios de comunicación. La actividad que consiste en generar opinión entre las personas se denomina como Agenda Setting: *(Rodríguez, 2004, pag.14)*

Es allí donde los medios de comunicación juegan un rol importante al generar opinión pública sobre algún acontecimiento. Estas acciones que consiste en generar opinión entre los ciudadanos se le conoce como la Agenda de Setting, Rodríguez aseveró que:

“La teoría de la Agenda de Setting, investigada por McCombs se acuña en un sentido metafórico para expresar como las agendas o temas considerados relevantes para los medios pasan a ser subrayados también en las agendas de la audiencia.”

(Rodríguez, 2004, pag.14)

Rodríguez señala en su teoría de estudio que los medios de comunicación determinan ponen en discusión que información será utilizada para la opinión pública y cual estará en visto por todos. Es decir, esta teoría su estudio se basa en los medios de comunicación, y como estos deciden cuales son las cuestiones que van a estar en el ojo de la tormenta o en la opinión pública.

(Rodríguez, 2004, p.15)

Donald Shaw y McCombs iniciaron una investigación en 1968, indagando acerca de las campañas presidenciales de los Estados Unidos en el año de 1968, 1972 y 1976, y desde entonces ha sido aplicado en muchas investigaciones.

La importancia de esta teoría es sobre el rol de importancia que cumple la agenda de temas en los medios de comunicación para luego elegir un tema que será informado a la audiencia. Según Rodríguez manifestó que:

“la teoría de la Agenda Setting Tiene que ver con cómo se produce las transferencias de prioridades y el énfasis otorgado a cada uno de los temas. Este segundo nivel de estudio se ha denominado dimensión de la Agenda Setting.” *(Rodríguez, 2004, p.15)*

De otro lado, Rodríguez al definir la Teoría de la Agenda Setting señaló que:

“La teoría de la Agenda Setting ofrece una explicación de por qué la información sobre ciertos argumentos, y otros no, resulta de interés para el público que vive en democracia.” *(Rodríguez, 2004, p.16)*

En mención a la Teoría de la Agenda Setting, se divide en tres tipos. Según Rodríguez son: “La agenda de los medios (reside en la medición de un tema en cualquiera de los medios de comunicación), la agenda del público (es el grado de jerarquía de importancia que da el público da a determinados temas noticiosos), la agenda política (mide el tipo de acciones que adopta las diferentes instituciones sociales que más tarde formaran parte de debates.” *(Rodríguez, 2004, p.21)*.

El problema en relación a la teoría de la Agenda de Setting implica hacer un tratamiento informativo apropiado para la noticia que se difunde a los lectores, porque de no ser así, podría implicar que la noticia termine en sensacionalismo. En este estudio llego a la siguiente conclusión:

“El tratamiento informativo de las noticias, en su mayoría se usaron noticias de interés general, actuales y con proximidad, sin embargo, todas las noticias fueron sensacionalistas.”
(*Vilchez, 2013, p.180*)

2.2. Antecedentes de la investigación

2.2.1. Nacional

Alcántara, C. (2015). Redacciones integradas: proceso de convergencia periodística en RPP Noticias y El Comercio (Tesis de pregrado). Universidad Mayor de San Marcos, Lima, Perú

Resumen

En los últimos años, numerosos medios de comunicación han buscado la manera de enfrentar la crisis que se vive en el periodismo. Las empresas periodísticas, otrora modelo confiable y lucrativo, viven hoy un dilema por encontrar la fórmula y sobrevivir en un mundo cada vez más digitalizado. Cualquiera lector conoce que el tradicional modelo de negocio de un diario está basado en la publicidad y las ventas. Pero cuando llegó Internet, la información gratuita se convirtió en la máxima y no hubo retroceso. Si no se venden diarios, y sin gente que quiera pagar por información en la red ¿entonces cómo sobrevivirán los periodistas? El rubro pasa quizá por un mal momento, pero también por una etapa llena de oportunidades. Hoy se muestra una convivencia entre nuevos y viejos medios, así como las generaciones más jóvenes conviven con los que recién podemos comprender para qué sirve el Snapchat. Se trata sí de una fase compleja de transición, pero muy oportuna para replantear nuestra labor periodística. La presente tesis explica la adaptación de las empresas periodísticas al cambio, que tiene como una de sus respuestas a la convergencia. Este no es un fenómeno nuevo, pero sí en nuestro país.

Rivadeneira. C. (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.

Resumen

La inclusión social es un tema central y constante en la agenda pública nacional. En el 2011, los dos más importantes medios de prensa del país, El Comercio y La República, se vieron polarizados con respecto a las propuestas programáticas del entonces candidato Ollanta Humala Tasso. Estas prometían lograr dicha inclusión a partir de programas sociales, reformas económicas, lucha frontal contra la corrupción y en general con una participación más activa y estratégica por parte del Estado.

2.2.2. Internacional

Navarrete. A. (2016). Periodismo digital en Ecuador. la transición hacia nuevas formas de periodismo: análisis de imagen del tratamiento informativo de la versión impresa y digital del diario El Comercio (Tesis de pregrado). Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.

Resumen

El presente proyecto de investigación evidencia la transición hacia nuevas formas de periodismo desde un análisis comparativo de diseño editorial de la versión impresa y digital del diario El Comercio. Es decir, se destacan las cualidades y ventajas que cada versión brinda al lector y usuario, respectivamente. Cabe señalar que la necesidad de información precisa e inmediata que se actualiza constantemente revolucionó la relación de los medios con el público. Y para cumplir los objetivos propuestos en el proyecto, se aplicó la investigación cualitativa y la etnografía virtual, siendo esta última el pilar para fundamentar, sobretodo, la presencia del periodismo digital en Ecuador.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. Bases teóricas del Tratamiento Informativo

Lingüístico

Martínez expresó que:

“Un lenguaje lingüístico son aquellos elementos con un componente textual. En principio, la mayor parte del contenido del periódico es lingüístico: está constituido por los diferentes textos” (Martínez, 2005, p.3)

Informativo

Cuando se menciona acerca de los medios de comunicación, se manifiesta que son instrumentos que se manejan para publicar una noticia, con la finalidad de obtener un buen “tratamiento informativo”, por ello, para hacer un buen uso, se necesita saber

Acerca de la noticia:

“Para que un ítem sea noticia, tiene que interesar al lector, también dice que noticia es aquello que hace exclamar (¡caramba!) al lector.” (Gomis, 2008, p.126)

Entonces, la noticia es la información que publica un acontecimiento de atracción social y de manera actual con el objetivo de generar opinión. Pero no siempre cumplió con el perfil que conocemos hoy.

Opinión

“los textos de opinión tienen como finalidad expresar el punto de vista de quien escribe, que interpreta y comenta la realidad, también llamamos textos informativos los textos, que transmiten datos y hechos concretos de interés para el público, ya sean nuevos o conocidos de antemano.” (González, 2009, p.9)

Titulares

Cuando describimos el aspecto lingüístico en la parte textual, también mencionamos a los titulares a lo cual la autora Fontcuberta destacó que:

“Los titulares expresan la información más importante, más pertinente o más sorprendente del relato de la noticia. Con los titulares el periodismo trata de persuadirnos de que pasan cosas interesantes”. (Fontcuberta, 2011, p.149)

No Lingüístico

Martínez señaló el lenguaje no lingüístico como:

“son aquellos que generalmente van también acompañando al texto y que están formados únicamente por elementos icónicos (imágenes o dibujos). Elementos no lingüísticos, por ejemplo, las líneas y recuadros que aparecen en la página, o las fotografías.” (Martínez, 2005, p.5)

Estructuración

La otra cara en la investigación a lo que nos referimos como el lenguaje no lingüístico, Martínez señaló como:

“Aquellos que generalmente van también acompañando al texto y que están formados únicamente por elementos icónicos (imágenes o dibujos). Elementos no lingüísticos, por ejemplo, las líneas y recuadros que aparecen en la página, o las fotografías.” (Martínez, 2005, p.5)

