

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



**TESIS**

*Jerarquización en las portadas del diario Líbero respecto al descenso del Club Alianza Lima, noviembre del 2020 - marzo del 2021*

(Para optar el título profesional de Licenciado en Periodismo)

**Presentado por:**

Marco Melvin Mejía Ortiz

**ASESOR:**

Elvis Fernando Tacillo Yauli

**LIMA – PERÚ**

**2023**

**INFORME DE SIMILITUD DE LA  
TESIS DE MARCO MELVIN MEJIA ORTIZ**

<b>INFORME</b>	
Título de la tesis	Jerarquización en las portadas del diario Líbero respecto al descenso del Club Alianza Lima, noviembre del 2020 – marzo del 2021
Autor/a del trabajo de investigación (tesis)	Marco Melvin Mejia Ortiz DNI: 72310230
Asesor/a	Nombres y apellidos: Elvis Fernando Tacillo Yauli ORCID: 0000-0001-7326-7978 DNI: 09573684
Grado/Título para obtener	Título profesional de Licenciado en Periodismo
Fecha de la aplicación del software Turnitin	24 de agosto de 2023
Índice de similitud	15 %
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %
Responsable de la aplicación del Turnitin	Mg. Prisea Vilchez Samanez

<b>Tratamiento_informativo</b>			
<small>INFORME DE ORIGINALIDAD</small>			
<b>15%</b>	<b>15%</b>	<b>1%</b>	<b>7%</b>
<small>INDICE DE SIMILITUD</small>	<small>FUENTES DE INTERNET</small>	<small>PUBLICACIONES</small>	<small>TRABAJOS DEL ESTUDIANTE</small>
<small>FUENTES PRIMARIAS</small>			
<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> <small>Fuente de Internet</small>		<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.bausate.edu.pe</b> <small>Fuente de Internet</small>		<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>uvadoc.uva.es</b> <small>Fuente de Internet</small>		<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.uap.edu.pe</b> <small>Fuente de Internet</small>		<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> <small>Fuente de Internet</small>		<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>www.repositorioacademico.usmp.edu.pe</b> <small>Fuente de Internet</small>		<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>repositorio.unjfsc.edu.pe</b> <small>Fuente de Internet</small>		<b>1%</b>

Nota: Ver informe de similitud completo

Lima, 16 de febrero de 2024



Prisea Vilchez Samanez  
Jefe de Vigilancia de Originalidad del  
Instituto de Investigación de la UJBM



### **Dedicatoria**

La presente investigación va dedicada a Marlene y Rafael, mi motor en la vida y los que siempre han estado a mi lado apoyándome en mi crecimiento como persona y profesional.

A Carmela y Germán, que desde pequeño me inculcaron a estar en constante aprendizaje y hoy me cuidan desde arriba. A Marina, mi abuela y mi soporte desde que tengo uso de razón.

A Cristina, Diana, Ubaldo y Alvaro, las amistades que hice en esta casa de estudios y a las que hoy considero mi familia.

### **Agradecimientos**

A los docentes de la Universidad Jaime Bausate y Meza, por las enseñanzas brindadas a lo largo de los cinco años de estudio en sus aulas y de forma virtual en épocas de pandemia.

A mis compañeros en el curso de titulación, pues pese a las adversidades que nos tocó pasar, pudimos salir airosos en la búsqueda de lograr la tan ansiada licenciatura.

## Índice de contenido

<b>Dedicatoria</b> .....	iii
<b>Agradecimientos</b> .....	iv
<b>Índice de contenido</b> .....	v
<b>Índice de tabla</b> .....	viii
<b>Índice de figuras</b> .....	ix
<b>Resumen</b> .....	xi
<b>Abstract</b> .....	xii
<b>Introducción</b> .....	xiii
<b>CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	15
1.1 Descripción del problema .....	15
1.2 Formulación del problema .....	17
1.2.1 Problema general .....	17
1.2.2 Problemas específicos .....	17
1.3 Objetivos de la investigación .....	17
1.3.1 Objetivo general .....	17
1.3.2 Objetivos específicos .....	17
1.4 Justificación de la investigación .....	17
1.4.1 Teórica .....	18
1.4.2 Metodológica .....	18
1.4.3 Práctica .....	18
1.5 Delimitación de la investigación .....	18
1.5.1 Temporal .....	18
1.5.2 Espacial .....	18
1.5.3 Social .....	18
<b>CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO</b> .....	19
2.1 Marco histórico .....	19

2.1.1 Diario Líbero.....	19
2.1.2 Alianza Lima.....	20
2.1.3 Crisis institucional de Alianza Lima en el 2020 .....	21
2.1.4 Fallo del TAS y el impacto en la prensa.....	22
2.1.5 Líbero y la cobertura a Alianza Lima.....	23
2.2 Antecedentes de la investigación.....	23
2.2.1 Nacional.....	23
2.2.2 Internacional .....	25
2.3 Bases teóricas.....	27
2.3.1 Jerarquización .....	27
2.3.1.1 Definición .....	27
2.3.1.2 Características .....	27
2.3.1.3 Importancia .....	28
2.3.1.4 Teorías. ....	29
2.3.1.5 Subcategorías. ....	30
2.4 Definición de términos básicos.....	32
3.1 Las categorías .....	34
3.1.1 Identificación de las categorías y su definición .....	34
3.2 Tipo, nivel y diseño de investigación.....	35
3.2.1 Tipo de investigación .....	35
3.2.2 Nivel de investigación .....	35
3.2.3 Diseño de investigación.....	35
3.3 Población y muestra .....	35
3.3.1 Población .....	35
3.3.2 Muestra .....	36
3.3.3 Muestreo .....	36
3.4 Métodos de investigación.....	36

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos .....	36
3.5.1 Técnicas .....	36
3.5.2 Instrumentos.....	37
3.6 Técnicas de procesamiento de datos .....	37
<b>CAPÍTULO IV RESULTADOS.....</b>	<b>39</b>
<b>CAPÍTULO V DISCUSIÓN .....</b>	<b>44</b>
<b>CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>47</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>49</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>54</b>
Anexo 1 Matriz de coherencia.....	54
Anexo 2 Instrumento de recolección de datos.....	55
Anexo 3 Ficha de validación del instrumento/juicios de expertos .....	58
Anexo 4 Figuras estudiadas.....	63

**Índice de tabla**

Tabla 1 Categoría: Jerarquización .....	34
Tabla 2 Cantidad de portadas por mes .....	35
Tabla 3 Juicio de expertos .....	37
Tabla 4 Subcategoría 1: Titular .....	41
Tabla 5 Subcategoría 2: Fotografía.....	42
Tabla 6 Subcategoría 3: Noticia .....	43

## Índice de figuras

Figura 1 Primera portada analizada (28/11/2020) .....	63
Figura 2 Segunda portada analizada (29/11/2020) .....	63
Figura 3 Tercera portada analizada (30/11/2020).....	64
Figura 4 Cuarta portada analizada (02/12/2020) .....	64
Figura 5 Quinta portada analizada (03/12/2020).....	65
Figura 6 Sexta portada analizada (04/12/2020).....	65
Figura 7 Séptima portada analizada (05/12/2020).....	66
Figura 8 Octava portada analizada (07/12/2020).....	66
Figura 9 Novena portada analizada (08/12/2020) .....	67
Figura 10 Décima portada analizada (11/12/2020).....	67
Figura 11 Decimoprimera portada analizada (15/12/2020) .....	68
Figura 12 Decimosegunda portada analizada (18/12/2020).....	68
Figura 13 Decimotercera portada analizada (23/12/2020).....	69
Figura 14 Decimocuarta portada analizada (26/12/2020) .....	69
Figura 15 Decimoquinta portada analizada (30/12/2020).....	70
Figura 16 Decimosexta portada analizada (05/01/2021) .....	70
Figura 17 Decimoséptima portada analizada (06/01/2021) .....	71
Figura 18 Decimooctava portada analizada (07/01/2021) .....	71
Figura 19 Decimonovena portada analizada (17/01/2021) .....	72
Figura 20 Vigésima portada analizada (18/01/2021).....	72
Figura 21 Vigésimoprimera portada analizada (19/01/2021).....	73
Figura 22 Vigésimosegunda portada analizada (22/01/2021).....	73
Figura 23 Vigésimotercera portada analizada (26/01/2021) .....	74
Figura 24 Vigésimocuarta portada analizada (29/01/2021) .....	74
Figura 25 Vigésimoquinta portada analizada (04/02/2021).....	75
Figura 26 Vigésimosexta portada analizada (12/02/2021).....	75
Figura 27 Vigésimoséptima portada analizada (13/02/2021).....	76
Figura 28 Vigésimooctava portada analizada (26/02/2021) .....	76
Figura 29 Vigésimonovena portada analizada (26/02/2021) .....	77
Figura 30 Trigésima portada analizada (08/03/2021).....	77
Figura 31 Trigésimo primera portada analizada (10/03/2021).....	78

Figura 32 Trigésimo segunda portada analizada (15/03/2021) .....	78
Figura 33 Trigésimo tercera portada analizada (18/03/2021) .....	79
Figura 34 Trigésimo cuarta portada analizada (19/03/2021) .....	79

## Resumen

La presente tesis titulada *Jerarquización en las portadas del diario Líbero respecto al descenso del Club Alianza Lima, noviembre del 2020 - marzo del 2021*, tuvo como objetivo general analizar la jerarquización de las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021. La metodología se basó en un enfoque cualitativo, tipo de estudio descriptivo, teniendo como población a 123 portadas del diario Líbero publicadas entre noviembre del 2020 y marzo del 2021, siendo 34 portadas la muestra a ser estudiada. La técnica utilizada fue la observación y el instrumento fue la ficha de observación. Los resultados determinaron que la jerarquización que ofreció el diario Líbero en sus portadas, titulares, fotografías y noticias sobre el descenso del club Alianza Lima durante los meses de noviembre de 2020 a marzo de 2021 abordó ampliamente todo el proceso previo al fallo del TAS, con una clara inclinación hacia la idea de que el fallo del ente mencionado sería favorable al club. Se llegó a la conclusión que se mostró un enfoque predominante en todo el proceso previo al fallo del TAS, con una tendencia clara a sugerir que dicho fallo sería favorable para el club.

Palabras claves: Jerarquización, portada, diario Líbero, club Alianza Lima y TAS.

### **Abstract**

The present thesis entitled *Jerarquización en las portadas del diario Líbero respecto al descenso del Club Alianza Lima, noviembre del 2020 - marzo del 2021* was aimed to analyze the informational treatment of the front pages of the sports newspaper Líbero regarding the situation of Alianza Lima between late 2020 and early 2021. The methodology was based on a qualitative approach, specifically a descriptive study, with a population of 123 front pages of the Líbero newspaper published between November 2020 and March 2021, with a sample of 34 front pages to be studied. The technique used was observation and the instrument employed was observation sheet. The results determined that the informational treatment provided by the Líbero newspaper in its front pages, headlines, photographs, and news about the relegation of Club Alianza Lima during the months of November 2020 to March 2021 extensively covered the entire process leading up to the TAS ruling, with a clear inclination towards the idea that the ruling by the mentioned entity would be favorable to the club. It was concluded that there was a predominant focus on the entire process leading up to the TAS ruling, with a clear tendency to suggest that the ruling would be favorable for the club.

Keywords: Jerarquización, portada, diario Líbero, club Alianza Lima y TAS.

## Introducción

La presente investigación lleva como título *Jerarquización en las portadas del diario Líbero respecto al descenso del Club Alianza Lima, noviembre del 2020 - marzo del 2021*. El objetivo general fue analizar la jerarquización de las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021, ya que en ese lapso de tiempo el mencionado club atravesó una crisis institucional que terminó originando su descenso a la segunda división del fútbol peruano, siendo un tema que tuvo una amplia cobertura por parte del periodismo deportivo peruano.

Los diversos medios, tanto escritos como digitales, realizaron una amplia cobertura acerca de este hecho, siendo el diario Líbero uno de los medios impresos que mayor cobertura le dio en sus portadas, hecho que valió para ser seleccionado como objeto de estudio en la presente investigación.

Este trabajo es importante porque continúa la línea de otros autores que ya han tomado como objeto de estudio al diario Líbero para sus trabajos, siendo aportes importantes para el presente estudio que pretende quedar como antecedente para futuros estudios de nuevos investigadores.

Lo que se busca responder en la investigación es cómo es la jerarquización de las portadas del diario deportivo Líbero respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021, realizando un análisis de contenido por considerarse el método más adecuado, utilizando la ficha de observación como instrumento de la investigación.

La justificación del estudio radica en su aporte de información innovadora y actualizada relacionada con la variable bajo análisis, así como en su examen y contraste de conceptos y perspectivas, enriqueciendo el fundamento teórico. Su relevancia se manifiesta en su utilidad para la comunidad científica, que podrá utilizar la investigación como referencia para futuros estudios. Además, se introdujeron teorías en la investigación, entre las cuales se abordaron la Teoría del Framing y la Agenda Setting, ofreciendo robustez a la indagación mediante su descripción y explicación.

En este sentido, para llevar a cabo la investigación, se consideraron un total de treinta y cuatro portadas del diario deportivo Líbero seleccionadas a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia, con el objetivo de identificar la jerarquización empleado en

dichas portadas durante el período del descenso del club Alianza Lima y el posterior fallo del TAS que lo devolvió a la máxima categoría del fútbol peruano.

El presente trabajo de investigación consta de seis capítulos, los cuales se distribuyeron de la siguiente forma:

En el primer capítulo, se expone la descripción y el planteamiento del problema, dando a conocer el motivo por el cual decidimos realizar el estudio sobre el tema propuesto. Además, se justifica la investigación de manera teórica, metodológica y práctica.

En el segundo capítulo, se trata del marco teórico. Aquí se habla sobre la evolución histórica de la variable de investigación. Además, presenta los antecedentes de la investigación y las bases teóricas utilizadas para la ejecución del estudio.

En el tercer capítulo, se identificó la categoría, se realizó la operacionalización de la categoría y se definió el tipo, nivel y diseño de investigación. Además, se plasmó la población, muestra y muestreo y se indicó el método de investigación. Finalmente, se definieron las técnicas e instrumentos de recolección de datos y se explicó la técnica de procesamiento de datos.

En el cuarto capítulo, se presenta los resultados de la investigación que fueron extraídos del análisis realizado en las fichas de observación, utilizando tablas y un análisis posterior para tener una mejor comprensión de los resultados.

En el quinto capítulo, se discute los resultados obtenidos comparándolos con antecedentes de investigación y algunas bases teóricas con el fin de contrastar los resultados de este estudio con el aporte de otros investigadores.

En el sexto capítulo, se presentan las conclusiones y recomendaciones en base a lo obtenido en la investigación.

## CAPÍTULO I

### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1 Descripción del problema

En la actualidad, el periodismo se destaca por su capacidad de convertir temas complejos en algo sencillo e interesante a través de los medios de comunicación. Como se sabe, los medios de comunicación tienen la función de informar, comunicar, orientar y comprender y, en ocasiones, explicar noticias utilizando una narración sencilla (Mauricio, 2022).

Spina, G. y Díaz, C. (2019) indican que la jerarquización de noticias en la prensa gráfica se ordena según su importancia, usando elementos textuales y gráficos que crean distintos niveles de lectura, que reflejan lo que se considera más relevante en cada edición. Es decir, la información más importante se hace más visible.

En cuanto al ámbito deportivo, las noticias presentadas en los medios de comunicación deportivos pueden verse influenciadas, debido a que los profesionales involucrados a veces tienen simpatía por algún equipo o club deportivo en particular. Esto podría resultar en una presentación de la información de manera no objetiva, sesgada por las preferencias personales de los periodistas o profesionales involucrados en la cobertura deportiva (Román, 2020).

En España, Herrero (2018) analizó las portadas de los diarios Marca, AS, Mundo Deportivo y Sport, los cuatro diarios deportivos más importante del mencionado país, e indicó que el Real Madrid es el club que más aparece en las portadas de Marca y AS, diarios publicados en la capital española, mientras que el Barcelona es el club que tiene mayor presencia en las portadas de Mundo Deportivo y Sport, diarios publicados en Cataluña.

También en España, Rodríguez (2021) señaló que los diarios Marca, Sport y Mundo Deportivo, presentaron un 62,5% de portadas que no se consideran objetivas, seguidos por AS con un 31,25%, observando que los cuatro diarios mostraron una menor neutralidad al informar sobre el Real Madrid y las decisiones en las que el vídeo arbitraje estuvo involucrado.

En Ecuador, Córdova (2021) examinó cómo el diseño social influye en la creación de los códigos visuales del diario Extra, utilizando una metodología mixta que combinó enfoques cualitativos y cuantitativos, empleando un diseño exploratorio no experimental y transaccional. Sus resultados arrojaron que el público identifica las secciones de Actualidad, Drama e Intercultural como las más significativas del diario, concluyendo que sería beneficioso para el

diario *Extra* incorporar un suplemento que aborde temas sociales y proporcione al lector otra perspectiva, con el propósito de promover noticias de carácter sociocultural.

En Lima, Dancourt (2018) estudia al diario *Líbero* y lo define como un periódico deportivo que presenta historias de figuras destacadas y controvertidas, incluyendo celebridades, víctimas, verdugos y personajes que son admirados como ejemplos por su habilidad para superar desafíos, enfatizando la construcción de héroes y antihéroes a través de las narrativas que se desarrollan.

En Lima, Mendoza (2018) señaló que el 80% de las portadas del diario *Líbero* presentó, de manera sensacionalista, información acerca de la selección peruana de fútbol durante su participación en las clasificatorias al mundial Brasil 2014.

En Lima, Guerra (2022) estudia el contenido de los diarios *Depor* y *Líbero* durante el mercado de fichajes entre 2018 y 2019 y señala que la información difundida en los diarios analizados tiende a adoptar tendencias sensacionalistas, afectando negativamente la reputación de dichos medios. Además, destaca que *Líbero* fue el periódico con mayor cantidad de noticias sensacionalistas e irreales.

En Lima, Burga (2022) estudió el lenguaje periodístico en las portadas de los diarios *Depor* y *Líbero* durante las clasificatorias y partidos amistosos posteriores a la clasificación del Mundial de Rusia 2018, determinando que *Depor* utiliza mayormente un enfoque emotivo y sensacionalista en la mayoría de sus portadas, mientras que *Líbero* se caracteriza por una exageración desmedida con elementos emotivos, tendiendo hacia el populismo.

Tomando en cuenta los aportes anteriores, se puede observar que los diarios deportivos carecen de objetividad en su tratamiento informativo y la información presente en sus portadas tiende a caer en sensacionalismo, siendo el diario *Líbero* uno de los más señalados en el ámbito nacional.

Previo a realizar esta investigación, y tomando en cuenta los aportes de los autores antes mencionados, el diario *Líbero* posee un estilo que tiende a caer en sensacionalismo en los titulares, fotografías y noticias presentes en sus portadas, priorizando el mostrar una portada llamativa pero carente de información fidedigna.

Si el diario deportivo *Líbero* continúa enfocándose más en recurrir al sensacionalismo o populismo para vender más en lugar de informar de forma objetiva, comenzarán a perder

credibilidad de parte del público, quienes optarán por informarse a través de otros medios y dejarán de lado los medios escritos tradicionales.

El propósito de esta investigación es confirmar o refutar las afirmaciones hechas por otros autores que han estudiado el diario *Líbero*, centrándose en los titulares, fotografías y noticias que aparecen en sus portadas, así se plantea estudiar la jerarquización de las portadas del diario deportivo *Líbero* respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

- ¿Cómo fue la jerarquización de las portadas del diario deportivo *Líbero* respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿Cómo fue la jerarquización de los titulares en las portadas del diario deportivo *Líbero* respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021?
- ¿Cómo fue la jerarquización de las fotografías en las portadas del diario deportivo *Líbero* respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021?
- ¿Cómo fue la jerarquización de las noticias en las portadas del diario deportivo *Líbero* respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

- Analizar la jerarquización de las portadas del diario deportivo *Líbero* respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Analizar la jerarquización de los titulares de las portadas del diario deportivo *Líbero* respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.
- Analizar la jerarquización de las fotografías de las portadas del diario deportivo *Líbero* respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.
- Analizar la jerarquización de las noticias de las portadas del diario deportivo *Líbero* respecto al descenso de Alianza Lima, entre finales del 2020 e inicios del 2021.

## **1.4 Justificación de la investigación**

### ***1.4.1 Teórica***

En el presente trabajo se ha tomado en cuenta los aportes de Mauricio (2022), tomando en cuenta como subcategorías uno al titular, fotografía y noticia, mientras que en las subcategorías dos se estudió la clasificación de titulares, redacción, cantidad de palabras, color, bajada, planos fotográficos, ángulos fotográficos, tamaño de fotografía, ubicación.

### ***1.4.2 Metodológica***

Los datos de la presente investigación se lograron a través de un proceso metodológico cualitativo, descriptivo y no experimental. Los resultados se obtuvieron mediante una ficha de observación.

### ***1.4.3 Práctica***

El trabajo final servirá como un antecedente para ser consultado por posteriores investigadores en el desarrollo de sus trabajos, logrando así ser una ayuda en la búsqueda de bases que justifiquen su investigación.

## **1.5 Delimitación de la investigación**

### ***1.5.1 Temporal***

Esta investigación tuvo una duración de cinco meses calendario en total, desde noviembre del 2020 a marzo del 2021.

### ***1.5.2 Espacial***

El desarrollo del estudio fue realizado en la ciudad de Lima. La recolección de portadas se realizó de manera virtual en la plataforma web del diario deportivo Líbero, debido a que cuentan con una hemeroteca virtual de sus ediciones impresas.

### ***1.5.3 Social***

La presente investigación ha abarcado el campo de la comunicación, utilizando las portadas del diario deportivo Líbero en el periodo de noviembre del 2020 a marzo del 2021.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Marco histórico

##### 2.1.1 *Diario Líbero*

El diario Líbero es un diario deportivo perteneciente al Grupo La República que se publicó por primera vez el 5 de junio de 1995. A la fecha, tiene 26 años de circulación y es uno de los primeros diarios deportivos que se publicó en el Perú. Tiene como competencia directa al diario Depor (Grupo El Comercio), Todo Sport (Grupo La Razón) y El Diez (Grupo Expreso).

Surgió para ser competencia de Todo Sport y a El Bocón, diario del grupo Epena que había pasado de ser un suplemento del diario Ojo a ser un diario de dicho grupo un año antes de la creación de Líbero. El Bocón dejó de ser competencia de Líbero en el 2020 tras regresar a ser un suplemento del diario Ojo.

Dancourt, M. (2018) define al diario Líbero como “un diario de fútbol donde se construyen héroes y antihéroes y se le da cabida a celebridades, víctimas, verdugos y personajes que terminan siendo vistos como ejemplos por su capacidad de superar adversidades.

Así como es uno de los diarios pioneros en el periodismo deportivo, también ha sido blanco de críticas por sus portadas. Para Arrunátegui, V. (2019), las portadas del diario Líbero poseen “titulares no informativos, sensacionalistas, parcializados, poco entendibles y muy apasionados, que lo hacen carente de objetividad”.

En la misma línea de su investigación, Dancourt, M (2018) señala que “también hay espacio para sentimientos afiebrados de nacionalismo, para disyuntivas categóricas donde alguien es bueno o simplemente no sirve”. El principal problema de Líbero es la forma en cómo informa, cómo desarrolla una noticia y cómo las exponen en sus portadas.

El contenido de Líbero, y en especial sus portadas, siempre han sido material de crítica al periodismo deportivo peruano. Pese a ello, se mantiene como uno de los diarios deportivos con mayor circulación en el país y ha sido utilizado en múltiples ocasiones como objeto de estudio de varias investigaciones.

### ***2.1.2 Alianza Lima***

El Club Alianza Lima es uno de los clubes de fútbol más emblemáticos y con más tradición en el Perú. Fue fundado el 15 de febrero de 1901 y tomó el nombre en honor a la caballeriza Alianza del entonces presidente Augusto B. Leguía.

Son conocidos popularmente como los ‘blanquiazules’ debido al azul y blanco presente en su escudo y en los colores de su indumentaria. También son llamados los ‘potrillos’ por sus orígenes relacionados a la caballería, y ‘grones’ por la gran presencia de jugadores y simpatizantes afroperuanos en sus primeros años de fundación, siendo relacionados siempre al pueblo y a lo popular.

Es el único equipo sobreviviente que disputó la Liga Peruana de Fútbol, primer torneo oficial organizado por la Federación Peruana de Fútbol en 1912. Fue en este torneo donde Alianza obtuvo su primer título, en el año 1918, además de también salir campeón en la edición de 1919. A pesar de no ser un torneo profesional, la Federación considera estos títulos dentro de los 23 que posee el club en la actualidad.

Junto a Universitario de Deportes, protagonizan el duelo de fútbol más importante del país, el denominado ‘Clásico del Fútbol Peruano’. El origen de esta rivalidad se dio el 23 de septiembre de 1928, en el denominado ‘Clásico de los Bastonazos’. En aquel duelo, los simpatizantes de Alianza Lima arrojaron bastones a los futbolistas del equipo rival tras una pelea entre ambos equipos en el terreno de juego. “La historia futbolística del Perú ha de incluir en sus anales la tarde de ayer”, señaló el diario La Crónica en su edición del 24 de septiembre de 1928.