Videos

Asimismo, un lenguaje no lingüístico presenta un aspecto no verbal, a lo que se refiere como: diagramación, dibujos y fotografía. A esto, Martínez interpretó estos puntos en el lenguaje no lingüístico:

“Filetes: son todas las líneas, verticales u horizontales, que sirven para separar los textos y elementos gráficos del periódico. Recuadro: son marcos finos generalmente de una sola línea que aíslan un texto de los demás. Blancos: son todos aquellos espacios de la página impresa que no son ocupados por texto o elementos gráficos. Fotografías: son elementos icónicos que reproducen imágenes con valor noticioso.” (Martínez, 2005, p.7)

Ilustraciones

También, un elemento importante son las ilustraciones y según “El Manual del Periodismo de El Comercio” manifiesta:

“Cuando se habla de ilustraciones comprende a la parte fotográfica, dibujos o gráficos que se utilizan o emplean para destacar noticias principales y para aportar más información.” (p, 53)

De igual forma, Abreu explicó que:

“El dibujo periodístico es empleada, para ilustrar un texto, lo cual tiene intenciones documentales o interpretativas, y puede ser elaborado en el escenario de los hechos o a partir de la lectura de un trabajo periodístico”. (Abreu, 2000, p.6)

Paralingüístico

Sobre el lenguaje paralingüístico en las portadas, Martínez afirmó que:

“son aquellos que acompañan al texto principal, por lo tanto, los elementos paralingüísticos son los que aparecen junto al texto, y que pueden estar formados sólo por texto o por texto e imágenes.” (Martínez 2005, p.3)

Tipo y tamaño de letra

Tipo y tamaño de letra: El tipo de letra incluye la fuente (diseño de la forma estándar de la letra) y su presentación (cursiva, negrita, subrayada, etc.). Disposición del texto: la estructura presentación por el periódico: Título, Antetítulo y Subtítulo, Cintillo, Sumario de portada, Pies de foto, Cabecera” (Martínez, 2005, p.5)

Títulos

El lenguaje paralingüístico señala ciertos puntos distintos en el título, por la ubicación, el tipo y el tamaño de letra que utilizan. De otra forma, se menciona también el antetítulo y subtítulo. Igualmente, encontramos el cintillo para poder clasificar las páginas del diario, otro punto es el sumario en la portada conformado por pequeños textos y en él se presentan los titulares que encontramos dentro del periódico con el número de referencia para encontrar la noticia.

Alcántara. C. (2015)

Texto

Otro punto es el pie de foto que tiene como objetivo informar al lector, además otro punto es la cabecera de la portada que ubica el nombre de la información publicada, las secciones del periódico y con el epígrafe en la clasificación correspondiente junto a otros elementos como el precio y la fecha.

Alcántara. C. (2015).

2.3.2. Bases teóricas de El Comercio 10

Perfil:

El 4 de mayo de 1839 Alejandro Villota y el chileno Manuel Amunátegui fundaron el diario El Comercio junto con el lema “Orden, Libertad, Saber”. Y conocido en Sudamérica como el segundo diario más antiguo, ya que el 12 de agosto de 1827, se fundó El Mercurio de Chile ocupando el primer lugar en ese entonces (*María Mendoza Michilot. (2013)*).

Antes de 1895, el diario medía 39,5 cm de largo por 28 cm de ancho, pero luego creció a 62 cm por 40,5 cm. Tras el aumento del papel, el tamaño estándar permaneció en 59 cm por 43,5 cm. Sin embargo, subió el precio de tapa para sostener el negocio (*María Mendoza Michilot. (2013)*).

“Hasta 1870, dice Jorge Basadre, El Comercio fue un diario que acogía “Casi siempre imparcialmente los documentos de todos los bandos en lucha” (*María Mendoza Michilot. (2013)*).

Historia

En esta versión Alejandro Miró Quesada Cisneros, director del periódico entre 1999 y 2008 afirma que:

“El comercio se funda y se llama así porque se dedicaba a los negocios. También tocaba temas políticos, pero era un diario financiero. Y en la parte política era un diario independiente.

Justamente se diferenció de los demás diarios de Lima por ello. Ellos obedecían a los intereses políticos del momento, a Echenique, a Balta. Y El Comercio se mantenía aparte”. (*Entrevista a Alejandro Miró Quesada Cisneros, 21 de octubre de 2016*)

El Comercio realizaba dos publicaciones al día, la primera a las 6:00 am y la otra a las 18:00 pm. Esto permaneció hasta el siglo XX, inclusive había una tercera edición que publicaba sucesos internacionales (*María Mendoza Michilot. (2013)*).

La empresa

En la actualidad, el diario está incluido en el Grupo El Comercio que, tras el fallecimiento de Fritz Du Bois en el 2014, pasó a ser dirigido por Fernando Berckemeyer Olaechea. Su sede principal se encuentra en la Av. Antonio Miró Quesada 300, en el Cercado de Lima, con 1.100 personas trabajando (*María Mendoza Michilot. (2013)*).

A través del Grupo El Comercio

Brindan productos editoriales como los diarios: Gestión, Perú 21, Trome, Depor, de forma gratuita y en versión Digital e impreso Publimetro. Entre las revistas Casa y Más, G de Gestión, Ruedas y Tuercas, ¡Vamos! Y la traslación peruana de Hola.

Asimismo, en la categoría de suplementos cuenta con ¡Vamos!, DT, Portafolio, Luces, Urbanía, Escape, Víu, Aptitus, El Dominical, Somos, NeoAuto y MiHogar.

(*María Mendoza Michilot. (2013)*)

La integración

La llegada de internet hizo que los medios periodísticos optaran por reconsiderar el futuro de la industria. Desde lo tradicional y digital conocida hasta ahora en la redacción, que se encontraban separados en dos áreas distintas, hoy se han unificado para conformar grupos multimedia. Por un lado, para desarrollarse y por otro, para resistir a ciertos cambios.

(*Contreras, Pastor, 2014*).

En 1997, el diario El Comercio decide optar por la versión digital, y en el año 2000, ya contaba con 25 diarios online peruanos que evidenciaban la versión impresa en la web del diario.

(Contreras, Pastor, 2014).

Con las noticias en tiempo real, hay más posibilidades de ahondar y detallar cada punto de la noticia. Los periodistas hoy en día, ya no realizan la información solo para un medio, sino que obtienen la noticia, se encargan de producirla y la difunden en distintos formatos tecnológicos a través de internet.

(Contreras, Pastor, 2014).

José Cervera, exdirector del diario 20 minutos de España, señala que, si las redacciones se igualan, sería maravilloso que el contenido se mantenga en la misma línea editorial. “Se deben establecer unos criterios editoriales comunes porque si no, surge una idea dualista en la que los lectores identifican que la misma cabecera ofrece dos productos diferentes, uno de calidad (la edición de papel) y el que podríamos calificar como de menor calidad (edición digital)” (Contreras, Pastor, 2014).

Convergencia Periodística:

José Alberto García señala que es un término que se ha utilizado desde los 80 y que alude a distintos asuntos en relación al desarrollo tecnológico inducido en la digitalización de las comunicaciones” (*Borreguero, et al, 2012, p, 105*)

Redacción

Hilda Basulto señala que, “Es un proceso de construcción productos escritos, su aprendizaje y su práctica demandan un cuidadoso proceso de elaboración de su materia prima -el pensamiento- y de su forma de expresión o presentación por medio de textos escritos”.

Basulto.H.(2016),

Como señalan Kovach y Rosentiel, “los propietarios de los medios, o en el caso de empresas que cotizan en bolsa, los consejeros delegados elegidos por la junta deciden en última instancia la calidad de las noticias que producen sus departamentos de informativos (...)”