Por sus filas han pasado reconocidos futbolistas peruanos, como Alejandro Villanueva, máximo ídolo del club y de quien tomaron el nombre para colocar su estadio. Además de Villanueva, también vistieron la camiseta blanquiazul futbolistas histórico del fútbol peruano como Teófilo Cubillas, Pedro León, Víctor Zegarra, Guillermo La Rosa, Juan Valdivieso, Jaime Duarte, César Cueto, Hugo Sotil, Claudio Pizarro, Jefferson Farfán y Paolo Guerrero.

Ubicados en el corazón del distrito de La Victoria, disputan sus encuentros de local en el estadio Alejandro Villanueva, popularmente conocido como ‘Matute’ al ubicarse en el barrio que tiene ese nombre. Alianza siempre se ha caracterizado por estar ligado a lo popular, a la religión, al criollismo y a la historia del fútbol. El accidente del Fokker en el cual falleció todo el plantel aliancista está considerado por diversos medios internacionales como una de las

tragedias aéreas más grandes en la historia del fútbol, tragedia que enlutó a nuestro país un 8 de diciembre de 1987.

La historia lo posiciona como uno de los tres grandes clubes del fútbol peruano, junto a Universitario de Deportes y Sporting Cristal. A pesar de haber estado en la peor crisis institucional en su historia en el 2020, ha sabido mantenerse como uno de los clubes más populares del fútbol peruano, siendo el segundo equipo más laureado del país con 25 títulos nacionales reconocidos por la Federación Peruana de Fútbol y la FIFA.

### ***2.1.3 Crisis institucional de Alianza Lima en el 2020***

La temporada 2020 comenzó bien para Alianza Lima. La fuerte inyección económica que significó la compra de acreencias por parte del Fondo Blanquiazul para posicionarse como máximo acreedor del club en la Junta de Acreedores hizo que la institución pasara por una bonanza económica que avizoraba un buen año para los de La Victoria.

Venían de ser subcampeones del fútbol peruano la temporada anterior y estaban clasificados a la fase de grupos de la Conmebol Libertadores 2020. Al mando del director técnico uruguayo Pablo Bengoechea, armaron un plantel que contaba con futbolistas experimentados como Alberto Rodríguez, mundialista en Rusia 2018, y futbolistas que ya habían militado en equipos del exterior como Carlos Ascues, Alexi Gómez y Jean Deza por citar a algunos.

Sin embargo, la seguidilla de partidos sin obtener resultados positivos hizo que Pablo Bengoechea sea destituido tras caer 2-0 en el clásico del fútbol peruano ante Universitario de Deportes, el domingo 8 de marzo del 2020.

La llegada de la pandemia del Covid 19 al Perú permitiría a Alianza Lima reorganizarse e iniciar un plan de mejora para obtener mejores resultados. Como primera medida, contratan al chileno Mario Salas para ser el nuevo director técnico de la institución. Salas ya poseía experiencia en el fútbol peruano tras haber sido campeón nacional dirigiendo a Sporting Cristal en el 2018. El chileno llegó a nuestro país en junio y dirigió en la Liga 1 (torneo peruano) y la Libertadores, no logrando obtener resultados favorables y comprometiendo al club con la zona de descenso. Rescindió su contrato en noviembre del 2020, dejando al club con una seria probabilidad de perder la categoría.

Tras la salida de Salas, el argentino Daniel Ahmed, que hasta ese entonces era Director de Planeamiento y Desarrollo Deportivo del club, asume la dirección técnica para lo que restaba del torneo. Con Ahmed, la situación tampoco mejora y llegaron a la última fecha de la Liga 1 con la obligación de ganar el duelo ante Sport Huancayo o depender del resultado de los otros encuentros que se jugarían en simultáneo para poder salvar la categoría.

Sin embargo, el domingo 28 de noviembre del 2020, Alianza Lima cayó 2-0 ante Sport Huancayo en el Estadio Nacional y descendió oficialmente a la segunda división del fútbol peruano por segunda vez en su historia, tras el descenso de 1938.

#### ***2.1.4 Fallo del TAS y el impacto en la prensa***

Luego del descenso de Alianza Lima a la segunda división, el club decidió emplear el recurso de apelación ante el Tribunal de Arbitraje del Deporte (TAS por sus siglas en francés). El motivo para llevar el caso ante el máximo ente de justicia deportiva fue por una sanción que no se aplicó al club Carlos Stein por parte de la Federación Peruana de Fútbol. Dicha sanción era la resta de puntos por motivos de deudas al plantel, sanción que no fue aplicada a Stein.

Alianza exigía que se cumpla el reglamento y se sancione con la resta de puntos a Carlos Stein. De dar el TAS la razón a Alianza Lima y restarle puntos a Stein, automáticamente Alianza Lima retornaría a primera división por diferencia de puntos.

El caso fue presentado oficialmente ante el TAS el 4 de febrero del 2021, poco más de dos meses después de la derrota ante Sport Huancayo que los condenó al descenso. Se estimaba que el fallo saldría para abril, pero el proceso salió la mañana del 17 de marzo del mismo año.

Finalmente, el TAS decidió que el reclamo de Alianza era válido y restó un punto a Carlos Stein. Con la resta de ese punto, Carlos Stein automáticamente descendió. A pesar de que con ese punto menos igualó en misma cantidad de unidades que Alianza (26), la diferencia de goles favoreció al conjunto blanquiazul: -6 contra -14 de Stein.

Desde el 28 de noviembre del 2020 hasta el 17 de marzo del 2021, los medios tomaron diversas posturas respecto a qué debía hacer Alianza. Para algunos, el descenso ya estaba consumado al haber perdido en cancha y debían asumir la responsabilidad de disputar segunda división en el 2021, mientras que para otros la idea del reclamo era válida por lo mismo de la mala aplicación de las bases en la sanción a Carlos Stein.

### **2.1.5 *Líbero y la cobertura a Alianza Lima***

El diario deportivo *Líbero* fue el diario que más portadas dedicó a Alianza Lima. Entre el 28 de noviembre del 2020 y el 18 de marzo del 2021 (un día después del fallo del TAS), *Líbero* dedicó la portada de 41 ediciones a Alianza Lima.

Entre ambas fechas, se publicaron 110 ediciones de *Líbero*. Más de un tercio de las portadas de esas ediciones tuvo presente a Alianza Lima. El contenido varió entre la situación del club respecto al pedido al TAS, contrataciones de futbolistas y posibles jugadores que llegarían al club.

Con esto, queda demostrada la gran influencia que tuvo Alianza Lima en cuanto a la creación de contenido del diario *Líbero* en su edición impresa.

## **2.2 Antecedentes de la investigación**

### **2.2.1 *Nacional***

**Recavarren (2019)** tuvo como objetivo general en su investigación encontrar la relación entre tratamiento informativo y portada de diarios. La metodología se centró en un estudio básico con enfoque mixto, descriptivo, diseño no experimental transeccional, descriptivo, la población y muestra fue de 60 portadas de diarios, los instrumentos fueron la ficha de observación para cada portada y la guía de entrevista. Los resultados reportan que ambos diarios guardan una similitud de 36.7% en el contenido de sus portadas y un 61,13 % en cuanto a la información deportiva sobre la participación de la Selección Peruana de Fútbol en el mundial Rusia 2018. Se concluye que ambos diarios guardan un 100% de similitud en características lingüísticas, 46,7% en características no lingüísticas y un 36,7% en cuanto a características paralingüísticas.

**Guerra (2022)** se planteó como objetivo general de su investigación hallar las características de las notas informativas publicadas en *Líbero* y  *Depor* durante la temporada de fichajes 2018 y 2019. La metodología se basó en un estudio básico, diseño no experimental, nivel descriptivo comparativo, la población y muestra fue de 4 tesis, la técnica utilizada fue el análisis de contenido. Los resultados reportan que la información publicada en los diarios estudiados termina cayendo en tendencias sensacionalistas, desvirtuando al medio. Se concluye que ambos diarios emplearon sensacionalismo al momento de informar durante la temporada de fichajes 2018-2019, siendo *Líbero* el diario que más noticias sensacionalistas e irreales tuvo.

**Burga (2022)** trabajó como objetivo general de su investigación determinar las características de las portadas publicadas por *Líbero* y *Depor* respecto a la participación de la Selección Peruana de Fútbol en las clasificatorias y partidos amistosos posteriores a la clasificación del Mundial de Rusia 2018. La metodología se basó en un estudio básico, diseño no experimental, nivel descriptivo comparativo, teniendo una población y muestra de cinco tesis, la técnica utilizada fue el análisis de contenido y el instrumento una matriz de análisis de contenido. Los resultados reportan que ambos medios terminan empleando sensacionalismo en sus portadas, confirmando las hipótesis formuladas. Se concluye que el diario *Depor* emplea un estilo emotivo y sensacionalista casi en la totalidad de sus portadas, mientras que el diario *Líbero* presenta una exageración desmedida con rasgos de emotividad, apuntando a la exageración y el populismo.

**Mendoza (2018)** tuvo como objetivo general de su investigación determinar las características de las portadas publicadas por el diario *Líbero* respecto a la participación de la Selección Peruana de Fútbol en las clasificatorias al Mundial de Brasil 2014. La metodología se basó en un enfoque cualitativo, tipo de estudio exploratorio descriptivo, diseño no experimental transeccional, teniendo como población a las ediciones del diario *Líbero* publicadas entre el 10 y 30 de octubre del 2012, siendo una muestra no probabilística, la técnica utilizada fue el análisis de contenido y el instrumento fue la ficha técnica de análisis de contenido. Los resultados arrojaron que el 75% de titulares en las portadas del diario *Líbero* están compuestos por oraciones simples, un 35% de ellas presentaban una función comunicativa expresiva y que el 80% de portadas contenían información de la selección peruana de fútbol presentadas de forma sensacionalista.

**Mauricio (2022)** tuvo como objetivo general de su investigación analizar el tratamiento informativo de las portadas del diario *Trome* publicadas entre abril y junio 2019 sobre el caso Vanessa Terkes y George Forsyth. La metodología se basó en un enfoque cualitativo, tipo de estudio descriptivo, diseño no experimental transversal, teniendo como población 91 portadas del diario *Trome* publicadas entre abril y junio del 2019, siendo 14 portadas la muestra a ser estudiada, la técnica utilizada fue la observación y el instrumento la ficha de observación. Los resultados determinaron que el 86% de titulares en las portadas del diario *Trome* eran realizados de forma apelativa con el fin de atraer la atención del lector, un 39% contenía jergas en su redacción, la noticia principal ocupaba un 43% de la portada y el 100% de portadas informaban de forma clara las noticias. Se llegó a la conclusión de que el diario *Trome* se mantuvo imparcial

al informar el caso de ambos personajes, pero utilizando titulares apelativos cayendo en la exageración, utilizando jergas y empleando el color rojo para atrapar visualmente al lector.

### **2.2.2 Internacional**

**Bautista (2022)** tuvo como objetivo general de su investigación identificar cuáles son las técnicas de desinformación más utilizadas en las portadas de los diarios deportivos de mayor circulación en España. La metodología se basó en un enfoque cualitativo, tipo de estudio descriptivo, diseño no experimental transversal, teniendo como población 124 portadas de los diarios Marca, AS, Mundo Deportivo y Sport publicadas entre el 1 y 31 de enero del 2022, siendo 31 portadas de cada diario la muestra a ser estudiada, la técnica utilizada fue la observación y el instrumento la ficha de observación. Los resultados determinaron que se presentaron 67 casos de manipulación y desinformación en las 31 portadas del diario Marca, 69 casos en las portadas del diario AS, 80 casos en el diario Mundo Deportivo y 77 casos en las portadas del diario Sport. Se llegó a la conclusión de que las técnicas de desinformación y manipulación más empleadas por los diarios Marca, AS, Mundo Deportivo y Sport fueron la estructura estratégica (32,08%), desviación de la atención (28,67%) y sobreabundancia informativa (12,97%). En cuanto a las técnicas sensacionalistas más utilizadas, se destacaron titulares llamativos y expresivos (46,83 %), el uso de contenido emotivo (24,6%) y el empleo de signos de exclamación y/o interrogación (10,32%).

**Marrone (2018)** planteó en el objetivo general de su investigación analizar las portadas del diario Marca para saber cuánto influye en las ventas de ejemplares del diario. La metodología se basó en un enfoque cualitativo, tipo de estudio descriptivo, diseño no experimental, teniendo como población las portadas del diario Marca publicadas en el 2007, siendo 362 portadas del mencionado diario la muestra a ser estudiada, la técnica utilizada fue la observación y el instrumento fue la ficha de observación. Se obtuvo como resultado que la influencia de las portadas en las ventas del diario Marca fue entre 14 y 18%, el 53% de las portadas está ocupada por el titular y la imagen principal, y en 352 de 362 portadas estudiadas aparece el Real Madrid como noticia principal. Se llegó a la conclusión de que las portadas estudiadas del diario Marca son sensacionalistas, pero no caen en el amarillismo, y sus noticias destacadas giran en torno al Real Madrid y sus futbolistas.

**Herrero (2018)** tuvo como objetivo general de su investigación estudiar a los cuatro diarios deportivos más importantes de España para comparar las noticias presentes en sus

portadas y de qué manera las presentaban. Mediante esta comparación, busca saber qué otros deportes aparte del fútbol tienen un lugar en las portadas, conocer qué otros equipos de fútbol aparte de Barcelona y Real Madrid son incluidos en las portadas, conocer el género periodístico que existe en las portadas y tratar de hacer un análisis por su estacionalidad y saber la terminología más empleada en las portadas. Para el análisis, Herrero utilizó los ejemplares de cada diario que fueron impresos entre el 1 de enero del 2016 y el 30 de junio del 2017, seleccionando 16 ejemplares por mes (4 de cada diario) en cada uno de los 18 meses, llegando a analizar un total de 288 portadas (72 de cada diario). Si bien no ha tomado en cuenta toda la portada, el análisis y la comparación se basan en la noticia principal de la portada, la que ocupa más espacio en la misma. Escoge analizar las portadas de estos diarios en base a las Agenda Setting que posee cada diario. La investigación se basa en técnicas cuantitativas, utilizando un libro de códigos para analizar los ítems definidos para evaluar las portadas. Herrero llega a la conclusión de que el resto de deportes que ocupan las portadas no son ni el 5% de la misma, el Real Madrid es el club que más portadas tiene en Marca y As, mientras que el Barcelona es el club que más presencia tiene en las portadas de Mundo Deportivo y Sport. Además, señala que en las portadas existe un predominio de noticias sobre encuentros de fútbol disputados el día anterior a la fecha de la impresión del diario.

**Córdova (2021)** planteó como objetivo general de su investigación analizar la influencia del diseño social en la construcción de los códigos visuales del diario Extra. La metodología se basó en un enfoque mixto entre cualitativo y cuantitativo, tipo de estudio exploratorio, diseño no experimental y transeccional, teniendo como población los 4035 habitantes de la Avenida Boulevard 9 de Octubre en el centro de la ciudad de Guayaquil, siendo 364 la muestra a ser estudiada, la técnica utilizada fue la recolección de datos y los instrumentos fueron la observación científica, la investigación bibliográfica, la encuesta y la entrevista. Se obtuvo como resultado que el público reconoce a las secciones de Actualidad, Drama e Intercultural, como las más relevantes del diario. Se llegó a la conclusión de que el diario Extra tenga un suplemento para tocar temas más sociales y darle otra perspectiva al lector, con el fin de promover noticias de carácter sociocultural.

**Rodríguez (2021)** tuvo como objetivo general de su investigación analizar la forma en la que informan los diarios en sus portadas y crónicas del Real Madrid y el VAR. La metodología se basó en un enfoque cuantitativo, tipo de estudio sistemático, teniendo como población las ediciones de los diarios Marca, As, Mundo Deportivo y Sport, siendo 16 portadas

y 16 crónicas web de cada diario publicadas entre las temporadas 2018/2019 y 2019/2020 de La Liga de España. La técnica utilizada fue la observación y el instrumento fue la ficha de observación. Se obtuvo como resultado que Marca, Sport y Mundo Deportivo poseen un 62,5% de portadas no objetivas, seguida de AS con 31,25%. Se llegó a la conclusión de que Mundo Deportivo y Sport fueron los diarios que más han expuesto al videoarbitraje (VAR) en sus portadas, siendo los cuatro diarios menos neutrales al informar acerca del Real Madrid y las decisiones en las que ha estado involucrado el VAR.

## **2.3 Bases teóricas**

### **2.3.1 Jerarquización**

**2.3.1.1 Definición.** Jerarquizar significa establecer un criterio, dar más importancia a lo esencial y dejar en segundo plano lo secundario. En el caso de los diarios, la portada muestra lo que el medio destaca como relevante, incluyendo lo que el editor y sus colaboradores periodísticos juzgan que es lo que más interesa a su audiencia (López, 1995).

Según Spina, G. y Díaz, C. (2015), la jerarquización de noticias en la prensa gráfica se ordena según su importancia, usando elementos textuales y gráficos que crean distintos niveles de lectura, que reflejan lo que se considera más relevante en cada edición; es decir, la información más importante se hace más visible.

Otra definición de jerarquización es la propuesta por Beltrán (2021), quien lo define como el proceso mediante el cual los medios de comunicación procesan, elaboran y transmiten la información a la audiencia, teniendo en cuenta factores como la actualidad, la relevancia, la veracidad y la pluralidad de fuentes. También implica la selección de recursos lingüísticos y visuales para dar forma a la noticia y hacerla comprensible para el público.

Por lo tanto, la jerarquización de noticias permite destacar aquellos hechos que tienen un mayor valor para la sociedad o para el público objetivo, al tiempo que guía a los lectores hacia las novedades más significativas de acuerdo a su potencial interés o alcance. Esto conlleva a utilizar elementos textuales y visuales que realcen la visibilidad y atractivo de las informaciones más destacadas.

**2.3.1.2 Características.** Las características de la jerarquización de noticias pueden variar según los autores, pero a continuación se presentan algunas de las más comunes:

**2.3.1.2.1 Veracidad.** De acuerdo a León y Vélez-Bermello (2021), la veracidad se refiere a la capacidad de la información para corresponder a los hechos objetivos y verdaderos.

Esto implica que la información debe ser precisa y estar respaldada por evidencia empírica. También se destaca la importancia de la honestidad en la presentación de la información, evitando tergiversaciones o manipulaciones para favorecer intereses personales o de terceros.

**2.3.1.2.2 Inmediatez.** León y Vélez-Bermello (2021) también señalan que la necesidad de inmediatez en el periodismo no es algo nuevo en la profesión, pero tras la aparición de Internet y diversas herramientas, los usuarios tienen acceso a una gran cantidad de información de manera rápida y constante. Esta saturación informativa puede provocar el desgaste y la pérdida de relevancia de la información debido al rápido avance tecnológico.

**2.3.1.2.3 Pluralidad.** Patrício y Viana-Nogueira (2019) señalan que la pluralidad desempeña un papel esencial en el avance hacia el logro del interés público. Como un valor central en el periodismo, resulta fundamental para mejorar la calidad de la información al fomentar una mayor diversidad y variedad en su contenido. Esto, a su vez, contribuye a una mayor capacidad informativa y, en consecuencia, a una formación política más sólida de los ciudadanos que conforman la audiencia.

**2.3.1.2.4 Imparcialidad.** Para Li (2014), la imparcialidad en el ámbito periodístico se refiere a la postura que los periodistas adoptan al tratar los temas informativos. En el contexto deportivo, los periodistas deben esforzarse por mantener la imparcialidad en su cobertura deportiva, evitando mostrar favoritismo o prejuicios hacia determinados competidores o equipos.

**2.3.1.3 Importancia.** Argiñano y Goikoetxea (2020) indican que el propósito de informar es asegurar, a través de un análisis exhaustivo de la noticia, que los procedimientos empleados para transmitir la información estén primordialmente orientados hacia la claridad, evitando cualquier distorsión de los hechos que pudiera resultar en una comprensión inadecuada por parte de los usuarios. En consecuencia, es de vital importancia ofrecer información precisa y verídica sin caer en recursos como el sensacionalismo, exponiendo los eventos tal como ocurrieron, sin propiciar una interpretación errónea por parte de los lectores.

Para Benito (2001), el término "sensacionalismo" se restringe exclusivamente al contexto de la prensa escrita. Benito explica este concepto como un método característico de selección y presentación de noticias, abarcando tanto el formato como el contenido. Según su definición, esta modalidad específica se manifiesta a través de una exposición visual exagerada, que incluye el uso de tipografía de gran tamaño, una profusión de elementos gráficos y el

empleo de colores llamativos. Además, el sensacionalismo se distingue por enfocar los contenidos hacia las emociones más que hacia la reflexión intelectual.

#### **2.3.1.4 Teorías.**

**2.3.1.3.1 Agenda Setting.** La Teoría de la Agenda Setting sostiene que los medios de comunicación tienen el poder de establecer la agenda pública y la importancia que se le da a los temas en la sociedad. Esta teoría fue propuesta por McCombs y Shaw en 1972 en su estudio sobre la influencia de los medios en la campaña electoral de 1968 en Estados Unidos.

De acuerdo a Ardèvol-Abreu et al., (2020), la Agenda Setting presenta un modelo explicativo que examina los impactos de los medios de comunicación tanto en los individuos como en el público en general, donde los medios tienen la capacidad de influir en los temas que se consideran importantes y relevantes para el público, moldeando así las preocupaciones y prioridades de la audiencia.

La teoría se basa en la idea de que los medios de comunicación seleccionan ciertos temas y los presentan de manera destacada, lo que provoca que el público preste más atención a esos temas y los considere más importantes. Según esta teoría, los medios no solo influyen en la opinión pública, sino también en la agenda de los gobiernos y otros actores políticos.

**2.3.1.3.2 Teoría del Framing.** La Teoría del Framing, o marco de referencia, se enfoca en cómo la selección y presentación de la información por parte de los medios de comunicación, y otros actores sociales, pueden influir en la forma en que el público percibe y entiende un tema, incluyendo su definición, causas, consecuencias y soluciones recomendadas.

Núñez et al. (2020) señalan que la función principal del framing es resaltar aspectos específicos en las noticias con el objetivo de fortalecer la percepción que el lector tiene sobre la información proporcionada. Su propósito radica en moldear la manera en que se presenta la noticia para influir en la interpretación y la comprensión del lector.

Poco tiempo después, Rodelo (2021) indicó que el framing tiene la capacidad de restringir la connotación de los hechos presentados al influir en la percepción del lector y proporcionar diversas formas de interpretar la noticia. Esto implica que el framing tiene un carácter subjetivo, ya que permite establecer diferentes perspectivas sobre la información, lo cual puede influir en la comprensión y la interpretación que el lector tenga de los acontecimientos.

### 2.3.1.5 Subcategorías.

**2.2.1.5.1 Titular.** Mauricio (2022) señala que el titular desempeña un papel fundamental al resumir de manera concisa el contenido principal. En la portada, ocupa el mayor espacio y cumple la función de captar la atención del lector, generando curiosidad y motivándolo a leer el resto de la noticia. Es considerado una parte crucial en el texto periodístico, ya que anticipa la información relevante y resume de manera jerarquizada un acontecimiento de interés para el público en general.

- Clasificación de los titulares: La clasificación de los titulares periodísticos se basa en diferentes criterios, como su contenido, estructura y función. De acuerdo al Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa de España (ahora Instituto Superior de Formación y Recursos en Red para el Profesorado), los titulares se clasifican en informativos, temáticos, apelativos y expresivos.
- Redacción: De acuerdo a Cortina (2021), la claridad y la concisión son características esenciales en la redacción periodística. Estos rasgos se logran gracias al profundo conocimiento del idioma por parte de los profesionales de los medios, siendo empleados principalmente para captar la atención del receptor de manera efectiva.

Mauricio (2022) toma tres aspectos en la redacción de titulares: sobrenombres, jergas y lenguaje apropiado, habituales elementos que aparecen en los titulares de los diarios peruanos.

- Cantidad de palabras: Para un titular periodístico, Mauricio (2022) divide la clasificación de cantidad de palabras en conciso y extenso, considerando un titular conciso cuando tiene cinco o menos palabras, mientras que considera un titular extenso cuando tiene de seis palabras a más.
- Color: El uso del color en las portadas periodísticas puede desempeñar un papel importante en la captación de la atención del lector y en la creación de impacto visual. En cuanto a los titulares, facilita la identificación rápida de la información relevante.

En el caso de Líbero, los colores utilizados en los titulares son, en su mayoría, amarillos, blancos y azules cuando informan acerca del club Alianza Lima, al ser los dos últimos colores característicos de la institución.

- Bajada: La bajada en una noticia de una portada da un resumen acerca de lo que se encontrará al interior del diario. Al igual que la clasificación de titulares, se divide en informativos, temáticos, apelativos y expresivos. Mauricio (2022) indica que una bajada

corta consta de máximo dos oraciones, mientras que una larga posee de tres oraciones a más.

**2.2.1.5.2 Fotografía.** En el periodismo, la fotografía en una portada de diario cumple casi el mismo rol que el titular: busca atraer la atención del lector. Mauricio (2022) indica que la fotografía es un elemento esencial que contribuye a narrar el evento que se desarrolla en la noticia, brindándonos una representación visual de los personajes involucrados y aspectos del suceso. De esta manera, se convierte en un componente de gran relevancia, ya que los lectores en la actualidad son muy observadores y exigentes en cuanto a lo que captura su atención.