Kovach y Rosentiel (2012, 89)

Digital

Negredo y Salaverría lo denominaron “Convergencia a dos”. Conocida como la más frecuente de las integraciones desde que los diarios optaron por la versión online. En la práctica de integración se estableció para racionalizar en conjunto el formato existente. La oportunidad que brinda la plataforma digital es para que las noticias publicadas en la versión impresa, permitan desarrollar, actualizar, comentar y compartir.

Contenido

“Los editoriales de El Comercio destacaban en problemas como la mal nutrición, las viviendas precarias, los bajos niveles de educación resultantes del estado primario de la economía nacional. Nadie ponía en dura la necesidad de desarrollar económicamente (Gilbert 1982: 200).

Pero los Miró Quesada se distinguían de Beltrán al reclamar la participación activa del estado en la economía para promover el desarrollo, poniendo mayor énfasis en el control nacional de la economía y destacando la necesidad de redistribución junto con la de crecimiento” (Gilbert 1982: 200).

WUF

Constituida por ser una asociación sin fines de lucro que trabaja como una organización participativa en iniciativas sociales auto sostenible (Red social, plataforma de adopciones, licenciamiento de productos de consumo, etc.). Con una visión de formar un mundo mejor con perros felices. Y que, como misión tiene unir a la comunidad en realidad a los perros en estado de abandono mediante un sistema auto sostenible con resultados que promuevan a la construcción de un mundo mejor para todos los perros (WUF, 2018, s/p)

El objetivo principal de esta organización es recatar a los 6 millones de perros en estado de abandono, así mismo obtener una conciencia social acerca de la tenencia responsable y que no se repita la situación de perros en las calles.

Los valores de WUF son heredados de su incubadora Mambo, estos son: cuestiona todo, sé excelente, aprende y enseña; y siéntate parte (Vargas, comunicación personal, 22 de junio de 2018)

Valderrama, V, & Huatuco, P (2018).

Publicidad

Wuf tiene una plataforma de refugios y asociados; además, de tener en dirección un negocio que influye productos y servicios propios. Con una acogida de más de 90 mil seguidores en la red social de Facebook, señalando en sus comentarios la labor que cumplen con la tenencia responsable de mascotas.

En el 2017, consigue una estabilidad financiera, gracias a los ingresos de sus patrocinios, licenciamientos y productos propios (comida, accesorios y un piloto de programa de beneficios para perros)

Valderrama, V, & Huatuco, P (2018).

Interactividad

El tercer grado de la interactividad es la participación. Se trata del nivel superior. En él, el usuario no se limita a elegir qué ve y cómo lo ve, sino que asume también un rol interlocutor. El usuario deja de ser, por tanto, un simple receptor de información y se convierte también en emisor. (Salaverría, 2013, p. 4).

Yoel Chlimper, el líder principal de WUF realizó un estudio de Breakthrough service program en la Harvard Business School. Una distinguida experiencia que radica en el emprendimiento de Mambo, una Consultora de innovación digital de renombre internacional y con trabajos renombrados en empresas conocidas.

Asimismo, WUF, define su perfil como millenials, manteniendo sus intereses en temas sociales y principalmente en los perros. En el equipo lo conforman profesionales del tema que trabajan en WUF a tiempo completo pagado.

Valderrama, V, & Huatuco, P (2018).

Periodicidad

En el 2015 WUF se une estratégicamente al El Comercio, para destacar a WUF como una organización que promueve la tenencia responsable. Mediante una columna relacionada a perros alcanza una gran acogida hacia los lectores. Además, empiezan Establecer alianzas con las empresas de: Subaru, 3M, Proplan, Saga Falabella, entre otros.

Valderrama, V, & Huatuco, P (2018).

2.4. Marco conceptual

Mascota:

Mientras que la mayoría de los animales domésticos son explotados con indiferencia a partir de los recursos económicos y los servicios prácticos que proveen, existe una categoría completamente diferenciada de animales domésticos, la cual, por motivos no obvios, está exceptuada de este trato (Serpell, 1996; Serpell & Paul, 1994).

Estos animales, son mantenidos en los hogares de las personas donde parecen tener un propósito escasamente definido. A estos nos referimos usualmente como mascotas (*Sandøe et al., 2016*)

Tenencia responsable:

La tenencia responsable de mascotas se define como la condición en la cual una persona acepta y se compromete en una serie de derechos, deberes y obligaciones enfocadas a satisfacer las necesidades de su mascota. Así como la prevención del riesgo potencial (agresión, transmisión de enfermedades o daños a terceros) que ésta pueda generar a la comunidad o al medio ambiente en el marco jurídico pertinente (*Bernal, T. L. B. (2009)*).

Adopción:

La adopción no es otra cosa que acoger en el seno familiar a un miembro que no es la misma sangre y otorgarle trato y derechos iguales dentro de la misma. Podemos decir entonces que adoptar una mascota tiene un trasfondo emocional, ya que estos seres dependen totalmente de la familia a la cual son llevados.

Real Academia Española (2017)

El Comercio:

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación (*El Comercio, D. (2014). El comercio. Recuperado el, 22*)

Web:

Web es una palabra inglesa que significa red o telaraña. Se designa como ‘la web’ al sistema de gestión de información más popular para la transmisión de datos a través de internet.

Significados.com (Disponible: 2019) / <https://www.significados.com/web>

Tratamiento informativo:

Vera Lucia Simao, (2000). Cita a Sandín, “El análisis de información, es un proceso cíclico de selección categorización, comparación, validación e interpretación inserto en todas las fases de la investigación que nos permite mejorar la comprensión de un fenómeno de singular interés” (p.69)

Análisis:

Un Análisis es un estudio profundo de un sujeto, objeto o situación con el fin de conocer sus fundamentos, sus bases y motivos de su surgimiento, creación o causas originarias. (*Conceptodefinicion.de, Redacción. (Última edición:18 de octubre del 2016)*)

-Noticia:

WUF:

WUF es una asociación sin fines de lucro dedicada a la promoción de la adopción, el trabajo de concientización sobre la realidad de los perros en estado de abandono y la ejecución de proyectos que contribuyen a la construcción de un mundo mejor para todos los perros (Wuf, 2018).

Fomentar:

La palabra fomentar es de origen latín “*fomentare*” que significa aplicar fomentos, la expresión fomentar puede ser usado en el sentido de motivar o incitar una reacción para alcanzar resultados positivos.

Significados.com (Consultado:2019) / <https://www.significados.com/fomentar>

Calidad:

La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de cualidad.

(Significados.com (Consultado: 21 de enero del 2017) / <https://www.significados.com/calidad>)

Sociedad

La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de cualidad.

María Raffino. (2019).

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

Esta investigación obedece al carácter de tipo cualitativa

3.1.2 Nivel de investigación

Esta investigación alcanzará el nivel explicativo- descriptivo

Descriptivo: Para analizar la calidad de la información que difunde el diario El Comercio en el portal web, brindado solo a mascotas llamado WUF.

Explicativo: Para determinar la veracidad de las noticias del portal web del diario El Comercio sobre la tenencia responsable de mascotas.

3.1.3 Diseño de investigación

El diseño de esta investigación obedece al diseño no experimental, según Hernández Sampieri. (2006) podría explicarse como la investigación que se ejecuta sin manipular de manera intencional las variables independientes para ver su impacto sobre otras variables.

Como señalan Kerlinger y Lee (2002): “En la investigación no experimental no es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes o los tratamientos.

3.2 Población

La población está conformada por todos los diarios de Lima que brindan un espacio de mascotas para fomentar la tenencia responsable de mascotas.

3.4 Muestra

En una muestra es no probabilística, se estudiará el portal web del Diario El Comercio.

3.5 Métodos de investigación

El diseño en esta investigación será analítico.

3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de esta investigación son dos: Análisis documental y fichas de observación

3.6.1 Técnicas

Las técnicas de esta investigación son dos: Análisis documental y fichas de observación

3.6.2 Instrumentos (confiabilidad y validez)

El instrumento obedece a una matriz de datos especialmente para emplear la recolección de información a los especialistas, con características de una prueba piloto y sometido a un juicio de validación por expertos.