- Planos fotográficos: Alarcón (2022) indica que, mediante la utilización de planos fotográficos, podemos asegurarnos de identificar las secciones más importantes que se mostrarán en nuestra fotografía final, asegurando que la dimensión de dichos elementos se mantenga y su estética no se vea comprometida.

Mauricio (2022) divide a los planos fotográficos en entero, americano, medio largo, medio, medio corto, primer plano y primerísimo primer plano.

- Ángulos fotográficos: En este punto, Alarcón (2022) señala que elegir un ángulo fotográfico es una técnica frecuentemente empleada para otorgar mayor relevancia a un sujeto o elemento, buscando resaltar sus características al cambiar el ángulo desde el cual se toma la fotografía.

Mauricio (2022) clasifica a los tipos de ángulos en normal, picado y contrapicado.

- Tamaño de fotografía: Mauricio (2022) divide al tamaño de la fotografía en pequeño, mediano y grande, dependiendo de cuánto espacio ocupe en la portada. Si la imagen ocupa menos de  $\frac{1}{4}$  de espacio en la portada, se considera pequeña. Si ocupa poco menos de la mitad, se considera mediana. Si la imagen abarca  $\frac{3}{4}$  o la portada entera, califica como grande.
- Ubicación: Mauricio (2022) tomó la parte central e inferior de la portada para este punto, clasificando la ubicación en centro, centro derecho, centro izquierdo, inferior, inferior derecho e inferior izquierdo.

**2.2.1.5.3 Noticia.** Gutiérrez (2018) señala que la noticia es considerada el formato principal de texto informativo. En su aspecto físico, se pueden identificar elementos como el titular y la bajada. En cuanto a su contenido, es común que la información se organice siguiendo

el esquema de la pirámide invertida, colocando los detalles más relevantes al principio y evitando la inclusión de opiniones o juicios de valor.

- **Distribución:** En la portada, Mauricio (2022) divide el espacio de distribución en toda la portada,  $\frac{3}{4}$  de portada, mitad de portada y  $\frac{1}{4}$  de portada.
- **Claridad:** Mauricio (2022) clasifica a la claridad de la noticia como coherente e incoherente, tomando como base el entendimiento del lenguaje coloquial por parte del lector promedio.
- **Brevidad:** Mauricio (2022) indica que una noticia puede ser corta o extensa. Considera corta si la bajada posee dos oraciones o menos, mientras que señala que es extensa si está conformada por tres oraciones a más.

## 2.4 Definición de términos básicos

**Jerarquización.** Es la selección y presentación organizada de noticias según su relevancia e interés para el público. Implica fijar criterios de selección y orden para establecer qué sucesos deben de ser comunicados y cuáles no, así como para determinar la importancia relativa de cada información dentro del medio.

**Portada.** Las portadas del periódico desempeñan un papel fundamental al ser la primera impresión que los lectores tienen del diario. En la actualidad, se destaca en la portada aquellas noticias que tienen un mayor valor y atraen la atención del público en general. Estas noticias de mayor interés público ocupan un lugar destacado en la portada, ya que su relevancia y valor informativo son prioritarios (Mauricio, 2022).

**Diario Líbero.** El diario Líbero se dedica principalmente a cubrir deportes como el fútbol y el vóley, teniendo una limitada cobertura de otras disciplinas deportivas y caracterizándose por utilizar un estilo de redacción sencillo, que en ocasiones puede incluir un vocabulario vulgar y coloquial (Cespedes, 2018).

**Alianza Lima.** El Club Alianza Lima fue fundado el 15 de febrero de 1901 bajo el nombre de Sport Alianza en un entorno completamente arraigado en la cultura popular y sin recibir influencias de las élites sociales de Lima. Además, junto a Universitario de Deportes y Sporting Cristal, es uno de los tres equipos más populares del Perú, basándose en encuestas realizadas por GFK y Datum en enero y diciembre del 2018, respectivamente (Figuroa, 2021).

**TAS.** El Tribunal de Arbitraje Deportivo (TAS, por sus siglas en francés) es una entidad internacional especializada en la resolución de disputas deportivas a través de arbitraje o mediación, fundado por el Comité Olímpico Internacional en 1984. Creado con el fin de resolver disputas legales en el ámbito deportivo utilizando el arbitraje como método de resolución, mediante la emisión de laudos que poseen la misma fuerza ejecutiva que las sentencias emitidas por los tribunales ordinarios. Este mecanismo fue concebido para evitar el uso del sistema judicial convencional y establecer un sistema que brinde respuestas rápidas y efectivas a las controversias deportivas, las cuales, debido a la naturaleza y desarrollo de las competiciones, requieren soluciones inmediatas (Fuentes, 2018).

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Las categorías

##### 3.1.1 Identificación de las categorías y su definición

###### Categoría 1: Jerarquización

Blázquez et al. (2010) señalan que la jerarquización de la información implica establecer un orden de prioridad entre los datos que tiene, de acuerdo con el valor que le da a cada parte de la noticia, iniciando por informar la idea central y después añadiendo los detalles que complementen la información brindada.

##### 3.1.2 Operacionalización de la categoría

#### Tabla 1

##### *Categoría: Jerarquización*

Subcategorías 1	Subcategorías 2	Ítems	Escala, niveles o rango
Titular	Clasificación de los titulares	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,	“Sí” y “No”
	Redacción	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16	
	Cantidad de palabras		
	Color		
	Bajada		
Fotografía	Planos fotográficos	17, 18, 19, 20, 21, 22,	
	Ángulos	23, 24, 25, 26, 27, 28,	
	fotográficos	29, 30, 31, 32, 33, 34, 35	
	Tamaño		
	Ubicación		
Noticia	Distribución	36, 37, 38, 39, 40, 41,	
	Claridad	42, 43	
	Brevidad		

Adaptado de: “Tratamiento informativo de las portadas del diario Trome, caso Vanessa Terkes y George Forsyth, abril - junio 2019” por Mauricio, 2022.

### 3.2 Tipo, nivel y diseño de investigación

#### 3.2.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es básica porque busca abordar y solucionar un problema identificado en un contexto particular mediante la implementación de estrategias que fomenten la generación de nuevo conocimiento a través del análisis, contribuyendo así al avance científico (Sánchez y Reyes, 2006).

#### 3.2.2 Nivel de investigación

El nivel de investigación es descriptivo ya que el propósito es definir de manera precisa las propiedades, características y perfiles de individuos, grupos, comunidades, procesos, objetos u otros fenómenos que se someten a análisis. Es decir, se recopilan y miden datos para informar sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema que se está investigando (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

#### 3.2.3 Diseño de investigación

El diseño de investigación es no experimental porque no se realiza una manipulación deliberada de las variables. Esto implica que no se realizan cambios intencionales en las variables independientes para observar su efecto en otras variables. En su lugar, se observan o se interpretan fenómenos y variables tal como ocurren en su entorno natural, con el propósito de analizarlos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

### 3.3 Población y muestra

#### 3.3.1 Población

La población está constituida por 123 ediciones del diario deportivo *Líbero*, publicadas entre el 28 noviembre del 2020 y el 31 marzo del 2021.

Para elegir la población a ser estudiada, se tomaron en cuenta los siguientes criterios al elegir las portadas del diario *Líbero*.

**Tabla 2**

*Cantidad de portadas por mes*

Mes	Año	Portadas
Noviembre	2020	3
Diciembre	2020	12
Enero	2021	9
Febrero	2021	4
Marzo	2021	6

Fuente: Elaboración propia

### **3.3.2 Muestra**

La muestra escogida han sido 38 ediciones del diario *Líbero* en las cuales se analizó el la jerarquización empleadas en las portadas de dicho medio acerca del club Alianza Lima y su descenso hasta el fallo del TAS.

### **3.3.3 Muestreo**

Se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia siguiendo el aporte de Del Carmen (2019), ya que la elección de las muestras se basó en la evaluación y criterio personal en lugar de seguir un proceso de selección aleatoria.

#### **Criterios de inclusión**

- Portadas en las que Alianza Lima sea el tema principal.
- Portadas en donde se hable acerca del proceso y fallo del TAS.

#### **Criterios de exclusión**

- Portadas en donde el tema principal no sea Alianza Lima o el fallo del TAS.
- Portadas en donde el tema principal sea Alianza Lima, pero no se hable acerca del proceso y fallo del TAS.

### **3.4 Métodos de investigación**

Para este estudio se usó el método de investigación documental siguiendo los fundamentos de Landeta et al. (2020), ya que el presente trabajo se basa en investigaciones previas e implica un análisis crítico de los contenidos.

### **3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

#### **3.5.1 Técnicas**

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de observación y análisis documental.

Retegui (2020) señala que la observación permite adquirir conocimiento sobre el entorno en el que se lleva a cabo el objeto de estudio. De esta manera, la observación brinda la oportunidad de acceder a información valiosa que de otro modo podría haber quedado fuera de consideración en un principio.

Hernández y Mendoza (2018) señalan que el análisis documental en las investigaciones cualitativas implica la transformación de datos no estructurados en información organizada.

Estos datos, que pueden ser de diversa naturaleza, incluyen observaciones del investigador y narrativas proporcionadas por los participantes.

### 3.5.2 Instrumentos

El instrumento utilizado para la recolección de información fue la ficha de observación.

Caicedo (2018) indica que gracias a la ficha de observación se podrá detallar y describir cada una de las características gráficas presentes en las distintas portadas seleccionadas, permitiendo una especificación precisa de los elementos visuales y su disposición en cada una de las portadas estudiadas.

Al instrumento de Mauricio (2022) se le hizo una modificación: en lugar de los colores rojo y fucsia, ítems de la subcategoría 2 “Color” dentro de la dimensión “Titular”, se les reemplazó por los colores blanco y azul, puesto que en las portadas estudiadas no se presenta los colores utilizados en la ficha elaborada por Mauricio (2022).

Validez del instrumento

### Tabla 3

#### *Juicio de expertos*

Nº Ord	Apellidos y nombres	Puntaje	Valoración
1	Martínez Navarro, Christian	49	Válido, aplicar
2	Dávila Chota, Édgar	41	Válido, aplicar
3	Schunke Rojas, Christian Sebastián	40	Válido, precisar
4	Valdez Orriaga, Víctor Miguel	48	Válido, aplicar
5	Serrato Sánchez, Segundo	40	Válido, precisar

### 3.6 Técnicas de procesamiento de datos

En esta investigación, se llevó a cabo la recopilación de datos a través de la observación de las portadas del diario Líbero y el análisis documental con el fin de identificar las portadas pertinentes para el estudio. Se estudió un total de 38 portadas del diario Líbero, ya que no todas las portadas que abarcaban la población cumplían con los requisitos necesarios para ser consideradas como muestra de investigación.

En cuanto procesamiento de los datos, se empleó la técnica cualitativa. Se realizó un análisis exhaustivo de las 38 portadas seleccionadas como muestra. Se comenzó examinando los titulares de las portadas, seguido del análisis de las fotografías para identificar todas sus

características, las cuales se registraron en una ficha de observación. Posteriormente, se revisaron las noticias, investigando los rasgos que presentaban, y se registraron en una ficha específica para el estudio. Se llevó a cabo una interpretación de las respuestas identificadas en cada portada, buscando patrones y características destacadas.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

Los datos obtenidos se recopilieron mediante la aplicación de una ficha de observación a cada una de las treinta y cuatro portadas analizadas. Las portadas de las treinta y cuatro ediciones del diario *Líbero* publicadas entre el 28 de noviembre del 2020 y el 31 de marzo del 2021 se recopilieron a través de la hemeroteca virtual que tiene el diario en su plataforma web.

Posteriormente, se analizó cada una de las portadas guiándose de los ítems que forman parte del instrumento de investigación, contrastando con la definición aportada por Mauricio (2022) para cada elemento con el fin de elegir la opción adecuada para cada subcategoría.

Los resultados obtenidos se contrastaron con los objetivos planteados al inicio de la investigación. Finalmente, en la discusión, se compararon con investigaciones previas que enriquecieron este estudio y se realizaron comentarios sobre los hallazgos actuales en relación con los antecedentes existentes sobre la categoría y subcategorías estudiadas.

#### 4.1 Resultados de la investigación

A continuación, se plasmará los resultados obtenidos en cada portada analizada, indicando los datos que se obtuvieron en cada ítem presente en la ficha de observación.

Los resultados mostrados a continuación se obtuvieron tras haber analizado cada portada a través de las fichas de observación.

Después de examinar los resultados obtenidos, se llegó a una conclusión y se procedió a discutirlos en detalle. Durante esta fase, se analizaron los datos en busca de similitudes y diferencias en comparación con investigaciones anteriores. También se realizaron comentarios sobre los hallazgos encontrados, relacionándolos con antecedentes previos relacionados con las variables y dimensiones estudiadas.