3.7 Técnicas de procesamiento de datos

Para procesamiento de datos se utilizará el programa Excel y SPS-22 para Windows.

4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1. Cronograma de actividades.

Cronograma

Año	2 0 1 9					
Meses	J	A	S	O	N	D
1. Elaboración del proyecto de investigación	X	X	X			
2. Revisión y aprobación del proyecto			X			
2. Ejecución del proyecto			X	X		
3. Informe preliminar (borrador)					X	
4. Revisión y aprobación del informe final.					X	
5. Sustentación.					X	X

4.2. Presupuesto y financiamiento.

Presupuesto: S/3 000

4.2.1. Recursos Humanos

1. Asesor de la investigación
2. Asesor estadístico
3. Dos aplicadores de encuesta
4. Un digitador (a) de informática

4.2.2. Recursos materiales

1. Materiales de oficina (diversos)
2. Material informático (software)

3. Libros, revistas y otros textos

4. Impresión, fotocopias y otros

N°	Partidas generales y específicas	Costo parcial	Total parcial
1	Personal necesario	-	-
	1. Asesor de la investigación	2.500	2000
	2. Asesor estadístico	310.00	300.00
	3. Dos aplicadores de encuesta	25.00	25.00
	4. Un digitador (a) de informática	130.00	130.00
2	Bienes a utilizar		2.455
	1. Materiales de oficina (diversos)	35.00	35.00
	2. Material informático (software)	150.00	150.00
	3. Libros, revistas y otros textos	300.00	300.00
	4. Impresión, fotocopias y otros	60.00	60.00
<p>TOTAL ESTIMADO DE GASTO A EFECTUAR.....S/3.000</p> <p>Son: Tres mil nuevos soles.</p>			

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1) *De la Mota, Ignacio (1988). Diccionario de la Comunicación. Editorial Paraninfo. España*
Fernández Tona, Luisaury
- 2) *McCombs, Maxwell (1992). Explorers and surveyors: Expanding strategies for agenda setting research. Journalism Quarterly*
- 3) *(María Mendoza Michilot. (2013). Tomo I. En 100 años de periodismo en el Perú (96). Lima: Fondo editorial Universidad de Lima)*
- 4) *Walter Palacios. (mayo 26, 2010). El Comercio y Lori Berenson. 2010, de Agencia Latinoamericana de información Sitio web: <https://www.alainet.org/es/active/38490>*
- 5) *ALVAREZ ANGULO, Teodoro, 2001, Tipología de textos y discursos y enseñanza de la lengua. José Jesus de Bustos et al. (eds.), 973-985.*
- 6) *GIRAUDO, M. L. (1948): «How much Grammatical Terminology should they know? », The Modern Language Journal, XXXII, 5, Univesidad de Wisconsin, Madison, pp. 361-367.*
- 7) *GUTIÉRREZ ORDONEZ, S. (1987-1988): «Del uso metalingüístico», Archivum, 37/38, Universidad de Oviedo, pp. 5-19*
- 8) *Valderrama, V, & Huatuco, P (2018). Análisis de los factores de integración en empresas sociales del sector de protección canina. Estudio de casos: MATCHCOTA, VOZ ANIMAL y WUF. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima*
- 9) *(Bernal, T. L. B. (2009). Foro: Tenencia responsable de mascotas. Revista Colombiana de Ciencia Animal, 2(1).*
- 10) *María Raffino. (2019). Sociedad, Concepto.de. Sitio web: <https://concepto.de/sociedad/>*
- 11) *Concepto definicion.de, Redacción. (Última edición:18 de octubre del 2016). Definición de Análisis. Recuperado de: <https://concepto definicion.de/ analisis/>.*
- 12) *Promover. (n.d.) K Dictionaries. (2013). Retrieved December 1 2019 from <https://es.thefreedictionary.com/promover>*
- 13) *Promover. (n.d.) Collins Spanish Dictionary - Complete and Unabridged 8th Edition. (2005). Retrieved December 1 2019 from <https://es.thefreedictionary.com/promover>*
- 14) *Significados.com. (2029). <https://www.significados.com/fomentar/> Consultado: 1 de diciembre.*
- 15) *El Comercio, D. (2014). El comercio. Recuperado el, 22*

16) Redalyc. Org. (2010). *El tratamiento periodístico en la sección cultural. Telos*, 12(2), undefined-undefined. [fecha de Consulta 28 de noviembre de 2019]. ISSN: 1317-0570.

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=993/99315569008>

17) Significados.com. 2017). (Consultado: 21 de enero) /)

18) Montero, R. (2010, enero 24). *Amar a un animal. El País*, I, 1. 2019, diciembre 09, *De El País semanal Base de datos*

19) Hernández.S., Fernandez.C., & Baptista.P. (2006). *Diseños no experimentales. En Metodología de la investigación(pp.205)*. Iztapalapa, México D.F: McGraw-Hill Interamericana.

20) Racionero, Luis, *El arte de escribir. Emoción y placer del acto creador*, p. 156

VI. ANEXOS

Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>GENERAL: ¿De qué manera se presenta el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima?</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>¿De qué manera se presenta el aspecto no lingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima?</p> <p>¿De qué manera se presenta el aspecto lingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima?</p>	<p>GENERAL: Describir el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 de octubre al 30- 2019 en Lima.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>Diagnosticar el aspecto no lingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima</p> <p>Diagnosticar el aspecto lingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima</p> <p>Diagnosticar el aspecto</p>	<p>_____</p>	<p>VX: Tratamiento informativo</p> <p>X.1 Lingüístico X.2 No Lingüístico X.3 Paralingüístico</p> <p>VY: El Comercio</p> <p>Y.1 Perfil Y.2 Convergencia periodística Y.3 Wuf</p>	<p>X.1.1 Informativo X.1.2 Opinión X.1.3 Titulares X.2.1 Estructuración X.2.2 Videos X.2.3 Ilustraciones X.3.1 Tipo y tamaño de letra X.3.2 Títulos X.3.3 Texto</p> <p>Y.1.1 Historia Y.1.2 La empresa Y.1.3 La integración Y.2.1 Redacción Y.2.2 Digital Y.2.3 Contenido Y.3.1 Publicidad Y.3.2 Interactividad Y.3.3 Periodicidad</p>	<p>DISEÑO: Enfoque Cualitativo</p> <p>MÉTODO: Analítica</p> <p>TIPO: Descriptiva</p> <p>Longitudinal</p> <p>NIVEL Descriptivo</p> <p>POBLACIÓN: MUESTRA: Diarios de Lima</p> <p>TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Técnica: Observación y análisis documental Instrumento: - Matriz de datos</p>

<p>¿De qué manera se presenta el aspecto paralingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima?</p>	<p>paralingüístico en el análisis del tratamiento informativo del diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 al 31 de octubre - 2019 en Lima</p>				<p>- - Guia de entrevista. ANALISIS DE DATOS Uso del software excel y SPSS_25 versión para Window</p>
---	--	--	--	--	--

Anexo 2:

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

VARIABLES	CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	INSTRUMENTOS
Tratamiento informativo	1)Lingüístico	1)Informativo 2)Opinión 3)Titulares	Matriz de datos
	2)No Lingüístico	1)Estructuración 2)Videos 3)Ilustraciones	
	3)Paralingüístico	1)Tipo y tamaño de letra 2)Títulos 3)Texto	
El Comercio	1)Perfil	1) Historia 2)La empresa 3) La integración	Guía de entrevista
	2)Convergencia periodística	1) Redacción 2) Digital 3) Contenido	
	3)WUF	1) Publicidad 2) Interactividad 3) Periodicidad	

Instrumentos de recolección de datos
Anexo 1 Guía de Entrevista:



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO

REDACTOR / EDITOR WEB DEL DIARIO EL COMERCIO

1. Como medio de comunicación escrito, ¿Qué tan comprometidos se encuentran en difundir información para que las personas puedan optar por una tenencia responsable en sus mascotas?
- 2.- ¿Por qué no hay una sección específica de mascotas en la sección web del diario el comercio? De ser así, para el diario, ¿En qué rango de importancia se encuentra?
- 3.- ¿Publicar noticias novedosas sobre mascotas es una forma de mantener al público activo para el medio en la sección web? ¿De ser así, ¿Por qué no implementar una sección impresa de mascotas?
- 4.- ¿Cuáles son las organizaciones que trabajan en conjunto con el diario para difundir las campañas?