**Objetivo principal:** *Analizar la jerarquización en las portadas del diario deportivo *Líbero* respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.*

El diario deportivo *Líbero* apeló a los titulares concisos de tipo apelativos y expresivos con lenguaje apropiado y en colores azul y blanco al momento de informar acerca del descenso de Alianza Lima y posterior fallo del TAS, acompañándolo de una bajada informativa que complementa al titular y da un breve resumen de la noticia completa.

En cuanto a las fotografías, mezcló varios planos fotográficos a través de composición de imágenes, utilizando fotografías de ángulo normal de gran tamaño y ubicándolas al centro de la portada.

Para las noticias, el tema del descenso de Alianza Lima abarcó toda la portada y fue redactado de forma coherente, utilizando bajadas cortas en la mayoría de portadas para poder facilitar la comprensión de información por parte del lector.

**Primer objetivo específico: *Analizar la jerarquización de los titulares de las portadas del diario deportivo Líbero respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.***

Se muestra que, de las treinta y cuatro portadas analizadas del diario Líbero, diecisiete presentaron titulares apelativos (50,0%), dieciséis portadas tuvieron titulares expresivos (38,0%) y solo una portada tuvo un titular informativo (3,0%).

Tomando en cuenta la redacción, el diario Líbero empleó un lenguaje apropiado en sus titulares en treinta de las portadas estudiadas (88,0%), jergas en tres de sus portadas (9,0%) y sobrenombres en solo una portada analizada (3,0%).

En cuanto a cantidad de palabras, treinta y dos de las portadas estudiadas tuvieron titulares concisos (94,0%), contando con cinco o menos palabras, mientras que solo dos portadas presentaron titulares extensos (6,0%) debido a que estaban conformadas por seis o más palabras.

Para este punto, todas las ediciones estudiadas presentaron, como mínimo, dos de los tres colores considerados en la ficha de observación. Veintidós portadas presentaron los colores blanco y azul, característicos del club Alianza Lima, en sus titulares (65,0%), cuatro portadas utilizaron los colores blanco y amarillo (12,0%) y las ocho portadas restantes presentaron los colores blanco, azul y amarillo en los titulares (23,0%).

El diario Líbero presenta una bajada informativa en las treinta y cuatro portadas estudiadas (100%), dando una breve información de lo que encontrará el lector al interior del periódico.

**Tabla 4***Subcategoría 1: Titular*

Subcategoría 2	Clasificación de los titulares					Redacción	Cantidad de palabras			Color			Bajada			
Ítems	Informativos	Temáticos	Apelativos	Expresivos	Sobrenombres	Jergas	Lenguaje apropiado	Conciso	Extenso	Blanco	Amarillo	Azul	Informativos	Temáticos	Apelativos	Expresivos
Número de portadas	1	0	17	16	1	3	30	32	2	34	12	30	34	0	0	0

En la tabla, se puede apreciar que en las ediciones estudiadas en el diario deportivo *Líbero* predominan los titulares expresivos y apelativos en comparación a los otros titulares. Además, el lenguaje utilizado en su mayoría es apropiado y conciso, facilitando la recepción de información. En cuanto a los colores, el blanco y azul estuvieron presentes en casi la totalidad de las portadas analizadas. Finalmente, las bajadas son informativas en su totalidad, complementando lo señalado en el titular.

**Segundo objetivo específico:** *Analizar la jerarquización de las fotografías de las portadas del diario deportivo Líbero respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.*

En este punto, se observa que el diario *Líbero* utilizó fotografías de plano entero en cinco de sus portadas (14,5%), fotografías con plano americano en dos portadas (6%), fotografías con plano medio en diez portadas (29,0%) y plano medio corto en tres portadas (9%). Además, en otras portadas se presentó una composición de fotografías de dos planos diferentes, como es el caso de cinco portadas que presentaron fotografías de planos americano y medio (14,5 %), dos portadas con plano medio y medio corto (6,0%), una portada con plano entero y medio (3,0%), una con plano entero y americano (3,0%), una con plano entero y detalle (3%) y una con plano medio y detalle (3,0%). Finalmente, también se dio el caso de portadas con tres planos fotográfico distintos, como es el caso de una portada con fotografías de plano entero, medio y medio corto (3,0%) y dos portadas con fotografías de plano americano, medio y medio corto (6,0%).

En cuanto a los ángulos, el diario Líbero presentó fotografías con un ángulo normal en treinta y dos portadas (94,0%), mientras que solo en dos portadas tuvo una fotografía de ángulo contrapicado (6,0%).

La totalidad de fotografías utilizadas en las treinta y cuatro portadas estudiadas tuvieron un gran tamaño (100%), puesto que la noticia principal fue el caso de Alianza Lima respecto a su descenso futbolístico.

Todas las fotografías utilizadas en las treinta y cuatro portadas estudiadas se ubicaron en el centro de la portada (100%), puesto que la noticia principal fue el caso de Alianza Lima respecto a su descenso futbolístico.

**Tabla 5**

*Subcategoría 2: Fotografía*

Subcategoría 2	Planos fotográficos						Ángulos fotográficos			Tamaño de la fotografía			Ubicación						
	Plano Entero	Plano Americano	Plano Medio	P. Medio Corto	Primer Plano	P. Primer Plano	Plano Detalle	Normal	Picado	Contrapicado	Grande	Mediano	Pequeño	Centro	Centro Derecho	Centro Izquierdo	Inferior	Inferior Derecho	Inferior Izquierdo
Número de portadas	9	10	22	8	0	0	2	32	0	2	34	0	0	34	0	0	0	0	0

En la quinta tabla, se aprecia que el diario Líbero utilizó más de un plano fotográfico en sus portadas, utilizando varios en una misma portada con el fin de crear una composición de imágenes. Además, la mayoría de fotografías fueron tomadas en un ángulo normal, colocándolas en gran tamaño al centro de la portada.

**Tercer objetivo específico:** *Analizar la jerarquización de las noticias de las portadas del diario deportivo Líbero respecto al descenso de Alianza Lima, entre finales del 2020 e inicios del 2021.*

En este punto, se aprecia que el diario Líbero ubicó las noticias acerca de Alianza Lima, su descenso y el fallo del TAS en el centro de su portada en la totalidad de ediciones analizadas (100%), puesto que esa fue su noticia destacada.

El diario Líbero presenta todas sus noticias de forma coherente, siendo las treinta y cuatro portadas comprensibles para los lectores (100%), garantizando que puedan entender fácilmente el contenido y se sientan atraídos visualmente para comprar el diario.

Veinticinco portadas estudiadas presentan una bajada corta (74,0%), ya que están conformadas por tres o menos oraciones, en su mayoría cortas, mientras que nueve portadas tuvieron bajadas largas (26,0%), puesto que estuvieron conformadas por más de tres oraciones.

**Tabla 6**

*Subcategoría 3: Noticia*

Ítems	Subcategoría 2				Distribución		Claridad		Brevedad	
	Toda la portada	¾ de la portada	Mitad de la portada	¼ de la portada	Coherente	Incoherente	Noticia corta	Noticia larga		
Número de portadas	34	0	0	0	34	0	25	9		

En la sexta tabla, se visualiza que la noticia del descenso de Alianza Lima ocupó la totalidad de la portada, mostrando que el diario Líbero consideró muy relevante informar acerca de este suceso. Además, los hechos fueron redactados de forma coherente en todas las ediciones, utilizando entre dos o tres oraciones en la bajada para la mayoría de portadas, siendo una noticia corta para el lector.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

Las portadas analizadas presentaban titulares breves y atractivos, en su mayoría en los colores azul y blanco. Se destacó el uso de varias fotografías grandes que ocupaban toda la portada, facilitando la comprensión y graficando bien los hechos. Finalmente, las noticias encontradas eran concisas y claras, proporcionando la información necesaria para que los lectores entendieran el contenido con solo observar la portada. Se coincide con Recavarren (2019) que en las portadas del diario *Líbero* se ofrece información sobre el acontecer deportivo.

#### **Sobre los titulares:**

Tras haber estudiado los titulares, se aprecia que los titulares, salvo uno que fue informativo, tienden a ser expresivos o apelativos. Esto confirma lo señalado por Recavarren (2019), quien también tuvo como objeto de estudio las portadas del diario *Líbero* e indicó que los titulares expresivos del mencionado diario atraen la atención del público mediante un estilo coloquial, teniendo un mayor impacto en los aficionados al deporte. Por el lado de los titulares apelativos, indica que estos titulares tienen un fuerte contenido expresivo y buscan captar la atención del lector apelando a sus emociones, siendo muy característico de la prensa sensacionalista.

Por el lado del tipo de lenguaje, se observó que *Líbero* empleó un lenguaje apropiado en la mayoría de portadas, solo empleando jergas en tres portadas y sobrenombres en una. *Líbero* jugó mucho con el tema de la categoría de Alianza Lima, siendo un claro ejemplo el uso de la palabra “Primera”, la cual estuvo presente en ocho titulares. Citando el caso de los titulares “Piel de primera”, “*Rashoo* (Rayo) de primera” o “Fiesta de primera”, a primera vista el contexto del uso de la palabra “primera” se entiende como algo de buena calidad o de primera categoría, pero *Líbero* también le da otro contexto: en el primer titular, señala que Alianza Lima utilizará su nueva camiseta (también llamada ‘piel’ en el ámbito futbolístico) en primera división; en el segundo, indica que el futbolista Wilmer Aguirre (apodado ‘Rayo’) llegó al club como refuerzo para afrontar la Liga 1 (primera división); finalmente, en el tercer titular, da a entender que el club y sus hinchas celebrarán tras el fallo a favor del TAS que los devolvió a la primera división del fútbol peruano.

*Líbero* informó y a la vez buscó utilizar palabras llamativas en sus titulares, algo señalado por Dancourt (2018), quien indica que *Líbero* utiliza palabras, verbos y términos que

se dirigen directamente a los distintos estados emocionales que puede experimentar una persona, en este caso el lector, con el objetivo de hacer que perciba una realidad específica de manera más vívida.

En cuanto a los colores utilizados, *Líbero* utiliza el blanco y azul en la mayoría de portadas: el primero aparece en todas las portadas, mientras que el segundo está presente en treinta de las treinta y cuatro portadas estudiadas. Ambos colores son característicos del club Alianza Lima, por lo que van acorde a la noticia que se presenta en la portada. Además de esos colores, *Líbero* también emplea el amarillo, estando presente en doce portadas. Baeza (2010, como se citó en Arrunátegui, 2019), señala que el color amarillo representa sentimientos contradictorios en los que destacan el optimismo, enojo, iluminación, entendimiento, acción, poder, arrogancia, voluntad y estímulo. Si se pone en contexto con el presente estudio, es aceptable su uso debido a que *Líbero* representó el sentir del hincha de Alianza Lima respecto al descenso de su club, proceso del TAS y posterior fallo que los devolvió a la máxima categoría del fútbol peruano.

Finalmente, la bajada fue muy buen complemento para el titular. Todas fueron de categoría informativa, cumpliendo con la función de presentar detalles de la noticia que el lector podrá encontrar al interior del diario.

### **Sobre las fotografías:**

Se observa en las portadas del diario *Líbero* las fotografías que acompañan al titular y la noticia suelen ocupar casi toda la portada, utilizando en varios casos más de un plano fotográfico. *Líbero* empleó la composición de imágenes en la mayoría de sus ediciones impresas: diecinueve portadas presentan composiciones formadas por varias fotografías, también llamado “collage”, coincidiendo con Recavarren (2019) quien en dieciséis de treinta portadas de *Líbero* encontró presencia de collages e indicó que este recurso da un mayor realce a la portada.

La imagen es vital para un diario. Recavarren (2019) entrevistó a José Bragayrac, director periodístico del fenecido diario *El Bocón*, y declaró que la fotografía juega un papel esencial, y lo óptimo es que tanto la imagen como el texto transmitan un mensaje unificado, una frase que impacte los sentimientos y la esencia, buscando generar emociones para conectar emocionalmente con el lector.

Otro detalle es la posición de las fotografías en la portada. En la mayoría de portadas estudiadas, las fotografías se ubicaron en el centro de la portada por debajo del titular y la bajada, reafirmando lo señalado por Mendoza (2018), quien denominó a este formato como la “Diapo en foto”, el cual consiste en colocar los titulares, recuadros de alineaciones y las bajadas de las noticias sobre todas las imágenes.

### **Sobre las noticias:**

En las treinta y cuatro ediciones del diario *Líbero* analizadas en el presente estudio, se puede observar que las noticias dedicadas al descenso de Alianza Lima, el proceso y posterior fallo del TAS ocupó más de  $\frac{3}{4}$  en todas las portadas, y se considera que ocupa la totalidad de espacio puesto que el resto de noticias no ocupó ni la cuarta parte de la primera cara del diario.