Andrea Carrión

APELLIDOS Y NOMBRES

Anexo 2 Guía de Entrevista:



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO

REDACTOR/ EDITOR DEL DIARIO EL COMERCIO

1. Como medio de comunicación escrito, ¿Qué tan comprometidos se encuentran en difundir información para que las personas puedan optar por una tenencia responsable en sus mascotas?
- 2.- ¿Por qué no hay una sección específica de mascotas en la sección web del diario el comercio? De ser así, para el diario, ¿En qué rango de importancia se encuentra?
- 3.- ¿Publicar noticias novedosas sobre mascotas es una forma de mantener al público activo para el medio en la sección web? ¿De ser así, ¿Por qué no implementar una sección impresa de mascotas?
- 4.- ¿Cuáles son las organizaciones que trabajan en conjunto con el diario para difundir las campañas?

LEON ALMEIDA SILVIA RAFAELA

APellidos y Nombres

Anexo 3 Guía de Entrevista:



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO

REDACTOR / EDITOR WEB DEL DIARIO EL COMERCIO

1. Como medio de comunicación escrito, ¿Qué tan comprometidos se encuentran en difundir información para que las personas puedan optar por una tenencia responsable en sus mascotas?
- 2.- ¿Por qué no hay una sección específica de mascotas en la sección web del diario el comercio? De ser así, para el diario, ¿En qué rango de importancia se encuentra?
- 3.- ¿Publicar noticias novedosas sobre mascotas es una forma de mantener al público activo para el medio en la sección web? ¿De ser así, ¿Por qué no implementar una sección impresa de mascotas?
- 4.- ¿Cuáles son las organizaciones que trabajan en conjunto con el diario para difundir las campañas?

Cruzado Alvarez Cayetano Longosa

APELLIDOS Y NOMBRES

Anexo 4 Guía de Entrevista:

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO

VETERINARIO

- 1.- ¿Qué tipo de diario ve normalmente?
- 2.- ¿Considera que la información difundida por el diario el comercio en la sección web sobre mascotas es suficiente para una tenencia responsable en la sociedad?
- 3.- ¿Considera que las noticias de mascotas difundidas por el diario El Comercio adoptan conocimientos positivos en las personas que tienen una mascota en casa? ¿Por qué?
- 4.- Como profesional, ¿Que concepto de veracidad tiene acerca de la información que difunde el diario en la sección web sobre los cuidados básicos de una mascota?


APELLIDOS Y NOMBRES *F. J. C. F. JONES CANOENAS, F. JON.*
10745552

Anexo 5 Guía de Entrevista:

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO

VETERINARIO

- 1.- ¿Qué tipo de diario ve normalmente?
- 2.- ¿Considera que la información difundida por el diario el comercio en la sección web sobre mascotas es suficiente para una tenencia responsable en la sociedad?
- 3.- ¿Considera que las noticias de mascotas difundidas por el diario El Comercio adoptan conocimientos positivos en las personas que tienen una mascota en casa? ¿Por qué?
- 4.- Como profesional, ¿Qué concepto de veracidad tiene acerca de la información que difunde el diario en la sección web sobre los cuidados básicos de una mascota?

APellidos y Nombres

Quilla Regalado Luis Fernando

Anexo 6 Guía de Entrevista:

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO

VETERINARIO

- 1.- ¿Qué tipo de diario ve normalmente?
- 2.- ¿Considera que la información difundida por el diario el comercio en la sección web sobre mascotas es suficiente para una tenencia responsable en la sociedad?
- 3.- ¿Considera que las noticias de mascotas difundidas por el diario El Comercio adoptan conocimientos positivos en las personas que tienen una mascota en casa? ¿Por qué?
- 4.- Como profesional, ¿Que concepto de veracidad tiene acerca de la información que difunde el diario en la sección web sobre los cuidados básicos de una mascota?


APELLIDOS Y NOMBRES

Apéndice A:

Periodistas

	<p>Como medio de comunicación escrito, ¿Qué tan comprometidos se encuentran en difundir información para que las personas puedan optar por una tenencia responsable en sus mascotas?</p>	<p>¿Por qué no hay una sección específica de mascotas en la sección web del diario el comercio? De ser así, para el diario, ¿En qué rango de importancia se encuentra??</p>	<p>¿Publicar noticias novedosas sobre mascotas es una forma de mantener al público activo para el medio en la sección web? ¿De ser así, ¿Por qué no implementar una sección impresa de mascotas??</p>	<p>¿Cuáles son las organizaciones que trabajan en conjunto con el diario para difundir las campañas?</p>
<p>Rafaela Leon</p>	<p><i>“ Bastante comprometidos, El comercio desde hace algunos años ha buscado involucrarse en campañas que tiene que ver con tenencia responsable, adopción de mascotas.”.</i></p>	<p><i>“Si hay una sección específica en la web de SOMOS a través de WUF, que tiene en el diario unos 5- 6 años como una pestaña fija. La periodicidad ha una cuestión de presupuesto se publican ahora tres notas a la semana”</i></p>	<p><i>“Si, de todas maneras. Noticia que hagamos siempre tratamos que sea atractiva noticiosamente.</i></p> <p>R2: <i>” No lo sé muy bien, de repente como esta en el web muy activo no hace falta en papel.”.</i></p>	<p><i>“Básicamente WUF”.</i></p>
<p>Vanessa Cruzado</p>	<p><i>“El diario siempre tiene el compromiso en general de poder informar sobre todo en las últimas tendencias a sus lectores, entonces el tema de mascotas de hecho es</i></p>	<p><i>“Si hay una sección, se llama WUF. Al pasar, de la una o dos notas que hacía WUF a la semana ahora están haciendo una nota</i></p>	<p><i>“De hecho, sí, es el compromiso que tiene el diario “</i></p> <p><i>“Antes la revista VÍU tenía un especial de mascotas. Pero, ya no</i></p>	<p><i>“Para mantener la independencia, el diario no está ligado a ninguna marca, pero WUF tiene un albergue, que cuando se hacen</i></p>

	<i>bien importante.”.</i>	<i>sobre mascota cada dos días”.</i>	<i>están algunos productos por temas internos y de lectoría”</i>	<i>campañas de adopción.”.</i>
Andrea Carrión	<p><i>“Cien por ciento comprometidos en promover la adopción de perros y la tenencia responsable de mascotas. “</i></p> <p><i>La manera en que funciona es dos días a la semana con publicaciones de historias de adopción.</i></p>	<p><i>“No puedo responder sobre porque no hay una sección específica que diga "mascotas”.</i></p> <p><i>“A partir de diciembre del 2015 El Comercio accedió a la petición de WUF manera que pueda tener un espacio en la página web del diario se empieza a publicar en El Comercio.pe y se convierte en la página de mascotas de El Comercio.”</i></p> <p><i>“Ahora, es una página más bien dedicada a los perros, el 99.9% es sobre perros, porque no hay una página de loros, hámster (..) honestamente no lo sé”</i></p>	<p><i>“Si, definitivamente es una forma de jalar público”</i></p> <p><i>“Eso estaría buenísimo, teniendo en cuenta que para añadir una página en el medio impreso requiere más insumos, entonces uno tiene que justificar cuando vas a sumar una sección, y tiene mucho que ver con los anunciantes.”</i></p>	<p><i>“Organizaciones directamente asociadas a el Comercio es WUF.”</i></p>
Análisis	Efectivamente los dos periodistas ratifican que el diario El Comercio actualmente no cuenta con una sección de mascotas en el diario impreso	La observación aplicada a los periodistas determina como resultado que en la actualidad la sección web del diario El Comercio, si cuenta con una sección de mascotas dentro de la revista Somos	Existe una simetría de resultados que determinan que las organizaciones que trabajan con El Comercio son escasas.	Efectivamente las tres muestras ratifican que la información difundida por el diario El Comercio en la sección web de mascotas no es suficiente para una tenencia responsable de mascotas

VETERINARIOS

	¿Qué tipo de diario visualiza normalmente?	¿Considera que la información difundida por el diario el comercio en la sección web sobre mascotas es suficiente para una tenencia responsable en la sociedad?	¿Considera que las noticias de mascotas difundidas por el diario El Comercio adoptan conocimientos positivos en las personas que tienen una mascota en casa? ¿Por qué?	¿Cómo profesional, ¿Que concepto de veracidad tiene acerca de la información que difunde el diario el Comercio en la sección web sobre los cuidados básicos de una mascota?
Flor Flores	<i>“El diario que normalmente veo, es el diario Exitosa”</i>	<i>“Yo considero que no es suficiente, creo que a la sociedad le falta mucha más información en el ámbito de lo que es tenencia responsable para las mascotas.”</i>	<i>“Si, porque hacen llegar a las personas que leen, el conocimiento necesario que deben tener referente al cuidado de sus mascotas.”</i>	<i>“Siendo El comercio, un diario que tiene bastante credibilidad, supongo que todos los artículos que publiquen están validados y asesorados por personas profesionales”</i>
Luis Quilla	<i>“El comercio, la república”</i>	<i>“No, la verdad es que da muy poca información al respecto. Son simplemente tips y consejos, no dan una información adecuada”</i>	<i>“Si, pero quizás deberían profundizar un poco más en el cuidado de las mascotas y tenencia responsable”</i>	<i>“Es correcto lo que difunden, pero deberían profundizar más, son cosas muy básicas las noticias que publican”</i>
Laura Sotille	<i>“El Comercio”</i>	<i>“Si, la información es bastante acertada, sin embargo, podría ser útil también ampliar un poco la sección en cuanto a la parte más cotidiana”</i>	<i>“Siempre es importante manejar la información con respecto al cuidado y la tenencia responsable de las mascotas. Me parece que la información es bastante acertada y es muy positiva”</i>	<i>“Particularmente la información que está planteando es muy veraz, bastante acertada y no estaría demás que esta información se esté ampliando para poder llegar a más personas de manera que puedan tener todo el conocimiento respecto a sus</i>

				<i>“mascotas.”</i>
Análisis	<i>Los entrevistados difieren en sus respuestas. El primero afirma que prefiere ver Exitosa. El segundo No tiene muy esclarecido si es El Comercio o La República. Y el tercero tiene bien esclarecido como preferencia por El Comercio.</i>	<i>Efectivamente las tres muestras ratifican que la información difundida por el diario en la sección web de mascotas, no es suficiente para una tenencia responsable.</i>	<i>Los entrevistados coinciden en que la información que difunde el diario adopta conocimientos positivos en las personas.</i>	<i>Los veterinarios afirman que la información que publica el diario sobre los cuidados básicos de una mascota son difundidos adecuadamente.</i>

Apéndice B Matriz de datos:

MATRIZ DE DATOS						
Género informativo	Fecha	Titular	Nombre de sección	Sub- sección	Tema	Extensión
Nota interpretativa	2019-10-29	La historia del perro albino adoptado que llevará los anillos de matrimonio de esta pareja	Wuf	Historias	Historia de amor	3 páginas
Nota informativa	2019-10-26	Como educar a tu cachorro a hacer sus necesidades donde tú quieres	Wuf	Consultorio	Consejos	3 páginas
Crónica	2019-10-22	Cómo adoptar a vaquita cambió la vida de esta familia	Wuf	Estilo	Adopción	4 páginas
Nota interpretativa	2019-10-15	El amor que esta mujer tiene por su pero discapacitado no sabe de límites	Wuf	Historias	Adopción	4 páginas
Publirreportaje	2019-10-15	Mascotas en la oficina: Ripley celebra su “Dog Day” por segunda vez este año	Notas Contratadas	Mascotas	Dog day	1 página
Nota informativa	2019-10-12	Cinco “tips” para disfrutar de tus viajes con tu mascota	Wuf	Consultorio	Tips	2 páginas
Fragmento	2019-10-12	Gato le aplica una llave de lucha libre a otro minino y conmociona a todos en las redes	Facebook	Mascotas	Virales	1 página

Entrevista	2019-10-07	Wuf habló por los perros en batalla de rap en Miraflores	Wuf	Club Wuf	Adopción	2 páginas
Nota informativa	2019-10-07	Consejos para tener una casa sin pelos ni olor a mascota	Casa y más	Mascotas	Día Mundial de los animales	1 página
Nota interpretativa	2019-10-04	Día de los animales: Jóvenes de Cajamarca crean casa térmica para que las mascotas no mueran de frío	Somos	Historias	Día de los animales	1 página
Fragmento	2019-10-04	Gato impresiona las redes sociales haciendo una llave de lucha libre a otro minino	Facebook	Mascotas	Virales de Facebook	1 página
Nota informativa	2019-10-04	De plebeyos a reyes: primer concurso de perros mestizos	Archivo el Comercio	Mascotas	Historia del primer concurso de perros mestizos	1 página
Nota informativa	2019-10-03	¿Cómo sobrevivir a las primeras semanas con tu cachorro?	Historias	Mascotas	Técnicas para aprender	1 página (1 columna)
Entrevista	2019-10-01	¿Por qué el “creador” del perro labradoodle lamenta haber hecho “un Frankenstein”?	Ciencias	BBC News/ Mundo	Entrevista a Martha Watton	1 página (4 columnas)

1. Prueba de confiabilidad de instrumentos
Anexo 1: Documento de validación de instrumento



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Lima 30 de Octubre del 2019

Señor: Lorenzo Francia Luz

Presente

ASUNTO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO

Me dirijo a usted para expresarle mi saludo cordial y manifestarle que para el desarrollo del proyecto de investigación: "Análisis del tratamiento informativo, Diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 de octubre al 30 - 2019". Y requiriendo la validación del instrumento de recolección de datos, solicito su valiosa opinión profesional.

Para lo cual, adjunto los siguientes documentos:

1. Ficha de opinión de expertos.
2. Matriz de consistencia.
3. Instrumento de recolección de datos.

Agradezco por anticipado su aceptación a la presente.

Atentamente,

Rocío Sánchez Bermúdez

Apellidos y nombres

Sánchez Bermúdez Romina Kelly

Anexo 1: Documento de validación de instrumento

Logo de la UBM

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: LEVANO FRANCIA LUZ
 1.2.- Cargo e institución donde labora: DOCENTE - UNIVERSIDAD JAIME BASTIEN Y PEZA
 1.3.- Grado académico: MAGISTER registro colegio profesional
 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación: GUIA DE ENTREVISTA
 1.5.- Autor de instrumento: ROMINA SANCHEZ BERTUDEZ
 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					✓
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					✓
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.					✓
4.- Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					✓
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.				✓	
6.- Intencionalidad	Es adecuado para <u>Tratamiento, Discusión, Diarios de comarcas</u>					✓
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.					✓
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.					✓
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación					✓
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					✓
	Total parcial					
	Total					

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: INSTRUMENTO VÁLIDO PARA SU APLICACIÓN

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4,9

Puntuación

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar


Firma del Experto

Anexo 2: Documento de validación de instrumento



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Lima 30 de Octubre del 2019

Señor: Laminara Rojas, Gisela Cecilia

Presente

ASUNTO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO

Me dirijo a usted para expresarle mi saludo cordial y manifestarle que para el desarrollo del proyecto de investigación: "Análisis del tratamiento informativo, Diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 de octubre al 30 - 2019". Y requiriendo la validación del instrumento de recolección de datos, solicito su valiosa opinión profesional.