La información plasmada en la bajada es coherente en su totalidad, todas las portadas presentaron una noticia clara, concisa y de fácil comprensión para el lector. Dancourt (2018) indica que el redactar la noticia en la portada no es una tarea sencilla, ya que deben plasmar la información en un espacio reducido, considerando que, en ocasiones, la noticia más relevante y con mayor impacto, aquella que merece estar en la portada, ocurre hacia el final del día.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

- 6.1.1 Se concluye que la jerarquización que brindó el diario Líbero al descenso del club Alianza Lima entre los meses de noviembre del 2020 y marzo del 2021 se proporcionó una cobertura completa de los eventos y cambios que ocurrieron mientras se esperaba el fallo definitivo del TAS.
- 6.1.2 En sus titulares, el diario Líbero buscó apelar al sentimiento del lector, empleando casi a la par un lenguaje expresivo y apelativo, siendo esta última una tendencia de la prensa sensacionalista, por lo que se afirma que Líbero cayó en sensacionalismo en algunas de sus ediciones.
- 6.1.3 En sus fotografías, el diario Líbero le dio mucha importancia al utilizar imágenes llamativas, de gran tamaño y que complementaron bien a la noticia, siendo muy llamativas visualmente al lector. Por otro lado, en algunas ediciones se aprecia el exceso en edición, incluyendo detalles que cargan de mucho contenido a la portada.
- 6.1.4 Las noticias plasmadas por el diario Líbero tienen coherencia y un lenguaje entendible para su público objetivo, jugando con algunas jergas o sobrenombres que no facilitan el entendimiento de la noticia. Las bajadas contienen un resumen detallado de lo que el lector encontrará en la noticia al interior del periódico.

#### 6.2 Recomendaciones

- 6.2.1 Se recomienda a los editores periodísticos del diario Líbero que den prioridad a un contenido informativo sólido, complementado por un diseño gráfico que se ajuste a la fotografía presentada, enfocándose con precisión en los eventos noticiosos sin incluir aspectos no relacionados con el deporte, especialmente en casos de participaciones de gran relevancia como lo fue el descenso del Club Alianza Lima.
- 6.2.2 Se recomienda al director periodístico del diario que el diario Líbero utilice más los titulares informativos y no recurrir siempre a los titulares expresivos y apelativos al momento de informar, puesto que ese último tipo de titular dará una reputación sensacionalista al diario y podría perder la credibilidad de los lectores.

- 6.2.2 Se recomienda a los editores gráficos del diario mantener el buen tamaño de las fotografías en la noticia destacada presente en la portada no recurrir a la exageración en edición ya que, si bien una buena imagen es importante para hacer atractiva a una portada, el exceso de edición satura mucho a la primera cara del diario y no permite apreciar el texto presente en la misma.
- 6.2.3 Se recomienda a los redactores que continúen utilizando bajadas informativas, pues son un buen complemento de los titulares y fotografías, facilitando la comprensión de la noticia por parte del lector y siendo un punto a favor para que el público compre el diario y lea la noticia completa.

## Referencias

- Abanto, A. y Zegarra, A. (2017). *Tratamiento informativo en los diarios correo y la industria respecto al caso "escuadrón de la muerte"*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad Privada Antenor Orrego]. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/3653>
- Alpino, A. y Bracho, I. (1997). *La Narración como Técnica Redaccional Periodística: Manual para estudiar*. Editorial de la Universidad de Zulia <https://www.urbe.edu/UDWLibrary/InfoBook.do?id=2405>
- Ardèvol-Abreu, A., Gil de Zúñiga, H., & McCombs, M. E. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019). *Profesional De La información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- Argiñano, J. y Goikoetxea, U. (2020). Análisis de los titulares y las fotografías de portada en España en el contexto de la crisis del coronavirus: protagonistas, frames y lenguaje bélico. *Revista de Comunicación y Salud: RCyS*, 10(2), 1–23.
- Arrunátegui Acosta, V. (2019). *Impacto visual de las portadas del diario deportivo Líbero*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/4702>
- Bautista, M. (2022). Sensacionalismo y técnicas de desinformación en la prensa deportiva española. Universidad de Valladolid. [Trabajo de grado de la Universidad de Valladolid] <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/58550>
- Beltrán, J. (2021). La construcción mediática de la información: el tratamiento informativo. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 154, 26-37. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.26-37>
- Blázquez V., Ghea, M. y Viale, P. (2010). El valor de las palabras. ¿A qué se refiere el concepto de construcción, selección y jerarquización de la información? *Guía de Cátedra del Taller de Análisis de la Información UNLP*. <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/contenido/bibliograf%C3%AD-17>
- Burga, V., (2022). *Análisis del lenguaje periodístico en las portadas impresas de los diarios “Depor” y “Líbero” sobre la participación de la Selección Peruana de Fútbol en las clasificatorias y partidos amistosos posteriores a la clasificación del Mundial de Rusia 2018*. [Tesis de

Bachillerato de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].  
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/660740>

Cagallaza, K. (2018) *Análisis del tratamiento informativo de violencia de género en los diarios correo y ojo durante los meses de abril y mayo del 2018*. [Tesis de licenciatura de la Universidad César Vallejo].

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34437/Cagallaza\\_DKSS.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34437/Cagallaza_DKSS.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Caicedo, B. (2018). *Análisis de los elementos gráficos de las portadas de la revista Estadio durante los últimos 30 años*. [Tesis de grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador].  
<https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/1668>

Cespedes, I. (2018). *Análisis de la información deportiva de los diarios Depor y Líbero entre agosto y diciembre de 2014*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/1587>

Cortina, Y. (2021). Perífrasis verbales vs. redacción periodística. *Revista Islas*, 63(200), 122–129.  
<https://islas.uclv.edu.cu/index.php/islas/article/view/1202>

Dancourt, M., (2018). *Las portadas del diario Líbero según el análisis del discurso*. [Tesis de Maestría de la Universidad de San Martín de Porres].  
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4258>

Del Carmen, S. (2019). *Muestra Probabilística y No Probabilística*. [Trabajo de grado de la Universidad Autónoma del Estado de México].  
[http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/108928/secme-10911\\_1.pdf?sequence=](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/108928/secme-10911_1.pdf?sequence=)

Díaz, L. (2012). *Teorías de la Comunicación*. Red Tercer Milenio S.C.

Edo, C. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo*. Editorial Comunicación Social.  
<https://books.google.com.pe/books?id=8xV-hH2JQMUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Guerra, A., 2022. *El sensacionalismo en las notas informativas de los medios periodísticos “Líbero” y “Depor”, durante la temporada de fichajes 2018-2019*. [Tesis de Bachillerato de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]  
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/660738>

- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Mc Graw Hill Education. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Herrero, F. (2018). Los periódicos deportivos españoles. Análisis comparativo de la noticia principal de portada en los diarios «Marca», «As», «Mundo Deportivo» y «Sport». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6858161>
- Landeta, Z., Salamea, V. y Montecé, F. (2020). Redes Sociales y Periodismo Ciudadano: Investigación Documental. *Journal of Science and Research*. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/761>
- León, W. y Vélez-Bermello, G. (2021) Inmediatez y veracidad de los hechos, un compromiso desdibujado desde el periodismo. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8619172>
- Li, Y. (2014). *Periodismo deportivo en España: Estudio del tratamiento del concepto de imparcialidad en las noticias relacionadas con el fútbol en los diarios Marca, As, Mundo Deportivo y Sport*. [Trabajo final de Máster de la Universitat Autònoma de Barcelona] [https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2014/hdl\\_2072\\_240240/TFM-Yifei\\_Li.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2014/hdl_2072_240240/TFM-Yifei_Li.pdf)
- López, M. (1995). *¿Cómo se fabrican las noticias? Fuentes, selección y planificación*. Editorial Paidós. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=136598>
- Marrone, J. (2018). *La importancia de la portada en las ventas del diario Marca*. [Tesis de Doctorado de la Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/49141/>
- Mauricio, M. (2022). *Tratamiento informativo de las portadas del diario Trome, caso Vanessa Terkes y George Forsyth, abril - junio 2019*. [Tesis de licenciatura de la Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/32156>
- Mendoza, M. (2018). *Características de las portadas periodísticas del diario Líbero y el periodismo deportivo - eliminatorias al mundial Brasil 2014 - participación de la selección peruana de fútbol*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad de San Martín de Porres] <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4307>
- Núñez-Gómez, P., Abuín-Vences, N., Sierra-Sánchez, J., & Mañas-Viniegra, L. (2020). El enfoque de la prensa española durante la crisis del Covid-19. Un análisis del framing a través de las portadas

de los principales diarios de tirada nacional. *Revista Latina De Comunicación Social*, (78), 41–63. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1468>

Patrício, E. y Viana-Nogueira, L. (2019). Periodismo e interés público. Un análisis de la pluralidad y equilibrio de las fuentes en la producción noticiosa de la Agencia Câmara Notícias. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 1013-1030. <https://doi.org/10.5209/esmp.64822>

Recavarren, J. (2019). *Tratamiento informativo en las portadas de los diarios líbero y el bocón, sobre la participación de la selección peruana de fútbol en el mundial Rusia 2018*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad Alas Peruanas]. <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/9673>

Retegui, L. (2020). La observación participante en una redacción. Un caso de estudio. *Revista Trama común*, vol.24 no.2. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1668-56282020000200006](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-56282020000200006)

Rodelo, F. (2021). El framing sobre la pandemia de Covid-19 y sus factores predictores organizacionales. *Revista Cuadernos.Info*. [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2021000300006&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2021000300006&script=sci_arttext&tlng=pt)

Rodríguez, R., 2021. *Tratamiento informativo de la prensa deportiva española sobre el Real Madrid y el VAR*. [Trabajo de fin de grado de la Universidad Francisco de Victoria]. <http://ddfv.ufv.es/handle/10641/3045>

Román, L. *El tratamiento informativo de los periodistas deportivos en los diarios Depor, El Bocón y Líbero durante la Copa América de Brasil. Lima 2020*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/53528>

Saavedra, V. (2022) *Análisis del tratamiento informativo a los casos de xenofobia en diario La Prensa de Riobamba - año 2020*. [Trabajo de Titulación de la Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/9254/1/Saavedra%20Armas%2C%20V.%20%282022%29%20An%C3%A1lisis%20del%20tratamiento%20informativo%20a%20los%20casos%20de%20xenofobia%20en%20Diario%20La%20Prensa%20de%20Riobamba%20-%20a%C3%B1o%202020.pdf>

Sánchez, C. y Reyes, C. (2006). *Metodología y diseño en investigación científica*. Editorial Visión Universitaria.

[https://www.academia.edu/78002369/METODOLOG%3%8DA\\_Y\\_DISE%3%91OS\\_EN\\_LA\\_INVESTIGACION\\_CIENTIFICA](https://www.academia.edu/78002369/METODOLOG%3%8DA_Y_DISE%3%91OS_EN_LA_INVESTIGACION_CIENTIFICA)

- Spina, G. y Díaz, C. (2015) Mapeo de la jerarquización de noticias sobre ciencia en los diarios generalistas de la Argentina. *Revista Questión*. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/54938>
- Spina, G. y Díaz, C. (2019). Jerarquización de las noticias sobre ciencia en los diarios digitales argentinos (2017-2018). *Revista Questión*. <https://doi.org/10.24215/16696581e138>
- Villanueva, E. (2021). Aproximaciones interpretativas al tratamiento informativo de la prensa durante la violencia política en Huancayo. *Revista Socialium*, 5(1), 111–129. <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2021.5.1.789>

## ANEXOS

## Anexo 1: Matriz de coherencia

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Jerarquización en las portadas del diario Líbero respecto al descenso del Club Alianza Lima, noviembre del 2020 - marzo del 2021						
PROBLEMAS U OBJETO DE ESTUDIO	OBJETIVOS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS 1	SUBCATEGORÍAS 2	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	DE
<p><b>GENERAL</b> ¿Cómo fue la jerarquización de las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021?</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b> ¿Cómo fue la jerarquización de los titulares en las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021?</p> <p>¿Cómo fue la jerarquización de las fotografías en las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021?</p> <p>¿Cómo fue la jerarquización de las noticias en las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021?</p>	<p><b>GENERAL</b> Analizar la jerarquización de las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b> Analizar la jerarquización de los titulares de las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.</p> <p>Analizar la jerarquización de las fotografías de las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.</p> <p>Analizar la jerarquización de las noticias de las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.</p>	Jerarquización	<p><b>SUBCATEGORÍA 1:</b> Titular</p> <p><b>SUBCATEGORÍA 2:</b> Fotografía</p> <p><b>CATEGORÍA 3:</b> Noticia</p>	<p>Clasificación de los titulares Redacción Cantidad de palabras Color Bajada</p> <p>Planos fotográficos Ángulos fotográficos Tamaño de imagen Ubicación</p> <p>Distribución Claridad Brevedad</p>	<p><b>MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b> <b>Tipo:</b> Básica <b>Nivel:</b> Descriptivo <b>Diseño:</b> No experimental</p> <p><b>UNIVERSO Y MUESTRA:</b> <b>Universo o Población:</b> 123 ediciones del diario deportivo Líbero publicadas entre el 28 de noviembre del 2020 y el 31 de marzo del 2021. <b>Muestra:</b> 38 ediciones publicadas del diario Líbero.</p> <p><b>TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:</b> <b>Técnica:</b> Observación Análisis documental <b>Instrumento:</b> Ficha de observación</p>	<p><b>DE</b></p> <p><b>PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS:</b></p> <p>Análisis de contenido</p>

**Anexo 2**  
**Instrumento de recolección de datos**  
**Modelo de ficha de observación**

**TÉCNICA: OBSERVACIÓN**

**Jerarquización en las portadas del diario Líbero respecto al descenso del Club Alianza Lima, noviembre del 2020 - marzo del 2021**

**Objetivo:**

Analizar la jerarquización de las portadas del diario deportivo Líbero respecto al descenso de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.

**Sujetos de análisis:** Portadas del diario deportivo Líbero sobre el descenso de Alianza Lima entre noviembre del 2020 a marzo del 2021.

**Diario:** Líbero **Parte analizada:** Portadas del diario **Modo:** Directo **Pre categoría 1:** Estructura de las portadas

**Lugar:** Lima **Fecha:** Noviembre del 2020 a marzo del 2021.

Categoría	Subcategoría 1	Subcategoría 2	Ítems	SÍ	NO	OBSERVACIONES
Jerarquización	Titular	Clasificación de los titulares	Informativos			
			Temáticos			
			Apelativos			
			Expresivos			
		Redacción	Sobrenombres			
			Jergas			
			Lenguaje apropiado			
		Cantidad de palabras	Conciso			
			Extenso			
		Color	Blanco			
			Amarillo			
			Azul			
		Bajada	Informativos			
			Temáticos			

			Apelativos				
			Expresivos				
	Fotografía	Planos fotográficos	Plano Entero				
			Plano Americano				
			Plano Medio				
			Plano Medio Corto				
			Primer Plano				
			Primerísimo Primer Plano				
			Plano Detalle				
			Ángulos fotográficos	Normal			
		Picado					
		Contrapicado					
		Tamaño de la fotografía	Grande				
			Mediano				
			Pequeño				
		Ubicación	Centro				
			Centro Derecho				
			Centro Izquierdo				
			Inferior				
			Inferior Derecho				
			Inferior Izquierdo				
		Noticia	Distribución	Toda la portada			
				¾ de la portada			
	Mitad de la portada						

			¼ de la portada			
		Claridad	Coherente			
			Incoherente			
		Brevedad	Noticia corta			
			Noticia larga			

**Anexo 3:**  
**Ficha de validación del instrumento/juicios de expertos**

**Ficha 1**

**I. DATOS GENERALES**

- 1.1 Apellidos y nombres del experto:** Serrato Sánchez, Segundo  
**1.2 Grado académico:** Doctor  
**1.3 Cargo e institución donde labora:** Docente de la Universidad Jaime Bausate y Meza  
**1.4 Título de la investigación:** Jerarquización en las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021  
**1.5 Autor del instrumento:** Mauricio Salcedo, María de los Ángeles Nataly  
**1.6 Nombre del instrumento:** Ficha de observación  
**1.7 Criterio de aplicabilidad:**  
 1). De 01 a 10 (no válido, reformular)                      2). De 11 a 20 (no válido, modificar)  
 3). De 21 a 30 (válido, mejorar)                              4). De 31 a 40 (válido, precisar)  
 5). De 41 a 50 (válido, aplicar)

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

**II. ASPECTO A EVALUAR**

Indicadores	Criterios	1	2	3	4	5
1. Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado				X	
2. Objetividad	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.				X	
3. Actualidad	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología				X	
4. Organización	El instrumento tiene una organización lógica				X	
5. Suficiencia	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.				X	
6. Intencionalismo	Es adecuado para valorar aspectos del estudio.				X	
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación				X	
8. Coherencia	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems				X	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.				X	
<b>Sub Total</b>					40	
<b>TOTAL</b>						40

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 40**  
**OPINIÓN DE APLICABILIDAD: VÁLIDO, PRECISAR**

Lugar y fecha: Lima, 27 de junio de 2023



.....  
 Serrato Sánchez, Segundo  
 DNI: 07565051

## Ficha 2

### I. DATOS GENERALES

- 2.1 Apellidos y nombres del experto:** Valdez Orriaga, Miguel
- 2.2 Grado académico:** Doctor
- 2.3 Cargo e institución donde labora:** Docente de la Universidad Jaime Bausate y Meza
- 2.4 Título de la investigación:** Jerarquización en las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.
- 2.5 Autor del instrumento:** Mauricio Salcedo, María de los Ángeles Nataly
- 2.6 Nombre del instrumento:** Ficha de observación
- 2.7 Criterio de aplicabilidad:**
- 1). De 01 a 10 (no válido, reformular)                      2). De 11 a 20 (no válido, modificar)
- 3). De 21 a 30 (válido, mejorar)                              4). De 31 a 40 (válido, precisar)
- 5). De 41 a 50 (válido, aplicar)

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

### III. ASPECTO A EVALUAR

Indicadores	Criterios	1	2	3	4	5
1. Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. Objetividad	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X
3. Actualidad	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología					X
4. Organización	El instrumento tiene una organización lógica					X
5. Suficiencia	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
6. Intenacionalismo	Es adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación				X	
8. Coherencia	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems					X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.				X	
<b>Sub Total</b>					8	40
<b>TOTAL</b>						48

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 48**  
**OPINIÓN DE APLICABILIDAD: VÁLIDO, APLICAR**

Lugar y fecha: Lima, 27 de junio de 2023



Valdez Orriaga, Miguel  
DNI: 06051016

### Ficha 3

#### I. DATOS GENERALES

**3.1 Apellidos y nombres del experto:** Schunke Rojas, Christian

**3.2 Grado académico:** Magister

**3.3 Cargo e institución donde labora:** Docente de la Universidad Jaime Bausate y Meza

**3.4 Título de la investigación:** Jerarquización en las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.

**3.5 Autor del instrumento:** Mauricio Salcedo, María de los Ángeles Nataly

**3.6 Nombre del instrumento:** Ficha de observación

**3.7 Criterio de aplicabilidad:**

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| 1). De 01 a 10 (no válido, reformular) | 2). De 11 a 20 (no válido, modificar) |
| 3). De 21 a 30 (válido, mejorar)       | 4). De 31 a 40 (válido, precisar)     |
| 5). De 41 a 50 (válido, aplicar)       |                                       |

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

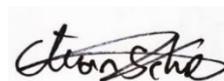
#### IV. ASPECTO A EVALUAR

Indicadores	Criterios	1	2	3	4	5
1. Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado				X	
2. Objetividad	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.				X	
3. Actualidad	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología				X	
4. Organización	El instrumento tiene una organización lógica				X	
5. Suficiencia	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.				X	
6. Intencionalismo	Es adecuado para valorar aspectos del estudio.				X	
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación				X	
8. Coherencia	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems				X	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.				X	
<b>Sub Total</b>					40	
<b>TOTAL</b>						40

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 40**

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD: VÁLIDO, PRECISAR**

Lugar y fecha: Lima, 27 de junio de 2023



Schunke Rojas, Christian  
DNI: 09784154

## Ficha 4

### I. DATOS GENERALES

**4.1 Apellidos y nombres del experto:** Martínez Navarro, Christian

**4.2 Grado académico:** Magister

**4.3 Cargo e institución donde labora:** Docente de la Universidad Jaime Bausate y Meza

**4.4 Título de la investigación:** Jerarquización en las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.

**4.5 Autor del instrumento:** Mauricio Salcedo, María de los Ángeles Nataly

**4.6 Nombre del instrumento:** Ficha de observación

**4.7 Criterio de aplicabilidad:**

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| 1). De 01 a 10 (no válido, reformular) | 2). De 11 a 20 (no válido, modificar) |
| 3). De 21 a 30 (válido, mejorar)       | 4). De 31 a 40 (válido, precisar)     |
| 5). De 41 a 50 (válido, aplicar)       |                                       |

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

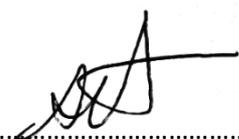
### V. ASPECTO A EVALUAR

Indicadores	Criterios	1	2	3	4	5
1. Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. Objetividad	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.				X	
3. Actualidad	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología					X
4. Organización	El instrumento tiene una organización lógica					X
5. Suficiencia	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
6. Intencionalismo	Es adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación					X
8. Coherencia	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems					X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					X
<b>Sub Total</b>					4	45
<b>TOTAL</b>						49

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 49**

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD: VÁLIDO, APLICAR**

Lugar y fecha: Lima, 27 de junio de 2023



Martínez Navarro, Christian  
DNI: 40557986

## Ficha 5

### I. DATOS GENERALES

**5.1 Apellidos y nombres del experto:** Dávila Chota, Edgar

**5.2 Grado académico:** Magister

**5.3 Cargo e institución donde labora:** Rector de la Escuela de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza

**5.4 Título de la investigación:** Jerarquización en las portadas del diario deportivo Líbero respecto a la situación de Alianza Lima entre finales del 2020 e inicios del 2021.

**5.5 Autor del instrumento:** Mauricio Salcedo, María de los Ángeles Nataly

**5.6 Nombre del instrumento:** Ficha de observación

**5.7 Criterio de aplicabilidad:**

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| 1). De 01 a 10 (no válido, reformular) | 2). De 11 a 20 (no válido, modificar) |
| 3). De 21 a 30 (válido, mejorar)       | 4). De 31 a 40 (válido, precisar)     |
| 5). De 41 a 50 (válido, aplicar)       |                                       |

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

### VI. ASPECTO A EVALUAR

Indicadores	Criterios	1	2	3	4	5
1. Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado				X	
2. Objetividad	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.				X	
3. Actualidad	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología					X
4. Organización	El instrumento tiene una organización lógica				X	
5. Suficiencia	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.				X	
6. Intencionalismo	Es adecuado para valorar aspectos del estudio.				X	
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación				X	
8. Coherencia	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems				X	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.				X	
<b>Sub Total</b>					36	5
<b>TOTAL</b>						41

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 41**

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD: VÁLIDO, APLICAR**

Lugar y fecha: Lima, 27 de junio de 2023



Dávila Chota, Edgar  
DNI: 09943985

## Anexo 4

### Figuras estudiadas

Figura 1

Primera portada analizada (28/11/2020)



Figura 2

Segunda portada analizada (29/11/2020)



Figura 3

Tercera portada analizada (30/11/2020)



Figura 4

Cuarta portada analizada (02/12/2020)



Figura 5

Quinta portada analizada (03/12/2020)



Figura 6

Sexta portada analizada (04/12/2020)



Figura 7

Séptima portada analizada (05/12/2020)



Figura 8

Octava portada analizada (07/12/2020)



Figura 9

Novena portada analizada (08/12/2020)



Figura 10

Décima portada analizada (11/12/2020)



Figura 11

Decimoprimer portada analizada (15/12/2020)



Figura 12

Decimosegunda portada analizada (18/12/2020)



Figura 13

Decimotercera portada analizada (23/12/2020)



Figura 14

Decimocuarta portada analizada (26/12/2020)



Figura 15

Decimoquinta portada analizada (30/12/2020)



Figura 16

Decimosexta portada analizada (05/01/2021)





Figura 19

Decimonovena portada analizada (17/01/2021)



Figura 20

Vigésima portada analizada (18/01/2021)



Figura 21

Vigesimoprimera portada analizada (19/01/2021)



Figura 22

Vigesimosegunda portada analizada (22/01/2021)



Figura 23

Vigesimotercera portada analizada (26/01/2021)



Figura 24

Vigesimocuarta portada analizada (29/01/2021)



Figura 25

Vigesimoquinta portada analizada (04/02/2021)



Figura 26

Vigesimosexta portada analizada (12/02/2021)



Figura 27

Vigesimoséptima portada analizada (13/02/2021)



Figura 28

Vigesimoctava portada analizada (26/02/2021)



Figura 29

Vigesimonovena portada analizada (26/02/2021)



Figura 30

Trigésima portada analizada (08/03/2021)



Figura 31

Trigésimo primera portada analizada (10/03/2021)



Figura 32

Trigésimo segunda portada analizada (15/03/2021)



Figura 33

Trigésimo tercera portada analizada (18/03/2021)



Figura 34

Trigésimo cuarta portada analizada (19/03/2021)