Para lo cual, adjunto los siguientes documentos:

1. Ficha de opinión de expertos.
2. Matriz de consistencia.
3. Instrumento de recolección de datos.

Agradezco por anticipado su aceptación a la presente.

Atentamente,

Romina Sánchez Bermúdez

Apellidos y nombres

Sánchez Bermúdez, Romina Lilly

Anexo 2: Documento de validación de instrumento

Logo de la UBM

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: Larriviore Rojas Guele Cecilia
 1.2.- Cargo e institución donde labora: Docente, UJBM
 1.3.- Grado académico: Magister registro colegio profesional
 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación: Entrevista (guía)
 1.5.- Autor de instrumento: Remina Soñch, Bermudez
 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTAJACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					✓
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					✓
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.					✓
4.- Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					✓
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					✓
6.- Intencionalidad	Es adecuado para <u>Tratamiento Psicoeducativo, Nuevo el consumo</u>					✓
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.					✓
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.					✓
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación					✓
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					✓
	Total parcial					
	Total					50

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Instrumento listo para su aplicación

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

Puntuación

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar

Gisele Larriviore R
Firma del Experto

Anexo 3: Documento de validación de instrumento



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Lima ...30 de Octubre del 2019

Señor: ...Fernández Valle, Juan Augusto

Presente

ASUNTO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO

Me dirijo a usted para expresarle mi saludo cordial y manifestarle que para el desarrollo del proyecto de investigación: "Análisis del tratamiento informativo, Diario el comercio sobre la tenencia responsable de mascotas en el periodo 1 de octubre al 30 - 2019". Y requiriendo la validación del instrumento de recolección de datos, solicito su valiosa opinión profesional.

Para lo cual, adjunto los siguientes documentos:

1. Ficha de opinión de expertos.
2. Matriz de consistencia.
3. Instrumento de recolección de datos.

Agradezco por anticipado su aceptación a la presente.

Atentamente,

Apellidos y nombres

Sánchez Bermúdez, Romina Kelly

Anexo 3: Documento de validación de instrumento

Logo de la UBM

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

1. DATOS GENERALES

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: FERNÁNDEZ VALLE, JUAN AUGUSTO
- 1.2.- Cargo e institución donde labora: VJRM, UTP, MIMST. DE CULTURA
- 1.3.- Grado académico: MAGISTER registro colegio profesional
- 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación: INSTRUMENTO GUA- ENTREVISTA
- 1.5.- Autor de instrumento: ROMINA SANCHEZ DE LAUZER

1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					X
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					X
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.				X	
4.- Organización	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					X
6.- Intencionalidad	Es adecuado para <u>Tratamiento periodístico, Diario el Comercio</u>					X
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.					X
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.					X
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación				X	
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.				X	
Total parcial					16	30
Total						46

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aptado para aplicación

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 46


Firma del Experto

Puntuación	
11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar

2. Evidencias

Figura 1: Vanessa Lourdes Cruzado Alvarez
Redactora del diario El Comercio



Figura 2: Andrea Carrión

Editora de la sección WUF del diario El Comercio



Figura 3: Rafaela León Almenara

Editora de la web de somos



Figura 4: Flor Flores Cárdenas

Médico Veterinario

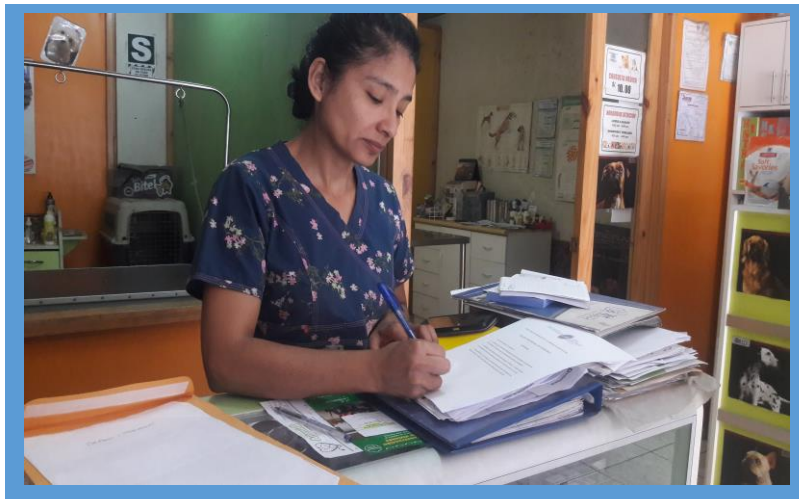


Figura 5: Luis Quilla

Médico Veterinario



Figura 6: Laura Sotille

Groomer

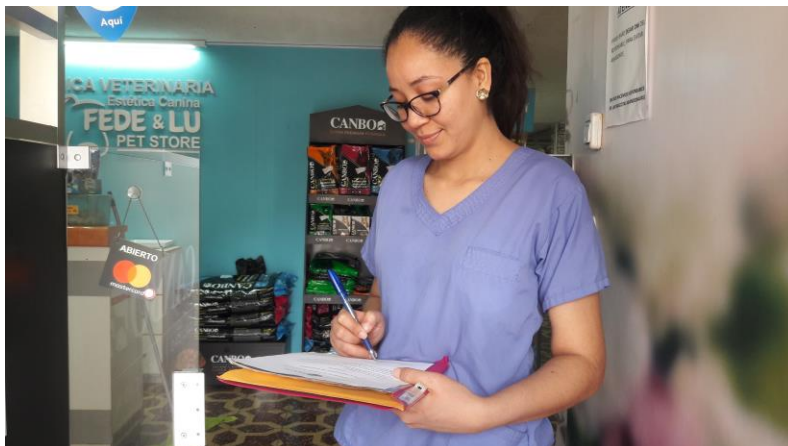


Figura 1:

El Comercio

Susíbete Iniciar

CIENCIAS

BBC NEWS | MUNDO

CIENCIAS

f t in

¿Por qué el “creador” del perro labradoodle lamenta haber hecho “un Frankenstein” ?

Los labradoodles son la raza resultante de mezclar labradores con “poodles” (caniches). Presentan una gran cantidad de problemas de salud



A Wally Conron se le considera como el creador de los labradoodles. (Foto: Pixabay)

BBC News Mundo Actualizado el 03/10/2019 a las 22:20

Anuncios de interés



Tu Depa y Casa de Playa desde \$ 89.000

Oferta de Casas y Depas Frente al Mar en Asia en el mejor proyecto de Asia. Proyecto Terminado y en Registros. Click aquí.

www.taurumar.com Más información

Figura 2:

El Comercio

Susíbete Iniciar

HISTORIAS

HISTORIAS

f t in

¿Cómo sobrevivir a las primeras semanas con tu cachorro?

Técnicas para aprender a ayudar a tu joven mascota a hacer sus necesidades donde debe, a portarse adecuadamente y a convertirse en un perro seguro de sí mismo



xxx

Andrea Carrión
andrea@wuf.pe Actualizado el 03/10/2019 a las 13:23

Anuncios de interés



COMPRA TU CASA DE PLAYA DESDE \$180000

Compra tu Casa de Playa frente al Mar en Asia en Mykonos el mejor proyecto de Asia financiando tu inicial. Infórmate Aquí

www.taurumar.com Más información

Figura 3:

El Comercio Suscríbete

ARCHIVO EL COMERCIO

ARCHIVO EL COMERCIO

De plebeyos a reyes: primer concurso de perros mestizos

[f](#) [t](#) [in](#)



Por realizar este tipo de piruetas, Rusty fue el indiscutible ganador del primer concurso de perros mestizos realizado en 1965. (Archivo Histórico El Comercio)

Figura 4:

SOMOS

[Historias](#) • [Firmas](#) • [Test de Proust](#) • [Videos](#) • [Fotos](#) • [Somos OV](#) • [Estilo](#)

HISTORIAS [f](#) [t](#) [in](#)

Día de los animales: Jóvenes de Cajamarca crean casa térmica para que las mascotas no mueran de frío

Muchos pueden ser los motivos por el que alguien decide inventar algo: aliviar alguna dolencia, facilitar un quehacer o, simplemente, demostrar afecto. El proyecto de Luis Quiroz y sus compañeros es una muestra de esto último. Esta es su historia.




perriera de Luis Megan, la pasaba mal en el invierno. En su natal Cajamarca, la pender hasta 5 °C. (Foto: UPN)

Figura 5:

El Comercio | WUF habló por los perros en batalla de rap en Miraflores

ELECCIONES CONGRESALES EXTRAORDINARIAS 2020

MUNDO WUF

WUF habló por los perros en batalla de rap en Miraflores

Asociación sin fines de lucro promovió adopción de perros y tenencia responsable de mascotas durante evento miraflorentino que busca fomentar valores entre los jóvenes




Andrea Sifuentes y Mauricio Vargas, miembros de WUF, compartieron con los jóvenes el trabajo de WUF hace para crear un mundo para todos los perros.

Andrea Carrión
andrea@wuf.pe

Actualizado el 07/10/2019 a las 17:40

Figura 6:

El Comercio | Consejos para tener una casa sin pelos ni olor a mascota

DÍA MUNDIAL DE LOS ANIMALES

Consejos para tener una casa sin pelos ni olor a mascota

Pon en práctica estos consejos de limpieza para hacer que la convivencia con tu engreido sea placentera y única.



1/4 (Foto: Shutterstock)

Redacción EC
redaccionec@comercio.com.pe

Actualizado el 07/10/2019 a las 13:39

Figura 7:

HOY INTERESA · Podcast · Play · #EstoyAlerta · Elecciones 2020 · E-Sports · Perú 2050 · Hay F · LIMA · LINES 9 DE DICIEMBRE DEL 2019

El Comercio Suscríbete Iniciar

CONSULTORIO

Visa F1 para estudiar en EE.UU - Grados y Master en Miami ABRIR

Marconi International University te ofrece la oportunidad de estudiar en Miami
visadeestudiantef1.miuniversity.us

CONSULTORIO f t in

Cinco 'tips' para disfrutar de tus viajes con tu mascota

Toma nota de esta lista de recomendaciones antes de incluir a tus animales favoritos en tu próxima aventura en avión



Si deseas incluir a tu mascota en tus próximos planes de viaje, lo más inteligente es planificar con tiempo de sobra. Foto: Flickr

Andrea Carrión
andrea@wufl.pe

Actualizado el 12/10/2019 a las 04:00



entel CHALLENGE
POWERED BY El Comercio y SPORTRUNDO

Corre del 16 al 29 de diciembre.

INSCRIBETE GRATIS

Figura 8:

El Comercio | Gato le aplica una llave de lucha libre a otro minino y conmocio... f t in

POLOS

topitop

FACEBOOK f t in

Gato le aplica una llave de lucha libre a otro minino y conmociona a todos en las redes

“Creo que mi gato ha estado viendo demasiada WWE”, ironizó el responsable del clip que se hizo tendencia en Facebook



Un gato causa sensación en Facebook por hacerle una llave de lucha libre a otro minino dentro de una casa | Foto: Referencial / Pixabay / doanime

Redacción EC
redaccionec@comercio.com.pe

Actualizado el 12/10/2019 a las 17:30



PREMI IGUALITARIO
Scotiabank

EL IDEAL
NOY
ES REALIDAD

Si tu empresa comparte esta visión:

Figura 9:

El Comercio | El amor que esta mujer tiene por su perro discapacitado no sab... f t in

HISTORIAS

VENTA DE ACCIONES!

antes	\$547	\$123	\$78
ahora	\$33	\$6.25	\$4

COMPRESUS ACCIONES POR MENOS >>

HISTORIAS f t in

El amor que esta mujer tiene por su perro discapacitado no sabe de límites

Vanessa Mohme rescató a Milo tras ser atropellado y hoy, 9 años después, sigue luchando por darle calidad de vida, esta vez contra una condición degenerativa



Vanessa Mohme junto a su perro Milo al que rescató y ahora cuida (Foto: Andrea Carrión)

Andrea Carrión
andrea@wuf.pe

Actualizado el 15/10/2019 a las 09:22



Figura 10:

El Comercio | Mascotas en la oficina: Ripley celebra su "Dog Day" por segun... f t in

NOTAS CONTRATADAS

NOTAS CONTRATADAS f t in

Mascotas en la oficina: Ripley celebra su "Dog Day" por segunda vez este año

Como parte de su política "Pet Friendly", Ripley Perú permitió que sus colaboradores pasaran todo un día de trabajo junto a sus engreídos de cuatro patas.



El viernes 11 de octubre se llevó a cabo la segunda edición del Dog Day en las oficinas de Ripley Perú.

Actualizado el 15/10/2019 a las 18:13

Figura 11:

El Comercio

ESTILO

ESTILO

Cómo adoptar a Vaquita cambió la vida de esta familia

Había muchos obstáculos para que se concretara esta adopción, pero la insistencia de una niña, Luciana Gamboa, logró que sus padres le dieran -y se dieran-, la oportunidad de conocer las bondades de adoptar un perro



Jimena Mafallana y Renzo Gamboa junto a sus hijos Luciana, Nicolás, Salvador y Vaquita. (Foto: Andrea Carrión)

Andrea Carrión

Actualizado el 22/10/2019 a las 10:08

Anuncios de interés

Recomendado por:

ÚLTIMAS NOTICIAS

- Alberto Fernández asume el martes la presidencia de Argentina en...
- Policía castiga de singular forma a tres jóvenes que viajaban sin casc...
- 10 formas de incorporar el amarillo en tu casa

Figura 12:

El Comercio

CONSULTORIO

CONSULTORIO

Cómo educar a tu cachorro a hacer sus necesidades donde tú quieres

Control de esfínteres, disciplina, recompensa y mucha paciencia son cuatro condiciones fundamentales para tener un perro educado, seguro y feliz



Los perros aprenden más rápido de lo que creemos. Seguramente tendrán más de un accidente, pero con información y disciplina lograrás tener un perro educado dentro de casa. (Getty)

Andrea Carrión
andrea@wuf.pe

Actualizado el 26/10/2019 a las 06:00

Anuncios de interés

Recomendado por:

ÚLTIMAS NOTICIAS

- Alberto Fernández asume el martes la presidencia de Argentina en...
- Policía castiga de singular forma a tres jóvenes que viajaban sin casc...
- 10 formas de incorporar el amarillo en tu casa por Año Nuevo |...

Figura 13:

< El Comercio 👤 🔍

☰ **SOMOS** 🕒

ESTILO f t in

Busca la compañía de una mascota: ¿por qué este es el mejor consejo?

De una discusión a veces surgen las mejores ideas. Lucero Yrigoyen nos cuenta su experiencia con



"Las mascotas te aceptan tal como eres. No les importa si estás flaca o gorda, si te arreglaste o estés en fachas", escribe Yrigoyen

Actualizado el 26/10/2019 a las 08:00

Figura 14:

🔍 ☰ Menú | El Comercio | La historia del perro albino adoptado que llevará los anillos de... f t in 📞

HISTORIAS f t in

La historia del perro albino adoptado que llevará los anillos de matrimonio de esta pareja

Sírius Jagger pasó del abandono en un grifo del Callao a ser el primer "hijo" de Andrea y José Miguel, y en pocos meses será el centro de atención en la ceremonia de su boda



José miguel Martínez y Andrea Neyra junto al pequeño Sírius Jagger. (Foto Cortesía)

Andrea Carrión
andrea@wu.f.pe

Actualizado el 29/10/2019 a las 10:11